

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ
СТРАН ПОСТСОВЕТСКОГО
ПРОСТРАНСТВА: СОСТОЯНИЕ,
ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
ПОСВЯЩЕННОЙ 60-ЛЕТИЮ ОСНОВАНИЯ УНИВЕРСИТЕТА**

Гомель, 31 октября – 1 ноября 2024 г.

Научное электронное текстовое издание

1 электронный оптический диск (CD-R)

Под научной редакцией
доктора экономических наук, профессора С. Н. Лебедевой



**Гомель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
2024**

ISBN 978-985-540-671-7

© Учреждение образования «Белорусский
торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2024

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ СТРАН ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Научное электронное текстовое издание

Редакционная коллегия:

С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор;
Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент;
Е. П. Багрянцева, канд. техн. наук, доцент;
М. В. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент;
Ж. Ч. Коновалова, канд. юрид. наук, доцент;
Л. П. Авдашкова, канд. физ.-мат. наук, доцент;
Е. Г. Толкачева, канд. экон. наук, доцент;
О. Г. Бондаренко, канд. экон. наук, доцент;
Е. В. Рощина, канд. техн. наук, доцент;
Т. Н. Байбардина, канд. экон. наук, доцент;
Е. Г. Федорцова, канд. филол. наук, доцент

Рецензенты:

М. Л. Зеленкевич, д-р экон. наук, доцент Института бизнеса
Белорусского государственного университета;
А. И. Капштык, д-р экон. наук, профессор Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

П 64

Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития [Электронный ресурс] : сборник научных статей Международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию основания университета, Гомель, 31 октября – 1 ноября 2024 г. / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. С. Н. Лебедевой. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2024. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Загл. с экрана.

ISBN 978-985-540-671-7

Сборник содержит статьи, отражающие состояние, проблемы и перспективы развития инновационной экономики как в Республике Беларусь, так и в мировом пространстве. Авторы рассматривают перспективы развития отраслей деятельности потребительской кооперации, инновационные технологии продвижения товаров и их конкурентоспособность, вопросы стимулирования и мотивации человеческих ресурсов, использования информационных и управленческих технологий в инновационной экономике, бухгалтерского учета, анализа и аудита, управления финансами в современных условиях, а также применения инновационных образовательных технологий в подготовке специалистов высшей квалификации. Материалы сборника могут использоваться в научно-исследовательской, практической и образовательной деятельности, а также в идеологической и воспитательной работе. Издание предназначено для научно-педагогических и практических работников, руководителей, специалистов, аспирантов и студентов.

Издание не требует установки на жесткий диск компьютера. На диске расположен файл издания в формате pdf.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ СТРАН ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сборник научных статей
Международной научно-практической конференции,
посвященной 60-летию основания университета

Гомель, 31 октября – 1 ноября 2024 г.

Научное электронное текстовое издание

Сведения о программном обеспечении:

программы просмотра веб-страниц (браузеры) Опера, Internet Explorer 11 и выше,
Mozilla Firefox, Google Chrome v. 65;
Adobe Reader 9 и выше, Adobe Acrobat Pro; DVD-Rom оптический привод

Минимальные системные требования:

Процессор: 2.33 GHz, Intel® Atom 1.6 GHz.
ОС: Windows 7 и выше.
Оперативная память: 1 GB и более.

За содержание и достоверность информации в материалах сборника отвечают авторы.

Редакторы: М. П. Любошенко, Е. И. Савченко, Ю. Г. Старовойтова
Компьютерная верстка: Н. М. Евтухова, Л. Г. Макарова

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/138 от 06.08.2024.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.

Дата подписания к использованию: 28.10.24.
Тираж 12 экз. Объем 15,30 Мб. 1 электрон. опт. диск (CD-R).

СОДЕРЖАНИЕ

I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	12
<i>Алексеевко Т. С., Домасевич К. А.</i> Бюджетная политика: мировая практика и национальные особенности	12
<i>Асумани К. Д., Дорошко В. Н.</i> Использование концепций VUCA- и BANI-миров в формировании принципов ESG	16
<i>Базылева М. Н.</i> Внешняя трудовая миграция и ее влияние на рынок труда	19
<i>Климович Л. К., Кожневников Д. Г., Колб И. М., Свиридович О. М.</i> Эффективность методов оценки персонала организации в современных условиях	25
<i>Лихтанская О. И., Бакаева В. В.</i> Сущность экономических и социальных задач управления персоналом предприятий и организаций в условиях дефицита кадров	28
<i>Максимчикова О. М.</i> Инновационная активность предпринимательского сектора в Республике Беларусь	32
<i>Мищенко В. А., Мищенко Л. В.</i> Развитие инновационного потенциала Республики Беларусь	35
<i>Мороз О. Н., Бакарасов Е. О., Маркелова К. А.</i> Банкротство как социально-экономическая проблема национальной и мировой экономики	39
<i>Останин М. К.</i> Сущность продовольственного рынка региона	43
<i>Прохоров В. В.</i> Инструментарий технологического аудита предприятия в промышленных кластерах	49
<i>Сапожников А. Н.</i> Роль внешних и внутренних связей в функционировании зернопродуктового подкомплекса Российской Федерации	51
<i>Сиващенко Е. С.</i> Инфляция: сущность феномена и его регулятивные инструменты	55
<i>Соловьева В. Н., Мытарева Е. А.</i> Глобальная коалиция за социальную справедливость в решении социальных проблем	59
<i>Тимошенко М. В.</i> Внешняя трудовая миграция в Республике Беларусь: анализ основных данных миграционного учета	63
<i>Тишковская Т. М., Сузько И. М., Колесник О. П.</i> Использование информационных технологий в современном обществе	69
<i>Тишковская Т. М., Сузько И. М., Рудковская М. П.</i> Социальные проблемы мировой экономики	72
<i>Томашевская Е. Ю.</i> Сущность понятия «малый бизнес» в современных условиях хозяйствования	77
<i>Фомина М. В., Горощенко В. В.</i> Особенности управления человеческими ресурсами в организациях общественного сектора экономики	81
<i>Чепелева И. А.</i> Проблемы социально-экономической поддержки потенциала сферы детства	84
<i>Чернявский М. Р.</i> Продовольственная безопасность Республики Беларусь: основные тенденции	88
<i>Черняков В. М.</i> Ресурсный потенциал самообеспеченности агропромышленного комплекса региона	94
<i>Ювко П. С.</i> Подход к развитию государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта	98
II. ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА, БЕЗОПАСНОСТИ, ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	101
<i>Бань М. Ф., Кадолич Ж. В., Тимошенко С. В.</i> Пути совершенствования ассортимента мучных сладостей, вырабатываемых ОАО «Гомельхлебпром»	101
<i>Виноградова А. В.</i> Качество товаров легкой промышленности на российском рынке	104
<i>Владимиров С. В., Копысова Т. С.</i> Внедрение системы ХАССП на предприятиях ресторанного хозяйства	108
<i>Котоменкова О. Г.</i> Выбор полимерной упаковки для хранения пищевых продуктов	111
<i>Матвеева О. П.</i> Экспорт и импорт мясной продукции в контексте развития российской экономики	114

<i>Нилова Л. П.</i> Роль состава ингредиентов на формирование качества зерновых батончиков в процессе производства	119
<i>Петухов М. М., Лилишенцева А. Н., Кривко И. В.</i> О фальсификации соковой продукции и методах ее выявления	122
<i>Попова Н. А., Медведкова И. И., Перец А. А.</i> Разработка инновационного продукта функционального питания на основе яблочного пюре с клюквенным компонентом	126
<i>Рощина Е. В., Жакун Д. В.</i> Контроль качества и безопасности хлебобулочных изделий пониженной влажности в производственных условиях	130
<i>Сыцко В. Е., Багрянцева Е. П., Кустова Е. Н.</i> К вопросу оценки качества и конкурентоспособности шампуней	134
<i>Табаторович А. Н., Степанова Е. Н., Бакайтис В. И.</i> Анализ формирования ассортимента и качества обогащенных и специализированных молочных продуктов на региональном уровне	140
<i>Табаторович А. Н., Степанова Е. Н., Бакайтис В. И.</i> Перспективы применения обогащающих добавок в кондитерских изделиях	146
<i>Чистякова В. И.</i> Управление рисками на рыбоперерабатывающих предприятиях	150
<i>Шилов А. И., Петухов М. М.</i> Производство и потребление яиц пищевых куриных в Беларуси	152

III. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<i>Алетдинова А. А., Капелюк З. А.</i> Использование систем аналитики для развития онлайн-продаж	156
<i>Андронов А. Ю., Башарина Д. А., Бруева В. А.</i> Информационные технологии в сфере бизнеса	160
<i>Атдаева О. Г.</i> Использование информационно-коммуникационных технологий в системе образования	163
<i>Бурзун М. С.</i> Использование технологии искусственного интеллекта в области снижения аварийности морской навигации арктического региона	167
<i>Василенко С. И., Бекасов К. А.</i> Применение искусственного интеллекта в космических исследованиях	170
<i>Макаров В. П.</i> Новые подходы к обслуживанию и привлечению клиентов с помощью цифровых технологий в розничной торговле	174
<i>Милехина О. В., Адова И. Б., Колдунова И. Д.</i> Моделирование пространства результатов цифровой трансформации торговых предприятий	178
<i>Мухторзода С. М., Черняков М. К.</i> Риски использования информационных технологий в различных сферах деятельности	181
<i>Погребенко С. Б.</i> Эффективность использования интернет-сервисов в образовательном процессе	184
<i>Пятаченко А. М., Летюк С. И.</i> Исследование мирового рынка искусственного интеллекта	188
<i>Черняков И. Н., Черняков М. К.</i> Цифровая трансформация потребительской кооперации	193
<i>Язханова Х. Д.</i> Роль цифровых решений в современной экономической системе	196

IV. КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ

<i>Винокуров Н. В.</i> Механизмы и инструменты управления при внедрении инноваций на автотранспортном предприятии в сфере потребительской кооперации	199
<i>Голубева И. В.</i> Развитие логистики и ее влияние на экономику Республики Беларусь	205
<i>Гурская С. П.</i> Новации в регулировании интернет-торговли в Республике Беларусь	209
<i>Макринова Е. И., Воронков А. В.</i> Технологические инновации в местах продаж – основа роста конкурентных преимуществ сетевой розничной торговли	213
<i>Матузенко Е. В.</i> Тренды развития розничной торговли в России	217
<i>Стребкова Л. Н.</i> Тенденции развития российского рынка FMCG	221

V. МАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА 225

<i>Антонова В. А.</i> Маркетинговые исследования как важный элемент повышения эффективности деятельности предприятия ресторанного бизнеса 225	225
<i>Байбардина Т. Н., Бурцева О. А., Гусакова А. А.</i> Современные тенденции подготовки магистров в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» 230	230
<i>Байбардина Т. Н., Головки С. С., Гусакова А. А.</i> Организационно-правовые формы некоммерческих организаций в Республике Беларусь 233	233
<i>Байбардина Т. Н., Исаева К. И., Гусакова А. А.</i> Роль фандрайзинга в деятельности некоммерческих и благотворительных организаций 236	236
<i>Байбардина Т. Н., Куленков А. М., Гусакова А. А.</i> Виды фандрайзинга и их особенности в современном обществе 240	240
<i>Байбардина Т. Н., Мамочкина М. П., Гусакова А. А.</i> Спонсорство как один из самых эффективных инструментов социального маркетинга 245	245
<i>Байбардина Т. Н., Рубанова К. И., Гусакова А. А.</i> Источники финансирования некоммерческих организаций 249	249
<i>Бессарабова А. А.</i> Инновационная маркетинговая деятельность: от традиционного к виртуальному рынку 254	254
<i>Какалыева Г.</i> Проблемы и задачи цифрового маркетинга 257	257
<i>Китайцева В. В.</i> Трансформационные изменения в маркетинге 260	260
<i>Кузьменко В. Л., Нилова Е. Е.</i> Подходы и основные проблемы социальной идентификации бренда 263	263
<i>Леонович О. С.</i> История социальной рекламы 266	266
<i>Мелентьева О. В., Васильченко А. А.</i> Этические аспекты маркетинга и рекламы 269	269
<i>Помаз И. В., Помаз В. Э.</i> Тенденции развития маркетинговых исследований на современном этапе развития цифрового общества 272	272
<i>Роздольская И. В., Волобуев А. А.</i> Использование подходов креативного маркетинга как маркетинговой технологии для увеличения продаж 277	277
<i>Сардак Е. В.</i> HR-бенчмаркинг как инструмент стратегического планирования 281	281

VI. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА, ГОСУДАРСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ 284

<i>Бессарабов В. О., Мейдер Е. В.</i> Методология диагностики угроз экономической безопасности предпринимательской деятельности 284	284
<i>Гюнтер И. Н., Молчанова Л. А.</i> Институционно-правовые проблемы развития кооперации в России 286	286
<i>Демидов С. С.</i> О конкурентных преимуществах субъектов рынка юридических услуг 290	290
<i>Исаенко Е. В., Тарасова Е. Е., Исаенко А. В.</i> Сравнительный анализ развития общественного питания региональных потребсоюзов центрального федерального округа 295	295
<i>Кушарова М. П.</i> О цифровых технологиях в кооперативном движении (проблемы и перспективы) 305	305
<i>Лешков А. В.</i> Специфика «женского вопроса» в деятельности профессиональных союзов Гомельщины в 1920–1930-е годы 308	308
<i>Мороз О. Н., Андриевский В. О.</i> Стратегия экономической устойчивости с целью повышения эффективности результатов деятельности кооперативной организации 311	311
<i>Нилов Д. Г., Максименко Н. В.</i> Обращения о нарушении избирательного законодательства: особенности правового регулирования 316	316
<i>Пыргарь Е. А., Афонченко Т. П.</i> Использование информационных технологий в различных сферах деятельности, риски применения, правовое регулирование 319	319
<i>Чистякова О. А.</i> Обеспечение устойчивости потребительской кооперации в сфере услуг 325	325
<i>Латышев О. Ю., Павлович С., Луизетто М.</i> Административно-правовое регулирование предпринимательской деятельности 329	329
<i>Латышев О. Ю., Павлович С., Луизетто М.</i> Тенденции в области административно-правового регулирования предпринимательской деятельности 334	334

VII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, КОНТРОЛЯ, АНАЛИЗА И ФИНАНСОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	339
<i>Антонец В. Г.</i> Векторы развития рынка финансовых технологий	339
<i>Антонова М. В., Шутенко А. А.</i> Финансовое мошенничество в России: аналитический аспект	343
<i>Виногоров Г. Г.</i> Нефинансовая отчетность субъектов хозяйствования Республики Беларусь: ее таксономия с помощью теории графов как кандидата в члены БРИКС	347
<i>Гасанова Н. Т.</i> Теоретические аспекты влияния цифровизации на ведение аудита	350
<i>Езерская Т. А.</i> Использование инструментария финансовой диагностики в процессе управления финансовыми ресурсами организаций	354
<i>Лихущина В. К., Усачева О. В.</i> Проблемы тарифообразования субъектов естественных монополий в Республике Казахстан	358
<i>Матусевич Е. А., Шатров С. Л.</i> Проблемы актуализации содержания и классификации основных средств в соответствии с их ролью на этапе цифровизации экономики	362
<i>Матусевич Е. А., Шатров С. Л.</i> Экономический анализ использования и состояния основных средств: инструментарий оценки, интерпретация показателей, информационная база	367
<i>Медведев А. В.</i> Интеграция цифровых решений в системы управления предприятием: вызовы и перспективы	371
<i>Самоховец М. П.</i> Финансовое обеспечение устойчивого развития аграрного сектора Республики Беларусь	376
<i>Сидоренко Ю. Ю.</i> Финансовая резистентность как объект стратегического управления	380
<i>Сухарева Л. А., Малетова Т. С.</i> Постулаты аудита: анализ и оценка	383
<i>Толкачева Е. Г., Протасова Н. Я.</i> Анализ платежеспособности организации на основе изучения денежных потоков	387
<i>Тресницкий А. Б., Качан Н. А., Литвинов В. Д.</i> Совершенствование методики формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности	391
<i>Шеховцов В. В., Мاستихина О. Ю., Адонина А. А.</i> Классификация земельных участков сельскохозяйственного назначения	395
<i>Шухман М. Э.</i> Характеристика основных признаков корпорации	398
VIII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	402
<i>Аксенов А. Н.</i> Система заготовок белорусской потребкооперации послевоенного периода (1943–1991 гг.)	402
<i>Винокуров Д. В.</i> Образовательные и бизнес-альянсы как инструменты стратегии импортозамещения в сфере потребительской кооперации	405
<i>Вишневецкая Л. В.</i> Потенциал интернет-ресурсов в области воспитания студентов	413
<i>Завьялова С. В., Завьялова А. А.</i> Формирование духовно-нравственных ценностей у обучающихся через изучение истории Нижегородского края	417
<i>Злотников А. Г.</i> Демографические волны в социальных процессах Беларуси	419
<i>Казанникова Д. А.</i> Искусственный интеллект и обучение иностранным языкам	424
<i>Князькова Е. В.</i> Сочетание традиционных подходов и современных информационно-коммуникационных технологий в обучении иностранному языку	429
<i>Колесникова А. В.</i> О суверенизации содержания социо-гуманитарных дисциплин	433
<i>Лебедева С. Н.</i> Научный потенциал Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации	436
<i>Саркисян Л. Г.</i> Сбалансированная система педагогических условий образовательной среды на основе онлайн-технологий	440
<i>Федорцова Е. Г.</i> Диалоговая площадка «Русский язык как язык межнационального общения»: реализация традиционных и инновационных методов обучения	445
<i>Цепелева Н. В.</i> Проблема формирования иерархии духовно-нравственных ценностей в курсе «Основы российской государственности»	448
<i>Чаянкова Г. М.</i> Воспитательный потенциал дисциплины «История белорусской государственности»	452
<i>Юрис Т. А.</i> Комбинирование традиционных методов обучения и информационно-коммуникационных технологий на занятиях по социально-гуманитарным дисциплинам	455

IX. МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКИЕ, ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ	459
<i>Козлова Т. В.</i> Питание и компонентный состав тела студентов специальной медицинской группы факультета информационных технологий	459
<i>Коростелева Н. А., Галынская Ю. С.</i> Проблема формирования потребности в здоровом образе жизни в подростковом возрасте.....	462
<i>Маркевич О. П.</i> Оптимизация уровня физического здоровья студентов средствами физической культуры	465
<i>Науменко Н. Т.</i> Физическая культура и спорт: проблемы и современные пути решения.....	468
<i>Степанцов В. М.</i> Физкультурно-оздоровительные технологии в физическом воспитании студентов.....	471

CONTENTS

I. SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF NATIONAL AND GLOBAL ECONOMY	12
<i>Alekseenko T., Damasevich K.</i> Budget policy: world practice and national peculiarities	12
<i>Asumani K., Daroshka V.</i> Using the concepts of VUCA- and BANI-worlds in shaping ESG principles.....	16
<i>Bazyleva M.</i> Internal labor migration and its impact on the labor market	19
<i>Klimovich L., Kozhevnikov D., Kolb I., Sviridovich O.</i> Effectiveness of organizational personnel evaluation methods in modern conditions.....	25
<i>Likhtanskaya O., Bakaeva V.</i> The essence of economic and social tasks of personnel management of enterprises and organizations in conditions of personnel shortage	28
<i>Maksimchikova O.</i> Innovation activities of business sector in the Republic of Belarus.....	32
<i>Mishchenko V., Mishchenko L.</i> Development of the innovative potential of the Republic of Belarus.....	35
<i>Moroz O., Bakarsov E., Markelova K.</i> Bankruptcy as a socio-economic problem of the national and world economy.....	39
<i>Ostanin M.</i> The essence of the region's food market.....	43
<i>Prokhorov V.</i> Tool for technological audit of enterprises in industrial clusters	49
<i>Sapozhnikov A.</i> Role of external and internal relations in Russian Federation grain subcomplex functioning	51
<i>Sivashchanka L.</i> Inflation: the essence of the phenomenon and its regulatory instruments	55
<i>Solovyeva V., Mytareva E.</i> Global coalition for social justice in addressing social challenges.....	59
<i>Timoshenko M.</i> External labor migration in the Republic of Belarus: analysis of the basic data of migration registration.....	63
<i>Tsishkouskaya T., Suzko I., Kolesnik O.</i> The use of information technology in modern society.....	69
<i>Tsishkouskaya T., Suzko I., Rudkovskaya M.</i> Social problems of the global economy	72
<i>Tomashevskaya E.</i> The essence of the concept of small business in modern business conditions.....	77
<i>Fomina M., Goroshchenko V.</i> Features of human resource management in organizations of the public sector of the economy	81
<i>Chepeleva I.</i> Problems of socio-economic support of the potential of the sphere of childhood	84
<i>Chernyavsky M.</i> Food security of the Republic of Belarus: main trends	88
<i>Chernyakov V.</i> Resource potential of self-sufficiency of the agro-industrial complex of the region	94
<i>Iuvko P.</i> An approach to the development of public-private partnership in the field of physical culture and sports	98
II. ISSUES OF QUALITY ASSURANCE, SAFETY, AND EXAMINATION OF GOODS IN MODERN CONDITIONS	101
<i>Ban M., Kadolych Zh., Timoshenko S.</i> Ways to improve the range of flour sweets produced by JSC Gomelkhlbeprom	101

<i>Vinogradova A.</i> Quality of light industry goods in the Russian market	104
<i>Vladimirov S., Kopysova T.</i> Implementation of the HACCP system at restaurant enterprises	108
<i>Kotomenkova O.</i> The choice of polymer packaging for food storage	111
<i>Matveyeva O.</i> Export and import of meat products in the context of the development of the Russian economy	114
<i>Nilova L.</i> The role of ingredient composition in the formation of the quality of cereal bars during the production process	119
<i>Petukhov M., Lilishentseva A., Krivko I.</i> About falsification of juice products and methods of it's detection	122
<i>Popova N., Medvedkova I., Perets A.</i> Development of an innovative functional food product based on apple puree with a cranberry component	126
<i>Roschyna Ye., Zhakun D.</i> Quality control and safety of low-humidity bakery products in production conditions	130
<i>Sytsko V., Bagryantseva E., Kustova A.</i> On the issue of assessing the quality and competitiveness of shampoos	134
<i>Tabatorovich A., Stepanova E., Bakaitis V.</i> Analysis of the assortment and quality formation of enriched and specialized dairy products at the regional level	140
<i>Tabatorovich A., Stepanova E., Bakaitis V.</i> Prospects for the use of enriching additives in confectionery products	146
<i>Chistyakova V.</i> Risk management at fish processing enterprises	150
<i>Shilov A., Petukhov M.</i> Production and consumption of food chicken eggs in Belarus	152
III. USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN VARIOUS FIELDS OF ACTIVITY.....	156
<i>Aletdinova A., Kapelyuk Z.</i> Using analytics systems to develop online sales	156
<i>Andronov A., Basharina D., Brueva V.</i> Information technology in the field of business	160
<i>Atdayeva O.</i> Use of information and communication technologies in education	163
<i>Burzun M.</i> The use of artificial intelligence technology in the field of reducing the accident rate of marine navigation in the Arctic region	167
<i>Vasilenko S., Bekasov K.</i> The use of artificial intelligence in space research	170
<i>Makarau V.</i> New approaches to service and attracting customers using digital technologies in retail trade	174
<i>Milekhina O., Adova I., Koldunova I.</i> Modeling the space of results of digital transformation of retail enterprises	178
<i>Mukhtorzoda S., Chernyakov M.</i> Risks of using information technology in various fields of activity	181
<i>Pahrabenka S.</i> Efficiency of using Internet services in the educational process	184
<i>Piatachenko A., Letiuk S.</i> Research of the world market for artificial intelligence	188
<i>Chernyakov I., Chernyakov M.</i> Digital transformation of consumer cooperation	193
<i>Yazhanova H.</i> The role of digital solutions in the modern economic system	196
IV. COMMERCE AND LOGISTICS IN THE TRANSFORMATION ECONOMY: TRENDS AND DRIVERS OF DEVELOPMENT	199
<i>Vinokurov N.</i> Mechanisms and tools for management during the implementation of innovations at a motor transport enterprise in the field of consumer cooperation	199
<i>Golubeva I.</i> Development of logistics and its impact on the economy of the Republic of Belarus	205
<i>Hurskaya S.</i> Innovations in the regulation of e-commerce in the Republic of Belarus	209
<i>Makrinova E., Voronkov A.</i> Technological innovation at points of sale is the basis for the growth of competitive advantages of online retail trade	213
<i>Matuzenko E.</i> Trends in the development of retail trade in Russia	217
<i>Strebkova L.</i> Trends in the development of the Russian FMCG market	221
V. MARKETING IN THE CONTEXT OF SOCIAL TRANSFORMATION.....	225
<i>Antonova V.</i> Marketing research as an important element of improving the efficiency of a restaurant business enterprise	225

<i>Baybardina T., Burtseva O., Guskova A.</i> Modern trends in master's training at the Belarusian trade and economic university of consumer cooperation	230
<i>Baybardina T., Golovko S., Guskova A.</i> Organizational and legal forms of non-profit organizations in the Republic of Belarus	233
<i>Baybardina T., Isaeva X., Guskova A.</i> The role of franchising in the activities of non-profit and charitable organizations	236
<i>Baybardina T., Kulenkov A., Guskova A.</i> Types of fundraising and their features in modern society	240
<i>Baybardina T., Mamochkina M., Guskova A.</i> Sponsorship as one of the most effective social marketing tools	245
<i>Baybardina T., Rubanova C., Guskova A.</i> Sources of funding for non-profit organizations	249
<i>Bessarabova A.</i> Innovative marketing activities: from the traditional to the virtual market	254
<i>Kakalyeva G.</i> Problems and challenges of digital marketing	257
<i>Kitaytseva V.</i> Transformational changes in marketing	260
<i>Kuzmenka V., Nilova E.</i> Approaches and main issues of social brand identification	263
<i>Leanovich V.</i> History of public service advertising	266
<i>Melentjeva O., Vasilchenko A.</i> Ethical aspects of marketing and advertising	269
<i>Pomaz I., Pomaz V.</i> Trends in the development of marketing research at the current stage of development of the digital society	272
<i>Rozdolskaya I., Volobuev A.</i> Using creative marketing approaches as a marketing technology to increase sales	277
<i>Sardak H.</i> HR benchmarking as a strategic planning tool	281
VI. ECONOMIC AND LEGAL PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIETY, THE STATE AND CONSUMER COOPERATION	284
<i>Bessarabov V., Mejder E.</i> Methodology of diagnostics of threats to the economic security of entrepreneurial activity	284
<i>Gyunter I., Molchanova L.</i> Institutional and legal problems of cooperation development in Russia	286
<i>Demidov S.</i> About the competitive advantages of legal services market entities	290
<i>Isaenko E., Tarasova E., Isaenko A.</i> Comparative analysis of public catering development in regional consumer unions of the central federal district	295
<i>Kusharova M.</i> About digital technologies in the cooperative movement (problems and prospects)	305
<i>Leshkov A.</i> Specificity of the "women's issue" in the activities of trade unions of the Gomel region in the 1920–1930s	308
<i>Moroz O., Andrievsky V.</i> Strategy of economic sustainability to increase the effectiveness of the results of a cooperative organization	311
<i>Nilov D., Maksimenko N.</i> Appeals on violations of electoral legislation: features of legal regulation	316
<i>Pyrhar Ya., Afonchenko T.</i> The use of information technologies in various fields of activity, the risks of application, legal regulation	319
<i>Chistyakova O.</i> Ensuring the sustainability of consumer cooperation in the service sector	325
<i>Latyshev O., Pavlovich S., Luisetto M.</i> Administrative and legal regulation of business activities	329
<i>Latyshev O., Pavlovich S., Luisetto M.</i> Trends in the field of administrative and legal regulation of business activities	334
VII. CURRENT ISSUES OF DEVELOPMENT OF ACCOUNTING, CONTROL, ANALYSIS AND FINANCE IN THE MODERN ECONOMY	
<i>Antonets V.</i> Vectors of the financial technology market development	339
<i>Antonova M., Shutenko A.</i> Financial fraud in Russia: an analytical aspect	339
<i>Vinogorov G.</i> Non-financial reporting of business entities of the Republic of Belarus: its taxonomy using graph theory as a candidate for BRICS membership	343
<i>Hasanova N.</i> Theoretical aspects of the influence of digitization on auditing	350

<i>Yazerskaya T.</i> Using financial diagnostic tools in the process of managing financial resources of organizations	354
<i>Likhushina V., Usacheva O.</i> Problems of tariff formation of natural monopoly entities in the Republic of Kazakhstan.....	358
<i>Matusevich A., Shatrov S.</i> Problems of updating the content and classification of fixed assets in accordance with their role at the stage of digitalization of the economy	362
<i>Matusevich A., Shatrov S.</i> Economic analysis of the use and condition of fixed assets: assessment tools, interpretation of indicators, information base	367
<i>Madzvedzeu A.</i> Integration of digital solutions into enterprise management systems: challenges and prospects	371
<i>Samokhovets M.</i> Financial support for sustainable development of the agricultural sector of the Republic of Belarus.....	376
<i>Sidorenko Yu.</i> Financial resistance as an object of strategic management	380
<i>Sukhareva L., Maletova T.</i> Audit postulates: analysis and evaluation	383
<i>Tolkacheva E., Protasova N.</i> Analysis of the organization's solvency based on the study of cash flows.....	387
<i>Tresnitskiy A., Kachan N., Litvinov V.</i> Improvement of the methodology of forming accounting (financial) statements	391
<i>Shekhovtsov V., Mastikhina O., Adonina A.</i> Classification of agricultural land plots.....	395
<i>Shukhman M.</i> Characteristics of the main features of a corporation.....	398
VIII. CURRENT ISSUES IN THE HUMANITIES AND EDUCATION: THEORY AND PRACTICE	402
<i>Aksyonov A.</i> Procurement system of the Belarusian consumer cooperatives of the post-war period (1943–1991)	402
<i>Vinokurov D.</i> Educational and business alliances as tools for import substitution strategy in the consumer cooperation sector.....	405
<i>Vishniavetskaya L.</i> The potential of Internet resources in the field of education of students	413
<i>Zavyalova S., Zavyalova A.</i> Formation of spiritual and moral values among students through the study of the history of the Nizhny Novgorod region.....	417
<i>Zlotnikov A.</i> Demographic waves in social processes of Belarus	419
<i>Kazannikova D.</i> Artificial intelligence and foreign language teaching.....	424
<i>Kniazkova E.</i> Combining traditional approaches and modern information and communication technologies in foreign language teaching.....	429
<i>Kolesnikova A.</i> On the sovereignty of the content of socio-humanitarian disciplines	433
<i>Lebedeva S.</i> Scientific potential of the Belarusian University of Trade and Economics of Consumer Cooperation	436
<i>Sarkisyan L.</i> Balanced system of pedagogical conditions of the educational environment based on online technologies.....	440
<i>Phedortsova Ye.</i> The dialogue platform “Russian language as a language of international communication”: implementation of traditional and innovative teaching methods	445
<i>Tspeleva N.</i> The problem of forming a hierarchy of spiritual and moral values in the course “Fundamentals of Russian Statehood”.....	448
<i>Chayankova G.</i> Educational potential of the discipline “History of Belarusian statehood”.....	452
<i>Yurys T.</i> The combination of traditional teaching methods and information and communication technologies in social and humanitarian disciplines	455
IX. MEDICAL, BIOLOGICAL, PEDAGOGICAL ASPECTS OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS IN THE FORMATION OF A HEALTHY LIFESTYLE.....	459
<i>Kozlova T.</i> Nutrition and body component composition of students of special medical group of the faculty of information technology.....	459
<i>Korosteleva N., Galynskaya Ju.</i> The problem of forming the need for a healthy lifestyle in adolescence.....	462
<i>Markevich O.</i> Optimizing the level of physical health of students by means of physical education....	465
<i>Naumenko N.</i> Physical culture and sports: problems and modern solutions	468
<i>Stepantsov V.</i> Fitness technologies in the physical education of students	471

I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Т. С. Алексеенко (atcpetr@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

К. А. Домасевич (atcpetr@mail.ru),
студент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

БЮДЖЕТНАЯ ПОЛИТИКА: МИРОВАЯ ПРАКТИКА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

В данной работе рассматривается бюджетная политика как ключевой инструмент государственного управления, который играет важную роль в экономическом развитии стран. Анализируется мировая практика формирования и реализации бюджетной политики, а также выявляются национальные особенности, влияющие на ее эффективность.

This article examines fiscal policy as a key instrument of public administration, which plays an important role in the economic development of countries. The article analyzes the world practice of forming and implementing budget policy, as well as identifies national characteristics that affect its effectiveness.

Ключевые слова: бюджетная политика; государственное управление; экономическое развитие; устойчивый экономический рост; социальная справедливость; международный опыт; оптимизация бюджетного процесса.

Key words: budget policy; public administration; economic development; sustainable economic growth; social justice; international experience; optimization of the budget process.

Республика Беларусь относится к странам с малой, но открытой экономикой, для которых в условиях трансформационного периода характерно усиление бюджетно-налоговых методов государственного регулирования в сочетании с поддержанием фиксированного обменного курса, политикой стимулирования развития экспортно ориентированного производства и импортозамещения.

Приоритетными направлениями бюджетной политики являются следующие:

- реструктуризация и оптимизация бюджетных расходов с их концентрацией на решении ключевых социально-экономических задач;
- проведение целенаправленной политики управления государственным долгом и активами, ограничение уровня дефицита бюджета с учетом необходимости погашения внешней задолженности;
- совершенствование бюджетного процесса, эффективное взаимодействие республиканского и местных бюджетов при их формировании и исполнении;
- дальнейшая унификация бюджетного законодательства республики с законодательством Российской Федерации в рамках создаваемого Союзного государства.

За многовековой период своего развития государственный бюджет Беларуси претерпел существенные изменения. Менялись формы и содержание бюджетного фонда, его качественные и количественные характеристики. В историческом процессе развития бюджета Республики Беларусь можно выделить этапы, соответствующие отдельным периодам развития государства.

I этап (с IX в. до конца XII в.) характеризует зарождение бюджета в волостях-княжествах Полоцкой Руси и его развитие в составе Древнерусского государства. На этом этапе закладываются основы бюджетного устройства, соответствующие отдельным периодам развития государства.

II этап (с XIII в. до конца XVIII в.) отражает развитие государственного бюджета в Великом княжестве Литовском, Речи Посполитой и заканчивается воссоединением белорусских земель с Россией. В течение этого периода продолжает формироваться бюджетная система, укрепляются бюджеты городов. Осуществлен переход к налоговому государству. Доходы государственной казны увеличиваются за счет развития косвенного налогообложения, с развитием товарно-денежных отношений все больше платежей поступает в денежной форме, происходит трансформация бюджета в финансовую категорию. Вырабатывается механизм сбора государственных доходов и контроля их поступлений. Государственная казна формируется из натуральных и денежных податей и платежей. Доходы средневекового государства включали в себя добровольные дары, договорные домены, налоги и пошлины, доходы от верхового права на бесхозное имущество.

III этап (с конца XVIII в. по 1919 г.) связан с формированием бюджетов белорусских губерний в составе России. На этом этапе формируется многоуровневая бюджетная система: образуются местные бюджеты (земские, городские, мирские), в них впервые появляются расходы на хозяйственные мероприятия территорий и социальные нужды населения. Укрепляется налоговая система, широкое распространение получают акцизы. Бюджеты белорусских губерний участвуют в формировании общеимперских доходов.

IV этап (с 1919 г. по 1990 г.) охватывает период развития бюджета Белорусской Советской Социалистической Республики (БССР) в основном в составе Союза Советских Социалистических Республик (СССР). На этом этапе проводится ряд мероприятий по реорганизации финансовых отношений на основе перестройки хозяйственного механизма, преобразования форм и методов руководства экономикой. Изменяются состав и структура доходов и расходов бюджета БССР, укрепляется доходная база местных бюджетов. Бюджетная система Беларуси формируется как часть единой бюджетной системы мощного государства, способная к самостоятельному функционированию.

V этап (с 1990 г. до настоящего времени) характеризует развитие бюджета и формирование национальной бюджетной системы Беларуси в условиях суверенитета республики и рыночных преобразований.

Бюджетная политика государства – это выработка и реализация подходов по формированию основных доходных источников, определению приоритетов в финансировании государственных расходов и регулированию дефицита бюджета.

Данная триада направлена на активное регулирование экономических процессов, обеспечивающих рост объемов производства, развитие здоровой конкурентной среды во всех секторах экономики, социальную защиту населения.

Более 70 лет бюджетная политика осуществлялась на основе общих (в Советском Союзе), принципов финансового планирования. Методическая работа по формированию бюджета проводилась централизованно Министерством финансов СССР, мало учитывала особенности республики.

С обретением Беларусью суверенитета бюджетная политика получает качественно иное содержание. Стратегический курс на построение социально ориентированной рыночной экономики (со всеми присущими ей закономерностями развития) предъявляет к бюджетной политике государства требование служить эффективным инструментом регулирования совокупного спроса, проведения антициклической или проциклической политики в зависимости от текущих экономических условий и задач. Не менее актуальной является задача обеспечения стабилизации экономики страны, в первую очередь – ее финансов.

За последние годы Министерство финансов Республики Беларусь вырабатывало новую практику формирования бюджетной политики, параллельно осуществляя большую методологическую работу в области бюджетного планирования. Действовавшая с 1991 г. бюджетная классификация, разработанная Министерством финансов Республики Беларусь, была основана на методологии, существовавшей еще в СССР, и не соответствовала новым требованиям времени. Это затрудняло процесс составления, исполнения и анализа бюджета. В то же время в процессе бюджетного регулирования появились новые для республики финансовые категории: дефицит бюджета и источники его финансирования, государственный внешний и внутренний долг.

Процесс консолидации в бюджете ряда государственных внебюджетных и бюджетных целевых фондов, формирование трансфертных отношений с юридическими и физическими лицами потребовали проведения большой работы по обновлению бюджетного законодательства.

Напряженная и целенаправленная работа дала свои результаты. Впервые в Республике Беларусь был принят Закон «О бюджетной классификации Республики Беларусь», который установил основы правового регулирования отношений, возникающих в процессе составления, утверждения и исполнения республиканского и местного бюджета, государственных внебюджетных и бюджетных целевых фондов, внебюджетных средств бюджетных учреждений и организаций. Также в новой редакции принят Закон «О бюджетной системе Республики Беларусь и государственных внебюджетных фондах», который заложил основы функционирования бюджетной системы страны. Впервые был принят Закон Республики Беларусь «О внешнем государственном долге Республики Беларусь». Обновление бюджетного законодательства должно было способствовать эффективному проведению бюджетной политики, обеспечению оперативного финансирования государственных программ, а также усилению контроля за рациональным и целевым использованием средств республиканского бюджета и целевых бюджетных фондов.

Так как наиболее важными направлениями бюджетной политики являются сбор бюджетных доходов, выполнение бюджетных обязательств, управление бюджетным дефицитом и государственным долгом, то и эффективность всей бюджетной политики может быть оценена по результативности деятельности органов исполнительной власти в указанных направлениях.

Состояние государственных финансов оказывает весьма сильное воздействие на реальную экономику, поэтому динамика основных макроэкономических показателей также может выступать одним из критериев успешности варианта осуществляемой бюджетной политики.

В качестве критериев эффективности бюджетной политики можно предложить следующие:

- уровень собираемости бюджетных доходов в целом, налогов в частности;
- уровень выполнения бюджетных обязательств;
- величина бюджетного дефицита и скорость роста государственного долга;
- объем финансовых ресурсов, отвлекаемых на обслуживание государственного бюджета;
- уровень монетизации бюджетного дефицита;
- величина валютных резервов, используемых для финансирования бюджетного дефицита;
- динамика валового внутреннего продукта;
- уровень безработицы;
- степень выполнения законодательных и приравненных к ним актов о бюджете.

Задача бюджетной политики – выбор основных особенностей (параметров) бюджета. Такими параметрами могут быть следующие:

- величина дефицита бюджета или его отсутствие;
- размеры или отсутствие государственного долга, а также время, отводимое на его погашение;
- определение долей республики и регионов в доходах и расходах бюджета, соотношение основных разделов бюджета и т. д.

Бюджетная политика может быть более мягкой и более жесткой. Она должна способствовать устойчивому и эффективному экономическому развитию страны посредством оптимизации сбора налогов и рационального планирования государственных расходов. Как правило, эта цель достигается при условии минимизации дефицита государственного бюджета и накопленного государственного долга.

Таким образом, анализ бюджетной политики, являющейся одним из основных направлений экономической политики, требует рассмотрения деятельности государства по определению основных задач и количественных параметров формирования доходов и расходов бюджета.

Поскольку основной инструмент формирования бюджетов – налоги, бюджетную политику часто называют также фискальной политикой.

Бюджетно-налоговая политика (фискальная политика) – это инструмент государственного регулирования макроэкономических процессов. Влияние оказывается не на конкретные организации или людей, но на экономику как систему.

Цель бюджетно-налоговой политики – достижение желательного для государственной власти состояния экономики.

Проведение бюджетно-налоговой политики – изменение условий и направление регулируемых государством денежных потоков таким образом, чтобы достичь желаемого результата.

Наглядный пример бюджетно-налоговой политики – изменение налоговых ставок и увеличение (уменьшение) государственных выплат населению или группам организаций для повышения (снижения) спроса, предложения, объема инвестиций.

Цели бюджетно-налоговой политики могут отличаться в зависимости от конкретной ситуации. Главными из этих целей обычно выступают следующие:

- экономический рост;
- высокий уровень занятости;
- стабильный уровень цен (низкая инфляция).

У любой фискальной политики есть одна обязательная черта – стремление к стабилизации. Так происходит потому, что никакая, даже самая гибкая экономическая система не может извлечь из внезапно благоприятных обстоятельств выгоду, сравнимую с потерями от равных по силе негативных перемен. Экономика – это структура, имеющая устоявшиеся количественные показатели и пропорции. Быстро освоить дополнительные ресурсы для нее сложно. При недостатке ресурсов система предсказуемо замедляется, а иногда и разрушается [1–2].

Бюджетно-налоговая политика – механизм, состоящий из множества параллельных и некоторого числа последовательных операций. Делать такую политику «вручную», адресно, не просто хлопотно, а невозможно. Потому реализация фискальной политики сводится к принятию государством некоторых решений, результатом которых должны стать определенные изменения в экономике страны.

Устойчивость функционирования бюджетно-налоговой политики зависит от внутренней согласованности целей и операций всей структуры.

Однако в ситуациях с множеством переменных даже самые видные экономисты преуспевают более в отыскании причин уже произошедшего, чем в построении сбывающихся прогнозов. Бюджетно-налоговая политика, хотя и пользуется математическим аппаратом, точной наукой не является. Это неизбежное следствие того факта, что решения в экономике принимаются людьми на основе их собственной психологии, а не в результате точных расчетов.

Существуют инструменты фискальной политики. Они обоснованы теорией, проверены практикой, показывают относительно высокую надежность и управляемость при расчете «на один ход вперед».

Весь аппарат фискальной политики можно (при некотором упрощении) свести к небольшому числу инструментов или механизмов, т. е. методов воздействия с предсказуемым результатом. Такими механизмами считаются изменение государственных расходов (закупок); изменение налоговых ставок; изменение государственных выплат (трансфертов) – разного рода пособий, зарплат, зависящих от государства, стимулирующих платежей.

Изменение государственных расходов (закупок) и государственных выплат (трансфертов) имеют общий источник, но отличаются по степени возмещения. При увеличении государственных закупок ближайший результат ясен, при повышении пенсий – нет.

Все известные виды бюджетно-налоговой политики принято разделять на дискреционную и автоматическую.

Дискреционная бюджетно-налоговая политика прямо основывается на конкретных решениях органов власти (об изменении налогов, повышении выплат и др.);

Автоматическая бюджетно-налоговая политика работает через «встроенные стабилизаторы» – такие законы и правила, которые меняют свое действие при изменении ситуации.

Пример «встроенных стабилизаторов» – прогрессивная шкала налогообложения. При падении доходов процент отчислений падает, что в некоторой степени помогает беднеющему плательщику. При росте доходов налоги растут, это помогает создать стабилизационный фонд, сдерживает инфляцию и отток капитала за рубеж.

Дискреционная политика может выражаться в назначении новых налоговых ставок, изменении уровня государственной поддержки, государственных закупок. Такие действия оформляются законодательными решениями.

Стабилизирующий эффект этих методик реализуется по общим сценариям:

- В периоды экономического роста происходит максимальное количество изъятий средств из оборота, в период спада размер отчислений снижается.

- Средства, накапливаемые в благополучные времена в стабилизационных фондах, возвращаются в оборот и стимулируют экономику при падении.

Способы применения этих инструментов фискальной политики разнообразны, выбираются по ситуации, не имеют строгих правил, но подчиняются естественным законам экономической системы.

Особенности бюджетно-налоговой политики Республики Беларусь полностью продиктованы экономическим положением в стране и точкой зрения государственной власти на сложившуюся ситуацию. В отличие от времен СССР, бюджетно-налоговая политика не базируется

на умозрительных, идеологических построениях. Государство только пытается достичь стабильности и роста экономики.

Добиваются этой цели двумя способами: поддержкой производственной базы страны; стимулированием экспорта производимой в Республике Беларусь продукции.

Описанные направления весьма часто вступают в противоречия между собой. Все чаще из-за того, что постепенно устаревающая структура производства не может эффективно удовлетворять потребности внешнего рынка. В ситуации выбора предпочтение обычно отдается поддержке существующих предприятий и отношений, так как их разрушение представляет собой угрозу социальных потрясений.

Следующим, еще более значимым аспектом формирования бюджетно-налоговой политики Беларуси остается высокая зависимость от экономических реалий стран-соседей, в первую очередь – Российской Федерации. Колебания нефтяных цен могут оказать на белорусскую экономику большее влияние, чем изменение налоговых ставок для целых отраслей. В таких обстоятельствах трудно ожидать внутренне согласованной и последовательной бюджетно-налоговой политики. Меры по стимулированию экономики чаще направлены на достижение конкретных результатов в краткосрочной перспективе.

Список использованной литературы

1. **Основные** направления бюджетно-финансовой и налоговой политики Республики Беларусь на 2021–2023 гг. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/mp/seminars/realizatsiya-dkp-usloviyah-monetarnogo-targetirovaniya/02-dkp-byudzhetnaya-i-makroekonomicheskaya-politika-pri-it.pdf>. – Дата доступа: 10.10.2024.

2. **Дефицит** бюджета идет на рекорд: прибыль сжимается, обязательства растут [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/ru/budgetary_policy/budgetary_legislation/. – Дата доступа: 10.10.2024.

УДК 327:339.924

К. Д. Асумани (vetal.doroshko@gmail.com),
магистрант

В. Н. Дорошко (vetal.doroshko@gmail.com),
канд. экон. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИЙ VUCA- И BANI-МИРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИНЦИПОВ ESG

Актуальность темы данного исследования заключается в растущей обеспокоенности мирового сообщества хрупкостью мироустройства и необходимости его конструктивной реформации. Целью статьи является изучению практики использования концепций VUCA- и BANI-миров в формировании принципов ESG. По результатам исследования было установлено, что в мировой практике используется три подхода: подход, основанный на независимости устойчивого развития и принципов ESG; подход, основанный на частичной интеграции принципов ESG в стратегию устойчивого развития; подход, основанный на полной интеграции принципов ESG в стратегию устойчивого развития.

The relevance of the topic of this research lies in the growing concern of the world community about the fragility of the world order and the need for its constructive reform. The purpose of the article is to study the practice of using the concepts of VUCA- and BANI-worlds in the formation of ESG principles. According to the results of the study it was found that three approaches are used in the world practice: the approach based on the independence of sustainable development and ESG principles; the approach based on the partial integration of ESG principles into the strategy of sustainable development; the approach based on the full integration of ESG principles into the strategy of sustainable development.

Ключевые слова: VUCA- и BANI-миры; принципы ESG; устойчивое развитие; хрупкость; неопределенность; стейкхолдеры.

Key words: VUCA- and BANI-worlds; ESG principles; sustainable development; fragility; uncertainty; stakeholders.

История парадигмы VUCA-мира начинается с 1985 г., когда американские экономисты У. Беннис и Б. Нанус представили описание будущего состояния мировой экономики накануне окончания «холодной войны». По их мнению, кризис в Союзе Советских Социалистических

Республик и грядущий его распад бесповоротно изменит ландшафт мирового порядка, приведя к возникновению множества новых полюсов политических сил и экономических интересов. Парадигма расшифровывалась следующим образом: V (Volatility) – мировая экономика становится все более изменчивой и непостоянной ввиду ускорения научно-технического прогресса, глобальной смены парадигмы с «военного противостояния» на «общество потребления»; U (Uncertainty) – изменчивость порождает неопределенность и сложность планирования действий на всех уровнях социально-экономической системы, заставляя действовать интуитивно или вслепую; C (Complexity) – в изменчивом и хаотическом мире возрастает сложность принятия решений и оценки их последствий для бизнеса, отрасли и экономики в целом; A (Ambiguity) – отсутствие четких ориентиров и частая смена трендов развития рынков приводит к «дилемме заключенного»: не только любой выбор направления развития, но и его отсутствие может привести к краху [1–2].

Если сначала использование парадигмы VUCA-мира было распространено в политической и военной среде, то уже к концу 2000-х гг. она получила распространение в предпринимательской среде, на ее методологической основе появился новый финансовый институт – венчурный фонд, который был ориентирован на управление жизненным циклом проектов с высокой степенью неопределенности конечного результата. Впоследствии сформировался отдельный сегмент финансового рынка, на котором обращались капиталы таких фондов, парадигма VUCA интегрировалась в реальность предпринимательского сектора большинства стран мира, включая Россию и Беларусь.

Концепция BANI-мира сформировалась к 2016 г. под влиянием последствий глобализации мировой экономики и все более усиливающего взаимовлияния стран через крупнейшие транснациональные корпорации, которые выступают уже не только провайдером научно-технического прогресса, но заявляют свои собственные политические интересы и амбиции.

Однако реальное проявление BANI-факторов пришлось на 2019 г. с началом пандемии COVID-19, показавшей всю неустойчивость и хрупкость функционирующей более 40 лет парадигмы VUCA-мира. Автор концепции американский футуролог Института будущего Ж. Кашио и венчурный предприниматель Дж. Ито расшифровывают парадигму следующим образом: B (Brittle) – раскручивающаяся спираль научно-технического прогресса сформировала новый конструкт «подрывные инновации», который делает даже самые устойчивые системы хрупкими и неспособными к самосохранению и контролю над ситуацией (примерами является сеть «Интернет», являющаяся децентрализованной системой; концепция метавселенной М. Цукерберга, в которой можно устанавливать иные правила гражданского поведения и регуляции отношений между акторами); A (Anxious) – утрата индивидом ощущения стабильности и контроля ведет к перманентному стрессу и депрессии, выражающейся в нежелании принимать решения или проявлять свою позицию ввиду невозможности повлиять на происходящие события; N (Nonlinear) – по мере становления нового уклада (Индустрии 4.0) события все больше приобретают системный характер, влияя сразу на все и всех, что является следствием усиления взаимозависимости акторов на всех микро-, мезо- и макроуровнях; I (Incomprehensible) – информация, являющаяся фундаментом Индустрии 4.0, генерируется в столь больших объемах, что индивид перестает быть способным к ее качественной обработке и усвоению, что приводит к снижению понимания происходящих процессов и ухудшению управляемости бизнесом и невозможностью выстраивания долгосрочной стратегии развития [1; 3].

Кризис концепции «общества потребления» привел к вопросу о том, что интересы бизнеса и социума на самом деле могут быть гармонизированы путем нахождения точек сотрудничества. Идея о «дружбе интересов» бизнеса и общества впервые была озвучена основателем корпорации U.S. Steel Э. Карнеги: «...улучшая частные отношения с обществом для получения новых конкурентных преимуществ (действует в собственных коммерческих интересах), такой бизнес формирует общую благоприятную деловую среду, действуя в интересах устойчивого развития всего рынка и общества» [4].

Последователем революционной для того времени идеи «заботы бизнеса об обществе» выступил учредитель корпорации «Сирс» Э. Вуд, который развил идею в концепцию корпоративной социальной ответственности, заложив в нее второй важнейший постулат: без заботы об обществе у бизнеса нет будущего [5].

Формирование такого «ответственного мышления» у бизнеса сопряжено с реформами и перестроением управленческих парадигм топ-менеджмента корпораций: речь идет о пересмотре миссии и стратегических целей компаний не только как генераторов прибыли, а как социально ответственных агентов рынка, заботящихся о благополучии общества для обеспечения

собственного рыночного долголетия и устойчивого развития, а сложность признания необходимости принятия роли «ответственного агента» бизнесом явно прослеживается при изучении определения термина «ESG».

Так, по мнению Р. В. Акермана, ESG представляет собой форму корпоративной политики, при которой в качестве стратегических приоритетов ставятся проблемы, ценности и интересы социума, а функциональное назначение ESG-принципов заключается в гармонизации интересов социума и бизнеса и разработке схем практической реализации инструментов корпоративной социальной ответственности в области социального инвестирования, экологизации поведения компании [3, с. 93].

В соответствии с трактовкой ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000:2010 “Guidance on social responsibility”) ESG – ответственность коммерческой организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через этическое поведение. Функциональное назначение парадигмы ESG – решение конкретных задач, связанных с обеспечением устойчивого развития, экологически ответственного поведения, инвестиций в человеческий капитал и демографическое благополучие, сохранение культурно-ценностной идентичности социума [5].

По мнению Х. Бовена, парадигма ESG – организация корпоративного поведения бизнеса в ключе сбалансированности частных и общественных интересов и ценностей, а функциональное назначение ESG-принципов заключается в выстраивании эффективной бизнес-модели ответственного корпоративного поведения в интересах благополучия всего общества [4].

Парадигма ESG включает четыре уровня:

– Концептуальный уровень, который формируется на основе новых теорий капитализма (неокоммуитаризм и теория стейкхолдерского капитализма).

– Нормативный уровень сформирован международными документами («Цели устойчивого развития Организации Объединенных Наций», Парижское соглашение о климате и т. д.), а также наднациональными и национальными документами (например, Директива по корпоративной отчетности в области устойчивого развития Европейского союза, требования Комиссии по ценным бумагам Соединенных Штатов Америки).

– Уровень оценки и мониторинга состоит из двух ключевых компонентов: международные стандарты (наиболее известны CDP, CDSB, GRI, SASB, IIRC и TCFD) и рейтинги (например, Sustainalytics (ESG Risk Ratings); S&P Global ESG Evaluation; Moody’s ESG Solution).

– Проектный уровень включает ESG-инициативы конкретных стран, компаний и регионов. Цель данного уровня – формирование индивидуальной и (или) отраслевой стратегии устойчивого развития с учетом национальных интересов, целей и приоритетов [5].

Автором были выделены следующие основные подходы, описывающие взаимосвязь стратегии устойчивого развития и принципов ESG:

– *Подход, основанный на независимости устойчивого развития и принципов ESG.* Бизнес разрабатывает стратегию устойчивого развития, исходя из тех рыночных и социальных реалий, в которых он существует. Цели стратегии могут не быть тождественными принципам ESG, так как это может быть не актуально для бизнеса на данный момент, при этом менеджмент не отрицает возможности их использования в дальнейшем. Такой подход достаточно распространен среди российских предприятий (например, агропромышленный комплекс, строительство, машиностроение), чья продукция ориентирована на внутренний рынок или не подпадает под более жесткие экологические нормы и требования стран Запада. Менеджмент таких предприятий руководствуется прежде всего требованиями национального законодательства в области экологической, трудовой и социальной политики.

– *Подход, основанный на частичной интеграции принципов ESG в стратегию устойчивого развития.* Такой подход является переходным, является «мостиком» для менеджмента, который стремится к гармонизации внутренней корпоративной политики с лучшими мировыми практиками организации устойчивого развития бизнеса не только в технологическом, но и социальном аспектах. Важным преимуществом такого подхода является возможность выбора менеджментом тех инструментов и моделей применения принципов ESG, которые подходят к реалиям рынка и целям (задачам) развития именно сейчас с возможностью их дальнейшего пересмотра. В России такой подход достаточно популярен среди финансовых организаций (банки), которые имеют частичную интеграцию с мировыми финансовыми центрами и заинтересованы в перенимании лучшего опыта для обеспечения собственных конкурентных преимуществ. Среди промышленных предприятий такой подход заметно распространен среди новых бизнесов, вышедших из стартап-индустрии, так как зачастую они ориентированы в своей продукции

на зарубежные рынки или планируют привлекать иностранные инвестиции по линии «зеленой» экономики [4].

– *Подход, основанный на полной интеграции принципов ESG в стратегию устойчивого развития.* Такой подход характерен для предприятий, которые ориентированы на экспортные поставки в западные страны, к чьей продукции предъявляются строгие экологические требования. Кроме этого, применение принципов ESG необходимо для обеспечения конкурентных преимуществ, в частности защиты возможности присутствия на зарубежных рынках. Подход распространен среди предприятий нефтегазового, металлургического, нефтехимического секторов [5].

Список использованной литературы

1. **Талеб, Н. Н.** Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / Н. Н. Талеб. – М. : Колибри ; Азбука-Аттикус, 2019. – 768 с.
2. **Шипкова, О. Т.** Инструменты планирования и принятия решений в условиях глубокой неопределенности как основа проактивной позиции экономического субъекта / О. Т. Шипкова, Е. Н. Акимова, О. В. Шатаева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. : Экономика. 2022. – № 2. – С. 127–141.
3. **VUCA-реальность:** система инструментов управления организацией в современной нестабильной среде / О. Л. Рывкина [и др.] // Экономика стр-ва и природопользования. – 2022. – № 1–2. – С. 53–61.
4. **Вострикова, Е. О.** ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт / Е. О. Вострикова, А. П. Мешкова // Финансовый журн. – 2020. – Т. 12. – № 4. – С. 117–129.
5. **Каримова, С. А.** Корпоративная социальная ответственность как источник социального капитала организации : моногр. / С. А. Каримова. – М. : Креативная экономика, 2020. – 208 с.

УДК 33.331.5

М. Н. Базылева (basyleva@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент
Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

ВНЕШНЯЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА

В статье рассмотрены проблемы занятости и внешней трудовой миграции в контексте современных процессов цифровизации экономики. Область применения результатов – деятельность органов управления в сфере регулирования трудовых отношений, демографической политики.

The article considers the problems of employment and the accumulation of human capital in the context of the digitalization of the economy. The scope of the results is the activity of governing bodies in the field of regulation of labor relations, demographic policy.

Ключевые слова: занятость; заработная плата; миграция; мотивация труда; нестандартные формы занятости; цифровая экономика.

Key words: employment; wages; migration; labor motivation; non-standard forms of employment; digital economy.

Одной из составляющих системы национальной безопасности страны является экономическая безопасность, которая затрагивает практически все стороны жизни государства. Существует тесная взаимосвязь экономической безопасности с системой национальных государственных интересов, которые заключаются в обеспечении независимости, территориальной целостности, суверенитета, незыблемости конституционного строя; устойчивом экономическом развитии и высокой конкурентоспособности белорусской экономики; достижении высокого уровня и качества жизни граждан.

Миграционная политика Республики Беларусь в сфере внешней трудовой миграции направлена на защиту национального рынка труда от неконтролируемого притока иностранной рабочей силы и смягчение ситуации на внутреннем рынке труда за счет трудоустройства белорусских граждан за границей.

Основополагающим нормативным правовым актом, регулирующим сферу внешней трудовой миграции, является Закон Республики Беларусь «Об изменении Закона Республики Беларусь “О внешней трудовой миграции”» от 30 декабря 2022 г. № 233-3.

Закон регулирует отношения в области внешней трудовой миграции, связанные с трудоустройством и осуществлением трудовой деятельности по трудовым или гражданско-правовым договорам в государстве трудоустройства граждан Республики Беларусь, иностранных граждан или лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь; с трудоустройством и осуществлением трудовой деятельности по трудовым договорам в Республике Беларусь иностранных граждан или лиц без гражданства, не имеющих разрешения на постоянное проживание в Республике Беларусь.

Трудоустройство в Республике Беларусь иностранцев, не имеющих разрешений на постоянное проживание в Республике Беларусь, может осуществляться при содействии юридических лиц, индивидуальных предпринимателей или иностранных организаций, оказывающих услуги по подбору персонала; самостоятельно.

Трудоустройство за пределами Республики Беларусь может осуществляться при содействии юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, имеющих лицензию на осуществление деятельности, связанной с трудоустройством за пределами Республики Беларусь; самостоятельно, т. е. без содействия юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Законодательством Республики Беларусь, регулирующим внешнюю трудовую миграцию, предусмотрена защита прав трудящихся-мигрантов как въезжающих на территорию Республики Беларусь, так и выезжающих за границу для занятия трудовой деятельностью.

В 2023 г. иностранные граждане и лица без гражданства (далее – иностранцы) въезжали на территорию республики свыше 1,6 млн раз. В 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года количество иностранных граждан, приезжающих в Беларусь на работу, увеличилось с 10 739 до 13 460, а число белорусских граждан, выезжающих при содействии юридических лиц и индивидуальных предпринимателей для трудоустройства за рубеж, сократилось с 5 590 до 4 535.

Наибольшее количество раз Государственную границу Республики Беларусь пересекли граждане России (763 222), Литвы (330 508), Латвии (104 778), Украины (76 729), Польши (64 224) и Казахстана (31 626).

По состоянию на 31 декабря 2023 г. на учете в территориальных органах внутренних дел (ОВД) состояло более 217 тыс. иностранцев, в том числе 48 тыс., имеющих разрешение на временное проживание, из них 21,8 тыс. прибывших на учебу, более 9,1 тыс. – для осуществления трудовой деятельности, а также более 168 тыс. постоянно проживающих. Процедуру регистрации в ОВД прошли 67 тыс. иностранцев, что на 10% меньше чем в аналогичный период прошлого года (74,5 тыс.).

По регионам иностранцы распределяются следующим образом: г. Минск – более 50 тыс.; Минская область – 34,4; Гомельская – почти 29; Витебская – 28,7; Брестская – более 27,1; Гродненская и Могилевская – 20,6 и 20 тыс., соответственно.

Основное количество въехавших в Беларусь на работу иностранцев составили граждане России (3 243), Китая (2 370), Туркменистана (2 087) и Украины (1 369).

Подавляющее большинство трудящихся-иммигрантов, въехавших в Республику Беларусь для работы на основании специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью, прибыло по рабочим специальностям (3 885). В качестве квалифицированных работников и специалистов трудилось 2 155 человека, а также 915 – на должности руководителей, 270 иностранцев прибыло в качестве работников, занятых в сельском хозяйстве, 2 339 – в сфере обслуживания и торговли.

Россия, как и Беларусь, создала беспрепятственные условия для трудовых мигрантов и членов их семей – граждан стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Граждане пяти стран союза, прибывающие в Российскую Федерацию с целью трудоустройства, при въезде в обязательном порядке указывают в миграционной карте цель въезда «работа». Срок временного пребывания определяется сроком действия заключенного трудового или гражданско-правового договора. При этом трудящимся не требуется получения разрешений на работу, сдачи экзаменов на знание русского языка, истории и основ законодательства Российской Федерации.

Нормативные правовые акты в сфере трудовой миграции в России соответствуют положениям Договора о Союзе. На территории всех государств-членов ЕАЭС действует прямое признание дипломов и квалификаций, не требуется прохождения процедуры нострификации документов об образовании.

Особенности белорусской трудовой миграции в Россию обуславливаются территориальной близостью стран (особенно Витебская, Гомельская и Могилевская области Беларуси ориентируются на российский рынок труда). Сдерживающих инструментов со стороны России относительно белорусских граждан не просматривается, так как масштабы миграционных потоков из Беларуси не носят угрожающий характер. Важным фактором выступают мигранты из таких стран, как Узбекистан, Таджикистан, Азербайджан, Украина, которые, будучи более масштабными по численности, предлагают дешевый труд. При этом белорусские мигранты этнически ближе россиянам как по знанию языка, так и по славянской внешности, что является более комфортным для работодателя [1–3].

Белорусские трудовые мигранты ориентированы не только на Москву или Санкт-Петербург. Хотя половина из них трудоустроивается в городах Центрального федерального округа, в Северо-Западном федеральном округе трудится около четверти трудовых мигрантов из Беларуси, в Южном – около 15%, в Приволжском и Уральском федеральных округах – по 5%.

Дать точный анализ масштабам российско-белорусской трудовой миграции затруднительно по причинам расхождения статистических данных Министерств внутренних дел обеих стран. Значительная доля трудовых мигрантов оформляется на работу уже по месту прибытия или работает по гражданским договорам подряда, что искажает статистику. Поэтому России и Беларуси актуально развивать общие подходы к миграционному взаимодействию, особенно на фоне осуществления интеграционных процессов, в том числе и в сфере трудовых отношений.

В Республике Беларусь создана национальная система предоставления убежища, основанная на международной признанной концепции убежища. Определены государственные органы, осуществляющие управление в области вынужденной миграции, разработана и принята необходимая законодательная база, соответствующая современным тенденциям развития международной правовой защиты лиц, ищущих убежище, создана необходимая инфраструктура для приема вынужденных мигрантов.

Всем иностранцам, прибывающим на территорию нашей страны и имеющим опасения, связанные с возвращением в государство гражданской принадлежности или прежнего обычного места жительства, гарантирован доступ на территорию страны и к процедуре предоставления статуса беженца, дополнительной защиты или убежища.

За период действия законодательства о вынужденной миграции в Республике Беларусь (с 1997 г.) более 14,2 тыс. иностранцев из 88 стран мира обратились в компетентные органы с ходатайствами о предоставлении статуса беженца, дополнительной защиты или убежища в Республике Беларусь (далее – ходатайство о защите).

В 2023 г. количество иностранцев, обратившихся с ходатайствами о защите, составило 1 395 (в 2022 г. – 2 572).

С ходатайствами о защите обратились выходцы из 27 государств. География стран, откуда в страну прибывали вынужденные мигранты, в сравнении с предыдущим годом, в основном не изменилась.

Заявители из Украины являлись самой многочисленной группой вынужденных мигрантов. Их насчитывалось 1 083 человека, что составляло 77,6% от общего числа ходатайствующих о защите (в 2022 г. – 2 352 человека, 91,4%). Значительно увеличилось количество обращений, поданных иностранцами, прибывшими из стран дальнего зарубежья. Так, в 2023 г. обратилось 249 человек, что составило 17,8% от общего числа ходатайствующих о защите (аналогичный период прошлого года – 162 человека, 6,3%). Кроме того, с ходатайствами о защите обратились граждане Латвии (26 человек), Польши (5 человек), Болгарии (4 человека), Израиля и Литвы (по 3 человека) и ряда других стран.

В 2023 г. Департаментом и управлениями по гражданству и миграции Главного управления внутренних дел Минского городского исполнительного комитета, Управления внутренних дел областных исполнительных комитетов приняты решения в отношении 1 631 иностранцев, ходатайствующих о защите (в 2022 г. – 2 046).

В отчетном периоде доля иностранцев, которым предоставлена одна из форм защиты, предусмотренная законодательством Республики Беларусь, составила 78,6% от общего числа решений, принятых по ходатайствам о защите (в 2022 г. – 76,2%). При этом доля иностранцев, получивших статус беженца, составила 1%, получивших дополнительную защиту – 77,6% (в 2022 г. иностранцы, получившие статус беженца, – 0,9%, получившие дополнительную защиту – 75,2%).

Значительный процент положительных решений по ходатайствам о защите обусловлен тем, что в отчетный период большую часть ходатайствующих составляют иностранцы, при-

бывшие из регионов, охваченных вооруженными конфликтами (Украина, Афганистан и Йемен).

С учетом нестабильной обстановки в ряде государств, из которых в Беларусь прибывают вынужденные мигранты, прогнозируется, что количество лиц, ищущих убежище в Республике Беларусь, в предстоящем периоде не уменьшится.

С целью анализа воздействия трудовой миграции на рынок труда проведем корреляционно-регрессионный анализ. Исходные данные для выявления влияния трудовой миграции на рынок труда представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для выявления влияния трудовой миграции на рынок труда, чел.

Год	Выехавшие из Беларуси	Валовой внутренний продукт (ВВП)	Уровень грамотности, %	Уровень занятости, %	Производительность труда, р./ч	Продолжительность жизни, лет	Средняя заработная плата, р.
2017	10 703	8 356	99,8	52,5	64,7	74,3	931
2018	11 093	5 981	99,8	52,8	67,2	74,6	1 024
2019	9 061	5 052	99,8	53,1	70,1	74,9	1 164
2020	4 723	5 791	99,8	52,2	66,8	74,1	1 313
2021	5 732	6 351	99,8	51,7	64,2	73,6	1 541
2022	5 490	6 814	99,8	51,9	62,1	72,9	1 818
2023	4 535	6 377	99,8	52,1	63,5	73,2	2 071

Примечание – Источник: составлено по данным [1].

В период с 2017 по 2023 гг. количество граждан, выезжающих из Беларуси, варьировалось. Однако можно отметить общий тренд на уменьшение количества выезжающих.

В то время как количество выезжающих из страны снижалось, общий объем трудовых ресурсов оставался достаточно стабильным, с небольшими колебаниями в течение рассматриваемого периода. Регрессионная статистика представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Регрессионная статистика

Показатели	Значения
Множественный R	0,982181
R-квадрат	0,964679
Нормированный R-квадрат	-0,21193
Стандартная ошибка	1 316,663
Наблюдения	7

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Результаты регрессионного анализа показывают, что множественный R и R-квадрат демонстрируют высокую степень соответствия модели данным, что свидетельствует о сильной и положительной линейной связи между зависимой переменной и объясняющими переменными. Дисперсионный анализ представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Дисперсионный анализ

Показатели	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	6	4 734 7631	7 891 272	5,46234203	0,053043
Остаток	1	1 733 602	1 733 602		
Итого	7	49 081 233			

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Значение F-статистики (5,46234203) и уровень значимости (0,053) позволяют заключить, что регрессия в целом является статистически значимой на уровне значимости 0,05. Это указывает на то, что объясняющие переменные вместе вносят значимый вклад в объяснение изменчивости зависимой переменной. Значения коэффициентов представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Значения коэффициентов

Показатели	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
ВВП	-1,66991	1,675227	-0,99682	0,50101249
Уровень грамотности, %	0	0	65 535	0,65400757
Уровень занятости, %	4 802,307	2 535,817	1,893791	0,80700265
Производительность труда, р./ч	-2 724,77	1 619,861	-1,6821	0,34145855
Продолжительность жизни, лет	-7 579,562	6 591,219	1,149948	0,45567069
Средняя заработная плата, р.	1,84709	5,015899	-0,36825	0,77537634

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Коэффициенты регрессии позволяют оценить влияние каждой из независимых переменных на зависимую переменную. При анализе коэффициентов можно сделать вывод, что переменные «ВВП», «производительность труда» и «продолжительность жизни, лет» имеют отрицательные коэффициенты, что указывает на отрицательное влияние на зависимую переменную. Переменные «уровень занятости» и «средняя заработная плата» являются положительными, что указывает на положительное влияние на зависимую переменную.

С целью анализа воздействия трудовой миграции на рынок труда проведем корреляционно-регрессионный анализ въехавших в Беларусь. Исходные данные для выявления влияния трудовой миграции на рынок труда представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Исходные данные для выявления влияния трудовой миграции на рынок труда, чел.

Год	Въехавшие в Беларусь	ВВП	Уровень грамотности, %	Уровень занятости, %	Производительность труда, р./ч	Продолжительность жизни, лет	Средняя заработная плата, р.
2017	15 844	8 356	99,8	52,5	64,7	74,3	931
2018	16 172	5 981	99,8	52,8	67,2	74,6	1 024
2019	20 862	5 052	99,8	53,1	70,1	74,9	1 164
2020	16 368	5 791	99,8	52,2	66,8	74,1	1 313
2021	13 705	6 351	99,8	51,7	64,2	73,6	1 541
2022	11 071	6 814	99,8	51,9	62,1	72,9	1 818
2023	13 460	6 377	99,8	52,1	63,5	73,2	2 071

Примечание – Источник: составлено по данным [1].

Увеличение числа въезжающих в Беларусь может оказывать некоторое давление на рынок труда, увеличивая конкуренцию среди рабочей силы. Въезжающие в Беларусь имеют значительное влияние на рынок труда, что отражается в росте уровня занятости и средней заработной плате. Несмотря на это, другие факторы, такие как ВВП, уровень грамотности, производительность труда и продолжительность жизни, не демонстрируют значительных изменений во времени. Следовательно, трудовая миграция оказывает влияние на рынок труда, однако остальные экономические и социальные показатели остаются относительно стабильными. Регрессионная статистика представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Регрессионная статистика

Показатели	Значения
Множественный R	0,998471681
R-квадрат	0,996945698
Нормированный R-квадрат	-0,018325813
Стандартная ошибка	416,9762968
Наблюдения	7

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Регрессионный анализ данных позволяет оценить влияние различных факторов на целевую переменную. В данной модели наблюдается высокий уровень множественного R (0,998), что указывает на сильную связь между независимыми переменными и зависимой переменной.

Коэффициент детерминации R-квадрат составляет 0,997, что означает, что 99,7% вариации зависимой переменной объясняется вариациями в независимых переменных. Нормированный R-квадрат практически равен нулю, что может указывать на переобучение модели или наличие избыточных переменных. Стандартная ошибка составляет 416,98, что отражает степень отклонения наблюдаемых значений от регрессионной линии. Дисперсионный анализ представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Дисперсионный анализ

Показатели	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	Значимость <i>F</i>
Регрессия	6	56 752 138,48	9 458 689,747	65,28140465	0,053043
Остаток	1	173 869,2321	173 869,2321		
Итого	7	56 926 007,71			

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Статистика *F* для регрессии равна 65,28140465, что означает, что средние квадраты для регрессии значительно больше, чем для остатков. Это указывает на значимое воздействие независимых переменных на зависимую переменную. Значения коэффициентов представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Значения коэффициентов

Показатели	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
ВВП	2,059417	0,530531	3,881807	0,160511
Уровень грамотности, %	0	0	65535	-0,37338
Уровень занятости, %	-786,268	803,0722	-0,97908	-0,90728
Производительность труда, р./ч	2 175,421	512,9966	4,240615	0,147431
Продолжительность жизни, лет	-568,19	2 087,385	-0,2722	0,83081
Средняя заработная плата, р.	3,054731	1,588494	1,923036	0,305277

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

По результатам регрессионного анализа можно сделать вывод, что переменные, оказывающие наибольшее влияние на зависимую переменную, – это «ВВП», «производительность труда» и «средняя заработная плата». Коэффициенты для них положительны и имеют статистически значимое значение t-статистики, что указывает на значимость этих переменных в модели. Остальные переменные (уровень грамотности, уровень занятости и продолжительность жизни) не оказывают статистически значимого влияния на количество въезжающих в Беларусь.

По результатам корреляционно-регрессионного анализа можно сделать вывод, что «уровень занятости» и «средняя заработная плата» являются переменными, оказывающими наибольшее влияние на зависимую переменную (выезжающие из Беларуси), так как коэффициенты регрессии для них положительные и они имеют статистически значимое значение t-статистики. Также по результатам корреляционно-регрессионного анализа можно сделать вывод, что переменные, оказывающие наибольшее влияние на зависимую переменную, – это «ВВП», «производительность труда» и «средняя заработная плата». Коэффициенты для них положительны, имеют статистически значимое значение t-статистики.

Список использованной литературы

1. Беларусь в цифрах – 2024 / сост. И. В. Медведева. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2024. – 63 с.
2. Доклад о человеческом развитии – 2022. Труд во имя человеческого развития, резюме / сост. С. Джахан. – М. : Весь мир, 2022. – 48 с.
3. Доклад о состоянии здравоохранения в мире [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения. – Режим доступа: <http://www.who.int/whr/report/ru/>. – Дата доступа: 01.02.2022.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Статья посвящена вопросам практического применения современных методов и технологий оценки персонала, позволяющим повысить социально-экономическую эффективность. На современном этапе управление персоналом становится основным параметром, определяющим конкурентоспособность субъектов хозяйствования, тем самым организации могут достичь своих целей, лишь опираясь на высокий уровень творческого потенциала всех сотрудников.

The article is devoted to the practical application of modern methods and technologies of personnel assessment, allowing to increase socio-economic efficiency. At the present stage, personnel management is becoming the main parameter that determines the competitiveness of business entities, thereby organizations can achieve their goals only by relying on a high level of creative potential of all employees.

Ключевые слова: мотивация персонала; трудовое поведение; устойчивое развитие; управление персоналом.

Key words: personnel motivation; labor behavior; sustainable development; personnel management.

Проектная работа, совершенствование бизнес-процессов, внедрение новых персоналотехнологий в период цифровизации экономики позволяют экономить время при найме и оценке персонала. Новые технологии модернизации кадровых процедур должны подготовить руководителей функциональных служб к принятию функций кадрового менеджмента, в большей степени освобожденного от рутинных операций.

Общими направлениями государственной кадровой политики являются принятие дополнительных мер по противодействию тенденциям, оказывающим негативное влияние на кадровую безопасность; совершенствование механизма прогнозирования и планирования потребности в кадрах; упорядочение процессов трудовой миграции в целях сохранения и развития кадрового потенциала; стимулирование кадров к повышению производительности труда и уровня квалификации, а также создание благоприятных условий для работы и профессиональной карьеры; формирование действенных резервов кадров, планомерная подготовка лиц, включенных в резервы, к занятию соответствующих должностей; выработка научно обоснованных методов и форм идеологической работы, направленной на формирование гражданственности, патриотическое воспитание и создание благоприятного психологического климата в трудовых коллективах; расширение сферы применения цифровых технологий в кадровой работе с учетом необходимых мер безопасности и др.

Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, включая предоставление различных услуг, таких как онлайн-сервисы, краудфандинг, интернет-торговля, электронные платежи и др.

Цифровая экономика в последние годы является объектом пристального изучения. Современное стратегическое развитие демонстрирует повышенный интерес мирового сообщества к проблемам экологического воздействия, социального и экономического неравенства между странами и отдельными слоями населения. Под эгидой Организации Объединенных Наций, международных политических и экономических союзов проводится работа по продвижению Целей устойчивого развития, которые направлены на решение перечисленных проблем на мировом и региональном уровне. Для эффективной реализации ряда обозначенных целей важно развивать инструменты устойчивого развития, искать новые пути решения глобальных задач на уровне стран и отдельных субъектов (регионов, городов и компаний). Одним из наиболее пер-

спективных инструментов на микроуровне является применение цифровизации в качестве фактора устойчивого развития. Современная экономика основана на постоянном совершенствовании: улучшении, модернизации и изобретении новых моделей управления, продуктов системы управления [1–2].

Одним из важнейших направлений обеспечения социальной направленности устойчивого развития экономики является рационально построенная организация труда на всех уровнях управления. Организованный на научной основе труд является ведущим фактором роста его производительности и снижения затрат производства, основой обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов экономики.

Актуальность изучения данной темы определяется тем, что главная задача управления трудовыми ресурсами – налаживание эффективной деятельности организации, формирование стратегии устойчивого развития. Управление трудовыми ресурсами путем постановки и реализации целей осуществляется на основе результатов оценки потенциальных возможностей организации в условиях конкуренции. В условиях цифровизации экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современных методов и технологий управления персоналом, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность. В системе мер реализации целей устойчивого развития особое значение придается повышению эффективности и безопасности кадрового менеджмента, постановке этой работы на прочный научный фундамент, использованию накопленного в течение многих лет прогрессивного отечественного и зарубежного опыта.

Система управления персоналом представляет собой совокупность методов, приемов, технологий организации деятельности персонала.

Достаточная обеспеченность организации нужными трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеют большое значение для роста объема производства и повышения эффективности деятельности организации. Анализ и оценка управления персоналом позволяют установить наиболее действенное, соответствующее затраченному труду, материальное поощрение, выявить имеющиеся резервы, которые не были учтены плановым заданием, определить степень выполнения заданий и на этой основе разработать новые задания, ориентировать трудовые коллективы на принятие более важных планов.

Управление персоналом – одна из наиболее значимых сфер жизни организации, способная многократно повысить эффективность деятельности этой организации. Это деятельность организации, связанная с наймом сотрудников, их обучением, удержанием, мотивацией, выплатами вознаграждений и развитием.

Как правило, такими функциями в компании наделяют специальное подразделение. Оно может называться по-разному: HR-отдел, HR-департамент, служба управления персоналом, отдел кадров.

Повышенное внимание к управлению персоналом объясняется настоятельной необходимостью осмысленного включения и использования в жизни организации, общества в целом самого ценного их капитала – возможностей человека, его профессионального опыта. В системе управления персоналом отражаются принципиально важные позиции субъекта управления по отношению к человеку в организации, его способностям в сопоставлении со стратегией организации.

Одним из основных разделов анализа деятельности организации является исследование персонала. От эффективности использования персонала во многом зависят показатели объема производства продукции, уровень себестоимости и качества выпускаемой продукции, получаемый финансовый результат, экономический потенциал хозяйствующего субъекта. Цель проведения подобного анализа – выявление резервов трудовых ресурсов, более полное и эффективное их применение. При этом под эффективностью понимается ситуация, когда отдача от использования ресурсов превышает их стоимость.

Анализ трудовых показателей организации лежит в основе аудита социально-трудовой сферы организации, управление использованием персонала занимает ведущее место в системе управления организацией. Для сферы управления персоналом характерно наличие отличительных характеристик и показателей деятельности, специальных процедур и методов аттестации, эксперимента и др.; методов изучения и направления анализа содержания труда различных категорий персонала, которые позволяют оперативно оценить правильность кадровой политики.

В целях построения эффективной системы управления персоналом в условиях глобальных изменений всех сфер жизни общества усиливается необходимость пересмотреть подходы к оценке персонала как важнейшему инструменту кадрового менеджмента. На протяжении длительного времени оценка персонала оставалась формальным инструментом, чаще всего сконцентрированным на анализе соответствия работника занимаемой должности [3].

Оценка персонала – процесс определения эффективности деятельности сотрудников в реализации задач организации с целью последовательного накопления информации, необходимой для принятия дальнейших управленческих решений [4].

Процесс оценки персонала, ориентированный на развитие компании, т. е. современный подход, включает в себя постановку целей и нормативов по контролю за их реализацией, обзор (оценку) проделанной работы, а также улучшение работы, развитие компании и оценку вклада каждого работника в это развитие. Мотивация и работа сотрудника могут быть улучшены, если сотрудник четко понимает, что конкретно необходимо достигнуть.

На основе различных подходов к оценке меняются технологии и методы оценки персонала: аттестация, метод управления по целям, оценка персонала в рамках системы сбалансированных показателей, KPI; «360-градусная» аттестация; performance management и др. [5].

Практический опыт многих организаций показывает, что создание эффективной системы оценки работы персонала невозможно без привлечения к решению этой задачи специалистов, обладающих соответствующими знаниями и опытом. Это не только знания в сфере нормирования и оплаты труда, подготовки профессиограмм, но и достаточный уровень компетентности в тех аспектах управления и организационного поведения, которые связаны с оценкой трудового поведения персонала.

Оценка персонала невозможна без тщательного анализа должностных инструкций и положений, регламентирующих работу подразделений организации, разработки и использования типовых форм и бланков, анкет, методических материалов и т. п. Важный смысл имеет весь комплекс документов, используемых при подготовке и проведении процедуры оценки работы специалистов и руководителей в ходе аттестаций. Иногда подготовку методических материалов и разработку оценочных процедур поручают внешним консультантам. Оценка направлена на определение компетенций, квалификации и потенциала сотрудников и соотнесение их с целями и задачами организации для повышения эффективности использования персонала.

Выделяют две основные задачи оценки персонала: установление соответствия занимаемой должности и присвоение сотруднику квалификационного разряда. Помимо этих ключевых задач, оценка персонала направлена на решение таких задач, как реализация механизма ротации кадров, применение стимулирующих мероприятий, повышение квалификации персонала, управление карьерой персонала.

Сотрудники являются главной составляющей конечного продукта, одним из важнейших преимуществ перед конкурентами организации, качество обслуживания в организации зависит от квалификации и сознательности персонала.

Эффективность и рациональность труда является одним из важнейших показателей, характеризующих результативность трудовой деятельности людей, она выражается в достижении наибольшего эффекта при минимальных затратах труда. Разработка нововведений в системе стимулирования должна осуществляться на основе исследований существующей системы стимулирования персонала, выявления ее недостатков и возможностей, а также с учетом требований последних тенденций и специфики развития организации.

Организациям необходимо формировать культуру труда и определенную систему ценностей, которая со временем может стать фундаментом создания национальной модели управления.

Список использованной литературы

1. **Климович, Л. К.** Подходы к определению стратегии развития организации на основе высоких технологий в инновационной среде [Электронный ресурс] / Л. К. Климович, Д. Г. Кожевников // Молодежь и наука : сб. науч. ст. XII Междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2023 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; под науч. ред. Н. В. Кузнецова ; редкол. : С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – С. 67–73.

2. **О концепции** государственной кадровой политики Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 3 янв. 2024 г., № 1 // Национальный правовой интернет-портал. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 28.03.2024.

3. **Белов, Д. С.** Мотивация персонала и ее влияние на текучесть кадров предприятия / Д. С. Белов // Науч. альм. – 2019. – № 4–1 (18). – С. 24–27.

4. **Базылева, М. Н.** Мотивация труда: сущность, теории, модели / М. Н. Базылева. – Минск : Новое знание, 2015. – 301 с.

5. **Армстронг, М.** Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг, С. Тейлор. – 14-е изд. – СПб. : Питер ; Прогресс книга, 2019. – 1038 с.

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ ЗАДАЧ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА КАДРОВ

В настоящее время многие отрасли сталкиваются с массовой нехваткой рабочей силы. Это явление заставляет топ-менеджмент предприятий и организаций обратить особое внимание на проблему эффективности управления персоналом с учетом всех аспектов рынка труда. В рамках данной статьи рассмотрены сущность экономических и социальных задач управления персоналом в условиях дефицита персонала. Предложены направления решения данных проблем.

Currently, many industries are facing a massive labor shortage. This phenomenon forces top management of enterprises and organizations to pay special attention to the problem of the effectiveness of personnel management, taking into account all aspects of the labor market. This article examines the essence of the economic and social tasks of personnel management in conditions of personnel shortages. Directions for solving these problems are proposed.

Ключевые слова: дефицит кадров; экономические и социальные задачи управления персоналом; эффективность системы управления персоналом; меры по повышению эффективности управления.

Key words: personnel shortage; economic and social tasks of personnel management; efficiency of the personnel management system; measures to improve management efficiency.

В настоящее время многие отрасли сталкиваются с массовой нехваткой рабочей силы, особым дефицитом являются квалифицированные кадры. Выделяют следующие причины: возрастное изменение демографического состава работающего населения, политическая ситуация, а также растущий спрос на массовых работников в других отраслях экономики, например, в легкой промышленности за счет импортозамещения.

Это явление заставляет топ-менеджмент предприятий и организаций обратить особое внимание на проблему эффективности управления персоналом с учетом всех аспектов рынка труда, сущность экономических и социальных задач управления персоналом в условиях дефицита персонала и методы решения поставленных задач.

К числу экономических задач можно отнести следующие:

– Оптимизация затрат на труд. На рисунке 1 представлены основные направления возможной потери эффективности затрат на персонал.

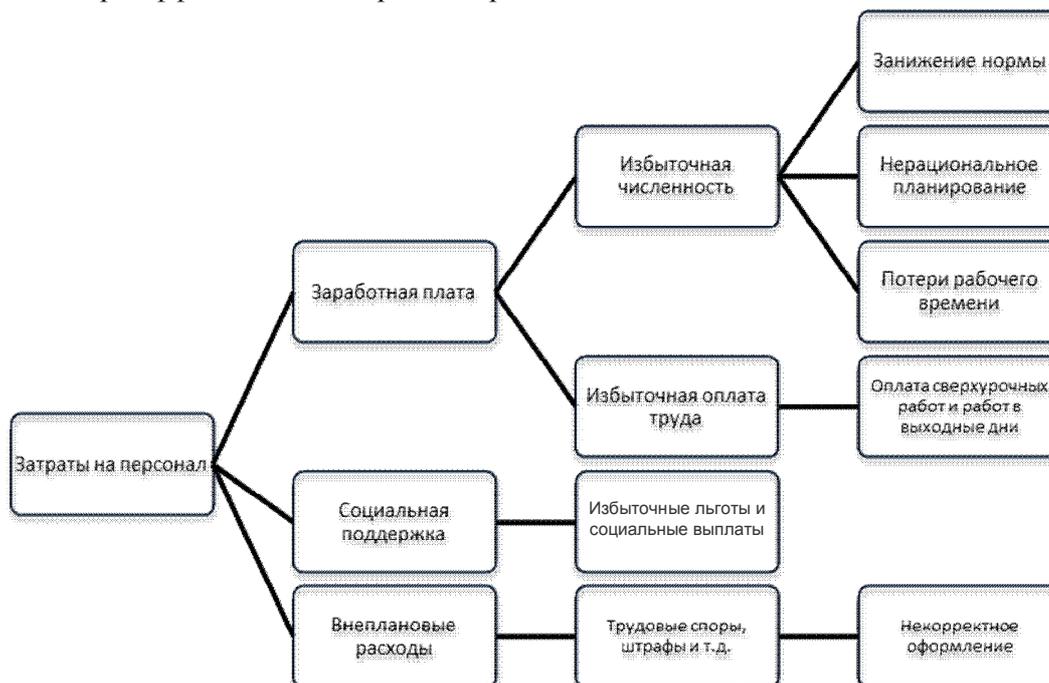


Рисунок 1 – Основные направления потерь эффективности затрат на персонал

Так как перед нами стоит проблема дефицита кадров, то пытаюсь сократить затраты на заработную плату, необходимо обратить внимание на пересмотр системы оплаты труда, рост которой должен быть четко привязан к повышению производительности труда. Различия в заработной плате и дополнительных материальных выплатах могут производиться в зависимости от профессионального статуса, уровня образования, стажа работы на предприятии, важности занимаемой должности [1].

В этих целях логично более полно использовать возможности аутсорсинга для выполнения определенных функций, привлекая необходимый персонал строго для определенного объема работы. Передача определенных функций внешним подрядчикам позволяет сосредоточиться на ключевых бизнес-процессах.

Высокий уровень мотивированности сотрудников в труде можно также обеспечить путем создания соответствующих условий труда. Это могут быть подбор подходящей подчиненному работы, повышение ее разнообразия, повышение самостоятельности в выборе способов ее выполнения, повышение квалификации, улучшение общего трудового настроя в коллективе и т. д.

– Повышение производительности труда. Одной из ключевых задач становится максимальное использование имеющихся ресурсов, при этом особое внимание необходимо уделять мероприятиям по улучшению использования рабочего времени. В этих целях необходимо укреплять трудовую дисциплину, используя для этого как административные меры, так и формы морального и материального воздействия.

Разрабатывая программы повышения производительности труда, нельзя забывать о существенных потерях предприятия из-за неявки сотрудников вследствие различных заболеваний. Поэтому особое внимание стоит обратить на характер заболеваемости у отдельных групп сотрудников, разрабатывая профилактические мероприятия (мероприятия по улучшению охраны труда, организации диетического питания и т. д.), обеспечивающие снижение уровня заболеваемости персонала [1].

Рост производительности труда не может быть обеспечен без обеспечения надлежащего баланса между личной и профессиональной жизнью. Данный баланс сегодня можно обеспечить за счет внедрения гибких форм занятости, возможности дистанционной работы. Необходимо развивать навыки работников. Инвестиции в обучение и развитие помогают повысить производительность и улучшить качество работы.

– Управление талантами. Это целенаправленная деятельность по созданию в компании системы поиска, привлечения, найма, развития и использования талантливых сотрудников, способных достигать больших результатов в бизнесе. Любой проект по управлению талантами предполагает три основные стадии, представленные на рисунке 2 [2].

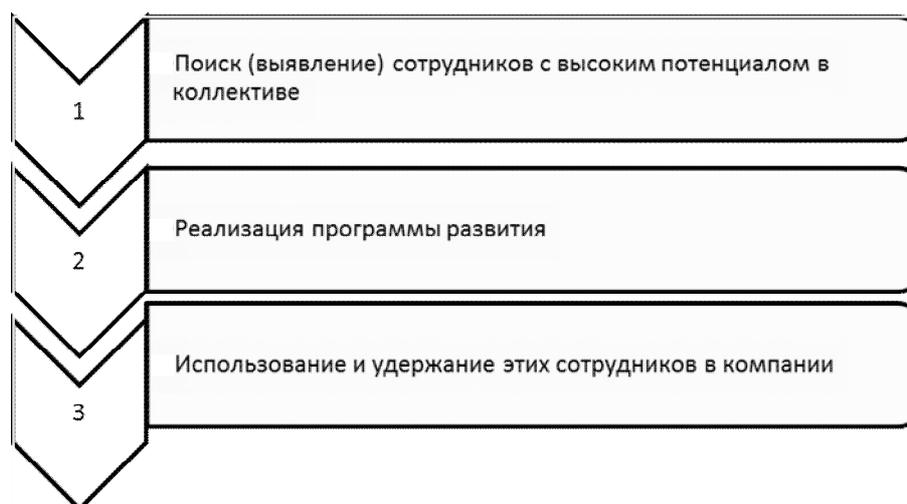


Рисунок 2 – Стадии управления талантами в организации

В условиях высокой конкуренции за кадры организациям необходимо разрабатывать программы карьерного роста и профессионального развития, нацеленные на создание хороших условий труда.

Внедрение программ наставничества на предприятии позволяет новым сотрудникам легче адаптироваться в новом коллективе, что приводит к меньшей текучести и закреплению кадров на предприятии. Это также способствует развитию сотрудников в компании [3].

Хорошие условия труда имеют прямую связь с производительностью и результативностью сотрудников, так как чувствующий заботу персонал имеет тенденцию к более высокой эффективности, работоспособности и преданности организации.

– Анализ эффективности. Использование современных технологий для мониторинга производительности сотрудников позволяет принимать обоснованные решения. Это не только способствует повышению эффективности, но и помогает выявлять проблемы.

Мониторинг персонала позволяет компаниям проанализировать, насколько подчиненные вовлечены в работу, сравнить подразделения, оптимизировать бизнес-процессы, поднять вовлечение команды и продуктивность, проводить анализ рисков, фиксировать подозрительное поведение и предотвращать инциденты. Благодаря этому руководители могут оценить нагрузку и перераспределить задачи в команде.

Мониторинг персонала не только способствует повышению эффективности, но и помогает выявлять проблемы [4].

К числу социальных задач управления персоналом обычно относят следующие:

– Создание позитивной корпоративной культуры. В условиях нехватки кадров особенно важно формировать корпоративную культуру, которая будет способствовать удержанию сотрудников. Открытое общение способствует созданию атмосферы доверия, где сотрудники могут свободно выражать свои идеи и предложения. Открытое признание достижений и поддержка инициатив персонала, внедрение систем наград за успехи способствует повышению морального духа коллектива.

– Социальная ответственность. Организации должны учитывать свою роль в обществе, заботясь о благополучии своих сотрудников. Исследование Института Гэллага показало, что люди, которые успешно сочетают пять «элементов благополучия», лучше работают. Элементы, являющиеся составляющими социального благополучия сотрудников, представлены на рисунке 3.

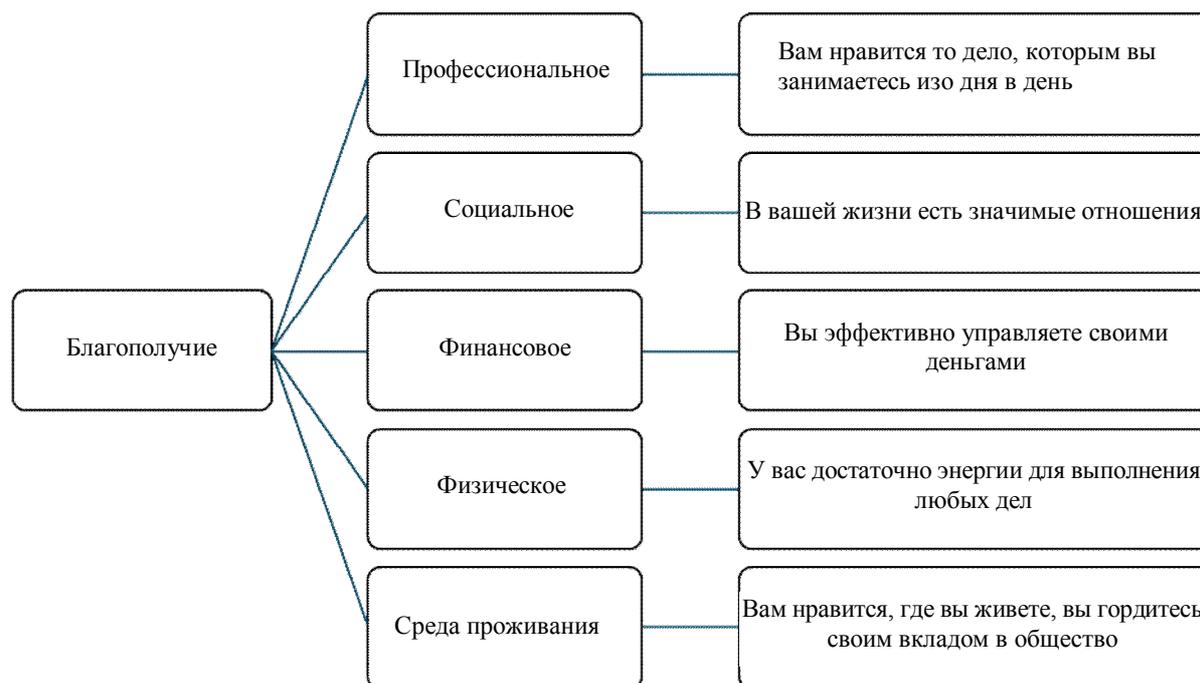


Рисунок 3 – Элементы социального благополучия

Если в организации созданы хорошие условия, то дружеские отношения на работе, согласно исследованиям, ведут к более продуктивной работе. В среднем считается, что 30% сотрудников отмечают, что на работе у них есть лучший друг. При этом у людей, у которых отсутствуют или мало социальных связей, риск смертности повышен в два раза по сравнению с теми, у которых много социальных связей. В этом заключается одно из главных направлений социальной ответственности менеджмента.

С точки зрения профессионального благополучия очень важны элементы нематериальной мотивации, такие как публичная похвала успешных команд и отделов.

С точки зрения физического благополучия необходимо создавать условия для коллективного занятия спортом (аренда дорожек в бассейне, командные спортивные соревнования и т. д.). При этом необходимо вовлекать не только сотрудников, но и членов их семей. Такие мероприятия всегда оставляют положительные эмоции и позволяют сплотить коллектив.

– Баланс работы и личной жизни. Невозможно обеспечить рост производительности труда в отрыве от баланса между личной и профессиональной жизнью. Данный баланс сегодня можно обеспечить за счет внедрения гибких форм занятости, возможности дистанционной работы.

Это может включать возможность удаленной работы или гибкого графика. В условиях дефицита кадров важно создавать условия для достижения баланса между работой и личной жизнью.

– Развитие командной работы. Эффективное взаимодействие внутри коллектива становится особенно важным в условиях нехватки кадров. Командные проекты и совместные инициативы способствуют не только выполнению задач, но и укреплению связей между сотрудниками.

Таким образом, управление персоналом в условиях дефицита кадров требует комплексного подхода, который включает как экономические, так и социальные аспекты. Инвестиции в развитие сотрудников, создание привлекательных условий труда и внимание к корпоративной культуре становятся ключевыми факторами успешного функционирования организаций.

При этом эффективное управление персоналом не только помогает справиться с текущими кадровыми проблемами, но и способно обеспечить устойчивое развитие компании в будущем за счет создания системы, учитывающей потребности персонала и экономические реалии рынка.

Список использованной литературы

1. **Власова, В. И.** Трудовые ресурсы и их использование в условиях инновационной экономики региона / В. И. Власова // Наука и образование сегодня. – 2018. – № 12 (35). – С. 61–65.
2. **Управление** человеческими ресурсами организации : учеб. / Ю. Г. Одегов [и др.] ; под ред. Ю. Г. Одегова, М. В. Полевой, В. С. Половинко. – М. : КноРус, 2019. – 583 с.
3. **Чуланова, О. Л.** Методические аспекты актуализации технологии управления талантами в работе с кадровым резервом организаций / О. Л. Чуланова, Д. А. Коростелева // Упр. персоналом и интеллект. ресурсами в России. – 2017. – № 4 (31). – С. 15–24.
4. **Дружинина, Л.** Employee Monitoring: возможности и преимущества систем [Электронный ресурс] / Л. Дружинина // Стахановец. – Режим доступа: <https://stakhanovets.ru/blog/employee-monitoring-ili-monitoring-sotrudnikov-chto-eto-takoe-i-dlya-chego-prednaznachen>. – Дата доступа: 02.09.2024.

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью статьи является исследование инновационной активности предпринимательского сектора Республики Беларусь. Сделаны выводы о наличии хороших условий для развития инноваций в стране, но есть потребность в повышении уровня предпринимательской культуры и увеличении объемов финансирования инноваций.

The article aims to research innovation activity of business sector in the Republic of Belarus. It was drawn the conclusion about good conditions for innovations development in this country but there is the need in increasing of the entrepreneurial culture level and raising innovations financing.

Ключевые слова: инновации; инновационная система; коммерческий сектор; предпринимательский сектор; глобальный инновационный индекс.

Key words: innovations; innovation system; commercial sector; business sector; global innovation index.

В настоящее время под инновациями понимается гораздо более широкий спектр решений, чем раньше. Два десятилетия назад экономисты и лица, определяющие политический курс, фокусировались на инновациях, основанных на исследованиях и разработках, которые являлись внутренними с точки зрения организации и осуществлялись преимущественно в обрабатывающей промышленности. Авторами инноваций данного типа являлись высококвалифицированные сотрудники в компаниях, интенсивно занимающихся исследованиями и разработками. Технологические достижения обязательно носили радикальный характер и появлялись на передовом рубеже научных знаний. Такая характеристика инноваций предполагала наличие лидирующих и отстающих экономик, экономики со средним и низким уровнем дохода могли довольствоваться лишь ролью «догоняющих» [1, с. 251].

В настоящее время способность к инновациям все в большей мере рассматривается как умение использовать новые технологические сочетания; она охватывает концепцию улучшающих инноваций и «инноваций без исследований».

Определение инноваций в широком смысле, сформулированное в четвертом издании «Руководства Осло» (2018 г.), разработанном Статистическим бюро европейских сообществ (Eurostat) и Организацией экономического сотрудничества и развития, положено в основу понимания инноваций для целей статистических наблюдений в данной сфере в Республике Беларусь.

Как и во многих странах мира, в Республике Беларусь развитие инноваций является ключевым фактором повышения конкурентоспособности экономики страны. Развитие инновационного предпринимательства в высокотехнологичных отраслях рассматривается как одно из направлений решения задачи по созданию новых и ускорению развития существующих наукоемких и высокотехнологичных секторов экономики в соответствии с государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы.

За период с 2017 по 2023 гг. возросло общее количество организаций, выполнявших научные исследования и разработки в Республике Беларусь, – с 454 в 2017 г. до 462 в 2023 г. На организации предпринимательского сектора, выполнявшие научные исследования и разработки, приходилось 64,3% от их общего количества в 2023 г., соответственно, 20,1% приходилось на организации государственного сектора, 15,6% – на организации сектора высшего образования [2].

Организации предпринимательского сектора являются бесспорным лидером по сумме внутренних текущих затрат на научные исследования и разработки, в 2023 г. их доля в общей сумме затрат по стране возросла до 68,1% за счет снижения доли как государственного сектора, так и сектора высшего образования.

Структура внутренних текущих затрат на научные исследования и разработки по видам исследований и разработок имеет существенные различия по секторам (данная информация была доступна в Интерактивной информационно-аналитической системе распространения официальной статистической информации до 2023 г.). Для предпринимательского сектора наибольший интерес представляют экспериментальные разработки (73,3% от общей суммы затрат

данного сектора в 2022 г.). На прикладные и фундаментальные научные исследования в 2022 г. приходилось 20,9% и 5,8% затрат данного сектора, соответственно. Распределение затрат по видам научных исследований и разработок в 2022 г. было сходным для государственного сектора и сектора высшего образования: наибольшая доля затрат приходилась на прикладные исследования, за ними следовали затраты на фундаментальные исследования [2].

Анализом условий для развития предпринимательской деятельности в стране и влияния предпринимательского сектора на развитие экономики страны и инноваций занимается группа экспертов Глобального мониторинга предпринимательства (GEM). В Опрос взрослого населения (APS) включены два показателя, характеризующие инновационность предпринимательской активности: влияние на товар (услугу) (локальный, национальный, глобальный уровень) определяется как процент взрослых людей в возрасте 18–64 лет, являющихся молодыми предпринимателями либо владельцами нового бизнеса, которые производят новый для данной местности, страны или мира продукт; влияние на технологию (локальный, национальный, глобальный уровень) определяется как процент взрослых людей в возрасте 18–64 лет, являющихся молодыми предпринимателями либо владельцами нового бизнеса, которые используют новую для данной местности, страны или мира технологию, т. е. оценивается активность предпринимателей во внедрении продуктовых и процессных инноваций [3].

Республика Беларусь впервые приняла участие в проекте «Глобальный мониторинг предпринимательства» в 2019 г. По результатам исследований за 2020–2021 гг., продуктовые инновации внедрял 21% субъектов предпринимательства, находящихся на ранней стадии развития (до 42 мес.), 18% представителей устоявшегося бизнеса (более 42 мес.). Доля новых для страны и мира продуктов составляла 6 и 2%, соответственно для ранних предпринимателей, 4 и 3% для устоявшегося бизнеса, остальные инновации классифицировались как новые для потребителей в соответствующей местности [4, с. 44]. Процессные инновации были внедрены также 21% «ранних предпринимателей» и 14% «устоявшихся предпринимателей» [4, с. 44]. Высоко- и среднетехнологичным является бизнес (6% «ранних предпринимателей» и только 2% «устоявшихся предпринимателей»).

Измерение инноваций, инновационной активности субъектов экономики представляет собой непростую задачу. В мире накоплен некоторый опыт в этом направлении. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) исследует прогресс стран в инновациях с точки зрения вклада в инновации, т. е. наличия для их развития условий, ресурсов, с точки зрения результатов инновационной деятельности. Здесь реализуется идея о том, что затраты в развитие науки, инноваций, человеческого капитала, инновационной среды сегодня готовят почву для результатов инновационной деятельности завтра. Всего используется 78 показателей: 53 из них объединены в пять групп блока ресурсов инноваций (институты, человеческий капитал и исследования, инфраструктура, уровень развития рынка, уровень развития бизнеса), 25 – в две группы блока результатов инновационной деятельности (результаты в области знаний и технологий, результаты творческой деятельности). Итоговый индекс, на основе которого выстраивается рейтинг стран, рассчитывается как среднее двух субиндексов – вклада в инновации и результатов инновационной деятельности. Несмотря на то, что в первом блоке гораздо больше показателей, вес каждого из них при расчете итогового индекса одинаковый [1, с. 252].

В докладе ВОИС «Глобальный инновационный индекс – 2024: открывая перспективы для социального предпринимательства» приводятся данные об инновационном развитии 133 стран [1]. Республика Беларусь заняла 85-е место, сместившись с 80-го, которое страна занимала в рейтинге 2023 г.

Республика Беларусь занимает высокие позиции либо среди всех стран рейтинга Глобального инновационного индекса (ГИИ), либо в соответствующей группе стран по уровню дохода по отдельным показателям пяти компонентов ГИИ. Страна отличается высоким уровнем образования населения, подготовки специалистов математического, технического и инженерного профиля, доступа к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) и использования ИКТ, занятости в сфере наукоемких услуг. С точки зрения результатов инновационной деятельности Республика Беларусь имеет сильные позиции по количеству патентных заявок резидентов, разработке полезных моделей, многокомпонентности (сложности) производства и экспорта, экспорту информационно-телекоммуникационных услуг, сертификации продукции по системе менеджмента качества ISO 9001 и скачанным мобильным приложениям.

Наибольшие риски для развития инновационной системы страны со стороны ресурсов, в соответствии с докладом ВОИС «Глобальный инновационный индекс – 2024: открывая перспективы для социального предпринимательства», связаны с регуляторной средой, невысокой предпри-

нимательской культурой, слабыми возможностями доступа к финансированию инноваций. В компонентах результатов инновационной деятельности наиболее слабые позиции Республика Беларусь занимает по показателям стоимости частных компаний с миллиардной капитализацией, расходам на программное обеспечение, стоимости глобальных брендов.

Еще один вариант исследования инновационной системы страны предлагает Европейская комиссия в форме Европейского инновационного табло (European innovation scoreboard (EIS)). Тридцать два показателя табло объединены в четыре группы: базовые условия, инвестиции, инновационная деятельность, влияние. Национальный статистический комитет Республики Беларусь предоставляет данные по четырнадцати показателям EIS. За период с 2017 по 2022 гг. произошли положительные изменения в таких компонентах EIS, как «базовые условия», «инновационная деятельность» и «влияние». Возросло количество аспирантов и докторантов в области математики, естественных и технических наук; доля населения в возрасте 25–34 лет, имеющего законченное высшее образование, увеличилась с 29,8% в 2017 г. до 40,8% в 2022 г. Увеличение доли иностранных граждан, обучающихся в аспирантуре и докторантуре, в общей численности обучающихся в аспирантуре и докторантуре почти в два раза за исследуемый период (с 7,0% в 2017 г. до 13,5% в 2022 г.) может служить свидетельством повышения привлекательности научно-исследовательской среды страны [5].

Доля экспорта средне- и высокотехнологичных товаров в общем объеме экспорта товаров, а также доля экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта услуг также возросли за упомянутый период. Незначительно возросла доля малых и средних предприятий, участвующих в совместных инновационных проектах, в общем числе обследованных малых и средних предприятий (с 0,46% в 2017 г. до 0,57% в 2022 г.), но при этом значение ее невелико.

Все показатели компонента «инвестиции» снизили свои значения за исследуемый период. Доля расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в коммерческом секторе в валовом внутреннем продукте сократилась с 0,40% в 2017 г. до 0,31% в 2022 г.; доля расходов на инновации, не связанные с НИОКР, в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг) снизилась с 1,43 до 0,42%, а расходы на инновации на одного занятого в экономике сократились с 287,4 до 203,6 р. [5]. Динамика названных показателей перекликается с оценкой факторов, препятствующих развитию инноваций, организациями промышленности в Республике Беларусь. По результатам опроса, организованного Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, наибольшее препятствие представляют собой экономические факторы: более двух третей опрошенных организаций оценили следующие факторы как значительные или решающие с точки зрения препятствий для инноваций: недостаток собственных средств, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, длительные сроки окупаемости нововведений.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Коммерческий сектор имеет наибольшую заинтересованность в финансировании экспериментальных разработок, нежели фундаментальных или прикладных исследований. Республика Беларусь имеет сильные позиции в создании условий для развития инноваций в сфере образования и инфраструктуры, а также в области распространения знаний и онлайн-креативности, отмечается невысокая предпринимательская культура, слабые возможности доступа к финансированию инноваций. Субъекты предпринимательства, находящиеся на ранней стадии развития, являются более активными как во внедрении продуктовых, так и процессных инноваций, чем устоявшийся бизнес.

Решение любой проблемы начинается с ее идентификации. Преодолению препятствий для развития инноваций и увеличению вклада предпринимательского сектора в данный процесс может содействовать развитие соответствующей предпринимательской культуры в белорусском обществе. Наличие мотивации к ведению предпринимательской деятельности, основанной на инновациях, является мощным источником для решения всех задач, в том числе связанных с финансированием.

Список использованной литературы

1. **Global Innovation Index 2024: Unlocking the Promise of Social Entrepreneurship**, 17th Edition [Electronic resource] // World Intellectual Property Organization. – Mode of access: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4756>. – Date of access: 29.09.2024.
2. **Интерактивная** информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Рес-

публики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search?code=1063065>. – Дата доступа: 27.09.2024.

3. **Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing** [Electronic resource] // Global Entrepreneurship Monitor. – Mode of access: <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>. – Date of access: 25.09.2024.

4. **Глобальный мониторинг предпринимательства: GEM-Беларусь 2021–2022 гг.** / [Электронный ресурс] // Центр экономических исследований. – Режим доступа: <https://beroc.org/upload/medialibrary/2da/2da746a1918dd7594056133e7faf2e08.pdf>. – Дата доступа: 24.11.2023.

5. **Отдельные показатели Европейского инновационного табло (EIS 2022) по Республике Беларусь** [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/nauka-i-innovatsii/godovye-dannye/?special_version=Y. – Дата доступа: 28.09.2024.

УДК 332.146.2:338.2:33(476)

В. А. Мищенко (speszak@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. В. Мищенко (Ludmila.v.m@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современной экономике инновации представляют собой эффективное средство повышения конкурентоспособности организаций, поскольку ведут к созданию новых продуктов и выходу на новые рынки, к притоку инвестиций и снижению себестоимости продукции. Кроме того, внедрение инновационных решений ускоряет научно-технический прогресс, создает новые рабочие места, повышает общий уровень экономического развития. В статье рассматриваются проблемы и основные направления развития инновационного потенциала Беларуси.

In the modern economy, innovations are an effective means of increasing the competitiveness of organizations, as they lead to the creation of new products and the emergence of new markets, the inflow of investment and the reduction of the cost of production. In addition, the introduction of innovative solutions accelerates scientific and technological progress, creates new jobs, increases the overall level of economic development. The article discusses the problems and main directions of development of the innovative potential of Belarus.

Ключевые слова: национальная инновационная система; инновационный потенциал; региональная инновационная политика; проблемы формирования инновационного потенциала; повышение эффективности использования инновационного потенциала.

Key words: national innovative system; innovative potential; regional innovation policy; problems of formation of innovative potential; increase of efficiency of innovative potential use.

Повышение эффективности функционирования экономики страны тесно связано с ускоренным развитием инновационной сферы. Активизация инновационной деятельности способствует подъему и эффективному развитию экономики, ее технологической и социальной модернизации. При помощи инноваций создаются новые, расширяются действующие производства, появляются дополнительные рабочие места, обеспечиваются освоение и выход на рынок новых товаров и услуг.

Внедрение инноваций все больше рассматривается ими как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности.

Получение новых знаний и технологий и их эффективное применение в социально-экономическом развитии определяет роль и место страны в мировом сообществе, уровень жизни народа и обеспечение национальной безопасности.

Инновационная политика призвана обеспечить эффективность стимулов для расширения научной и инновационной деятельности, их предсказуемость для фирм [1, с. 15].

Во многих странах переход на инновационный путь стал возможен благодаря созданию национальных инновационных систем (НИС), что позволило высокоразвитым странам обеспе-

чить технологические прорывы и поддержать конкурентоспособность своей экономики на самом высоком уровне.

Ключевая роль в формировании НИС принадлежит государству, которое устанавливает правила функционирования НИС, а также обеспечивает необходимую ресурсную поддержку, включая финансирование.

Республика Беларусь обладает огромным инновационным потенциалом, который состоит из множества компонентов. Однако в то же время наша страна находится в состоянии реализации начальных этапов перехода к инновационной парадигме развития. Это связано в основном с проблемами эффективного функционирования инновационной среды внутреннего характера, а также со слабым развитием инфраструктуры для инноваций. Выделяют следующие причины низкой эффективности национальной инновационной системы:

- неразвитость инновационной инфраструктуры и недостаточная нормативно-правовая база, например, отсутствие отлаженной и эффективно функционирующей системы венчурного финансирования, страхования инновационных инвестиций, лизинга и т. д.;

- структурный экономический дисбаланс (приоритет отдается сырьевым и производственным секторам, а не инвестиционным процессам);

- инновационная устойчивость бизнеса, низкий спрос на инновационные продукты;

- отсутствие налаженной системы отношений «государство – наука – бизнес».

В этом аспекте инновационный рост национальной экономики должен обеспечиваться за счет глобализации сферы высоких технологий, в то же время Беларусь должна занять важное место на мировом рынке, а также за счет междисциплинарного характера должна создать прорывные инновации.

Для отечественной экономики предпосылками для реализации парадигмы инновационного развития могут быть признаны развитие промышленной и технологической политики, основанной на многоуровневом принципе, реструктуризация промышленного сектора и модернизация производства, развитие высокотехнологичного прорыва технологии реформирования системы образования и развития триады отношений «наука – бизнес – государство».

В последние годы в Республике Беларусь проводилась целенаправленная работа по сохранению и развитию научного, научно-технического и инновационного потенциала. Совершенствовалась система управления наукой, расширялась и укреплялась на современной основе законодательная и нормативно-правовая база научно-инновационной деятельности, реорганизовывалась академическая наука, принимались меры по повышению уровня инновационности производства, развитию информационной и инновационной инфраструктуры, малых и средних наукоемких производств, комплекса высоких технологий и т. д.

В 2006 г. в Республике Беларусь была принята Концепция Национальной инновационной системы, в которой была отражена перспективная модель НИС, ее теоретико-методологические и институционально-правовые компоненты, а также основные направления государственной политики по формированию и развитию НИС и меры по их реализации. Также основная идея НИС была отражена в важнейших долгосрочных и среднесрочных программных документах страны, таких как Национальная стратегия устойчивого развития, Государственная программа инновационного развития, Программа социально-экономического развития Республики Беларусь.

В результате реализации соответствующих программных документов по развитию Национальной инновационной системы была сформирована законодательная база для осуществления инновационной деятельности; получили развитие финансовые механизмы поддержки субъектов инновационной инфраструктуры, инновационного предпринимательства; сформированы механизмы реализации приоритетных направлений развития науки и технологий, поддержки научных организаций, осуществляющих деятельность по данным направлениям; получили развитие кооперационные связи между отдельными научными организациями, учреждениями образования и производственными организациями; возросла инновационная активность ведущих промышленных организаций государства.

На территории Республики Беларусь действуют Республиканский центр трансфера технологий, региональные центры трансфера технологий, инновационные центры, бизнес-инкубаторы, центры коллективного пользования оборудованием, которые обеспечивают материально-техническое, финансовое, организационно-методическое, информационное обслуживание инновационной сферы.

Ряд факторов ограничивают развитие НИС. В первую очередь это слабость основных структурных компонентов или подсистем НИС. Ухудшает сложившуюся ситуацию неразви-

тость механизма венчурного финансирования, фондового рынка, а также отсутствие эффективной системы налоговых льгот и преференций для субъектов инновационной деятельности и инфраструктуры.

Для достижения целей, определенных Государственной программой инновационного развития, а также Концепцией НИС, необходимо изменить подход к финансированию научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), значительно расширив перечень прямых и косвенных инструментов (гранты, налоговые льготы и кредиты).

Ведущие мировые эксперты, исследующие модели НИС различных стран, признают, что наиболее эффективной является не модель треугольника, где главная роль принадлежит одному из элементов НИС, а модель «тройной спирали» (Triple Helix), в которой инновации рождаются на основе активного взаимодействия определенных институтов (власти, бизнеса и науки) на каждом этапе создания инновационного продукта.

Ключевым моментом современной рыночной экономики должна стать эффективная национальная инновационная система, способная максимально использовать имеющиеся возможности для интеграции науки, образования и производства. Приоритет следует отдать производству новых знаний и инновационных идей, осуществляемому в рамках фундаментальных исследований академического и университетского сектора науки, что позволит изменить существующую структуру экономики.

Для объективного признания результатов и темпов развития инновационной сферы важна система оценок, учитывающая наибольшее число важнейших факторов и максимально защищенная от субъективного подхода. Такая система разработана в виде мировых рейтингов стран, которые составляются на основе объективных количественных показателей одновременно для многих государств. Наиболее полную оценку результатов и темпов развития государств можно получить, анализируя Глобальный индекс инноваций (ГИИ) и Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума (ИГК ВЭФ).

За весь период вхождения Республики Беларусь в ГИИ с 2012 г. наиболее высокие показатели она продемонстрировала в 2015 г., когда заняла 53-ю строку в рейтинге, а индекс составил 38,2 балла, самый низкий был зафиксирован в 2017 г. – 88-е место (30,0 баллов). По результатам рейтинга 2022 г. Республика Беларусь занимает 77-е место среди 132 стран мира и 38-е место среди 39 стран Европы.

Одним из ключевых факторов, повлиявших на позиции Беларуси в рейтинге, является разработка мобильных приложений. По этому показателю наша страна заняла 6-е место в мире. Мобильные приложения выступают как разновидность глобальной торговли цифровыми товарами и, следовательно, дают представление о том, как инновации, производство и торговля цифровыми творческими продуктами и услугами развиваются в инновационной экономике.

В соответствии с ГИИ наиболее сильными сторонами сферы инноваций в республике являются развитый человеческий капитал и система образования, характеризующаяся сохранением высокого уровня зачислений в учреждения высшего образования и выпуска кадров технических специальностей. Традиционно низкие позиции в рейтинге ГИИ Республика Беларусь демонстрирует по институциональным индикаторам, характеризующимся недостаточной развитостью бизнес-среды и слабой эффективностью функционирования инновационной инфраструктуры, несовершенством нормативно-правового регулирования инновационной сферы и т. д.

Показатели Европейского инновационного табло свидетельствуют, что Республика Беларусь обладает такими сильными сторонами инновационного развития, как высокий уровень образования и востребованность отечественных наукоемких услуг за рубежом. Однако недостаточное государственное финансирование и низкая инновационная активность организаций малого и среднего предпринимательства являются слабыми сторонами инновационного развития Республики Беларусь.

В последнее десятилетие Республика Беларусь была активным участником процесса создания элементов инновационной инфраструктуры – финансовых механизмов, включая финансирование производственно-технологической и информационной инфраструктуры и т. д. Однако принимаемые меры не всегда были системными и последовательными, в итоге появились отдельные не взаимоувязанные компоненты инфраструктуры коммерциализации.

Как показывают современные исследования, большинство организаций в инновационной деятельности сталкиваются с экономическими, производственными и прочими трудностями. К наиболее весомым экономическим факторам можно отнести недостаток собственных денежных средств, высокий экономический риск и стоимость нововведений, низкий уровень спроса со стороны потребителей на инновационную продукцию, недостаточную финансовую под-

держку со стороны государства, а также длительные сроки окупаемости капиталовложений в инновации. К факторам производственного характера относятся собственный низкий инновационный потенциал, неготовность организаций к освоению научно-технических достижений, недостаточный уровень квалификации кадров, недостаток информации о новых технологиях и рынках сбыта.

Проблему финансирования инновационной деятельности в регионе необходимо решать путем активизации поиска новых источников финансирования – венчурные инвестиции, частный капитал (соинвестирование, общественное финансирование). Особо следует отметить отсутствие средств венчурных фондов как источника финансирования инноваций организаций области. При этом в развитых странах в последние два десятилетия именно венчурное финансирование инновационных проектов считается наиболее эффективной и распространенной частной формой интенсификации инновационной деятельности. Как правило, венчурное финансирование осуществляется в двух основных формах – путем приобретения акций новых фирм либо посредством предоставления кредитов различного вида, обычно с правом конверсии в акции [2].

Таким образом, основными проблемами формирования инновационного потенциала являются следующие: инновационно активные организации испытывают недостаток средств на нововведения, обусловленный высокой стоимостью новых разработок, низким уровнем возмещения затрат на инновации со стороны государства, значительным сроком окупаемости нововведений, низким уровнем мотивации организаций и недостаточно развитой инновационной инфраструктурой. Все указанные факторы оказывают негативное результирующее воздействие на состояние инновационного потенциала регионов Республики Беларусь.

Основными направлениями оптимизации инновационного процесса, направленного на формирование и повышение эффективности использования инновационного потенциала, являются следующие:

- значительные льготы и субсидии для инновационно активных организаций;
- активное участие в фондах рискованного капитала государства;
- интеграция инноваций в существующие правила поддержки НИОКР;
- субсидирование инновационной инфраструктуры для оказания услуг и помощи инновационно активным организациям;
- переподготовка и мобильность научно-исследовательского персонала между университетами и инновационно активными организациями;
- поддержка объединений ведущих научных институтов для решения региональных проблем инновационного развития;
- расширение участия государства в финансировании инноваций для любых форм собственности организаций;
- развитие института венчурного финансирования;
- совершенствование системы патентования и законодательства об авторских и смежных правах;
- дальнейшая оптимизация и либерализация хозяйственного законодательства.

Список использованной литературы

1. **Богдан, Н. И.** Инновационная политика и поиск новых источников экономического роста: мировые тенденции и вызовы для Беларуси / Н. И. Богдан // Бел. экон. журн. – 2017. – № 1. – С. 4–23.
2. **Официальный сайт** Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.09.2024.

БАНКРОТСТВО КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматривается банкротство в качестве одной из основных социально-экономических проблем национальной и мировой экономики. Цель исследования заключается в представлении значимости конкурентоспособности отдельно хозяйствующих субъектов для национальной и мировой экономики. Результаты исследования могут быть полезны для кооперативных организаций, стремящихся повысить свою эффективность и обеспечить устойчивый рост.

The article considers unemployment as one of the main socio-economic problems of the national and global economy. The purpose of the research is to present the importance of competitiveness of individual economic entities for the national and global economy. The results of the study can be useful for cooperative organizations seeking to improve their efficiency and ensure sustainable growth.

Ключевые слова: банкротство; финансовая устойчивость; эффективность; безработица.

Key words: bankruptcy; financial stability; efficiency; unemployment.

Мировое экономическое пространство сталкивается с рядом серьезных проблем финансовой несостоятельности субъектов хозяйствования, которые затрагивают как отдельно взятые страны, так и глобальное сообщество в целом. Эти проблемы оказывают влияние на жизнь миллионов людей, формируют геополитические решения и определяют стратегические решения экономического сообщества. В данной статье будет рассмотрена одна из ключевых социально-экономических проблем – банкротство.

В современной практике хозяйствования наблюдается значительное повышение числа хозяйствующих субъектов, что приводит к повышению уровня конкуренции в различных секторах экономики. Таким образом, проблема выживания предприятий и организаций становится весьма актуальной. Для успешной конкуренции на рынке товаров и услуг компаниям необходим постоянный мониторинг финансового и экономического состояния, а также умения экстренно реагировать на негативные постфакторы, приводящие к снижению эффективности хозяйственной деятельности.

Научная значимость темы исследования неоспорима. В условиях современной рыночной экономики любое предприятие может столкнуться с рядом проблем – нестабильностью финансового положения, неплатежеспособностью, банкротством. Ключевым условием устойчивой работы выступает непрерывный мониторинг финансовой деятельности. Также это позволит организациям избежать финансовых проблем в текущем периоде. Для прогнозирования вероятности и предотвращения банкротства используется оценка риска банкротства.

Банкротство большого ряда предприятий за короткий промежуток времени приводит к увеличению структурной безработицы. Люди теряют свои рабочие места, что может привести к уменьшению налоговых поступлений в федеральные и местные бюджеты и потере валового внутреннего продукта.

Безработица остается одной из основных проблем национальной и мировой экономики. Недостаток рабочих мест увеличивает социальное неравенство, ухудшает качество жизни людей и снижает потенциал экономического роста. Для борьбы с безработицей необходимо содействовать созданию новых рабочих мест, инвестировать в образование и подготовку кадров, а также содействовать развитию предпринимательства и инноваций.

Ниже приведены данные банкротства предприятий в Российской Федерации за последние несколько лет. Тут указываются организации, находящиеся на стадии открытого конкурсного производства, не учитываются организации, в которых осуществляются другие стадии банкротства (наблюдение, санация и внешнее управление) (рисунок 1).



Рисунок 1 – Количество банкротств предприятий в Российской Федерации за I квартал 2022 г. – I квартал 2024 г.

Наблюдается снижение количества организаций-банкротов за рассматриваемый период. Это свидетельствует о том, что кредиторы стали активнее использовать механизм внесудебного урегулирования долга. Активнее всего через процедуру банкротства проходят предприятия, находящиеся в крупных городах и регионах. За первый квартал текущего года лидировали Москва (478 организаций-банкротов), Московская область (212 предприятий-банкротов), Санкт-Петербург (143 такие организации), а также Республика Татарстан и Краснодарский край (82 и 57 предприятий, прошедших процедуру открытого конкурсного производства) [1].

В условиях глобализации безработица становится мировой проблемой, так как экономики различных стран тесно связаны между собой. Мировая безработица может быть вызвана международными экономическими кризисами, изменениями в мировой торговле, миграцией рабочей силы и другими факторами. Международная организация труда и Всемирный банк работают над разработкой стратегий по борьбе с мировой безработицей, предлагая рекомендации по улучшению условий труда, образования и поддержки предпринимательства в различных странах.

Практические навыки в применении методик оценки вероятности банкротства, знание подходов к проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности, а также умения в разработке плана оздоровления предприятия, являются неотъемлемой частью для качественного управления финансовой деятельностью предприятия.

Рассмотрим определения понятия «банкротство» представленные в научной, учебной, периодической литературе, а также нормативно-законодательных актах.

По мнению Д. А. Ендовицкого, «банкротство, с одной стороны – это процедура, непосредственно применяемая арбитражным судом к должнику либо для восстановления платежеспособности, либо для ликвидации в целях соразмерного удовлетворения требований кредиторов; с другой стороны, банкротство – это состояние, при котором организация неспособна исполнить требования кредиторов по истечении трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены; банкротство является юридическим фактом, так как только арбитражный суд может признать факт банкротства» [2].

Е. В. Будько, проводя терминологический обзор понятия банкротства, трактует его «как степень несостоятельности должника, подтвержденная судебным актом (решением) о введении процедуры конкурсного производства, при которой восстановление способности по полному удовлетворению требований кредиторов, по денежным обязательствам и (или) исполнению обязанностей по уплате обязательных платежей становится объективно невозможным» [3].

Из вышесказанного следует, что экономисты подходят к определению банкротства с двух сторон: для первых банкротство – результат кризиса хозяйствующего субъекта, для других – оно является юридической процедурой, которая заключается в признании арбитражным судом невозможности организации полностью удовлетворить требования кредиторов.

Далее рассмотрим понятие «банкротство» в контексте законодательства. В соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ, «несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей» [4].

Причины банкротства разделяются на внешние и внутренние (рисунки 2 и 3). Внутренние причины можно оперативно выявить и устранить в ходе текущей деятельности. Другая ситуация обстоит с внешними факторами, приводящими к банкротству. Они могут оказывать существенное влияние на финансовое состояние предприятия, однако никак не зависят от действий хозяйствующего субъекта.

В то время как внутренние причины банкротства могут быть своевременно выявлены и устранены, внешние факторы никак не зависят от действий предприятия и могут оказывать существенное влияние на его финансовое состояние.



Рисунок 2 – Внешние причины банкротства

Управленческие	Материально-технические	Организационные	Социально-экономические
<ul style="list-style-type: none"> • низкий уровень компетентности руководства; • незаконное использование служебного положения; • консервативный склад ума; • неплодотворное управление предприятием; • принятие неправильных решений; • слишком стремительное расширение бизнеса; • отсутствие долгосрочной концепции развития; • нерациональное использование прибыли 	<ul style="list-style-type: none"> • слабое материально-техническое обеспечение; • значительный уровень морального и физического износа основных фондов; • снижение эффективности использования материально-технических ресурсов и производственной мощности основных фондов; • недостаток оборотных средств и их низкая оборачиваемость 	<ul style="list-style-type: none"> • неэффективность и нерациональность организации производственного процесса; • высокие издержки; • неэффективное управление затратами; • большие условно-постоянные расходы; • применение неэффективных методов управления; • заключение руководством предприятия экономически нерентабельных сделок; • проблемы с поставками сырья и материалов 	<ul style="list-style-type: none"> • результаты неудачной реструктуризации и реорганизации; • неэффективная маркетинговая политика; • невосприимчивость деятельности предприятий к инновациям; • неэффективное управление инвестиционными ресурсами

Рисунок 3 – Внутренние причины банкротства

Внешние факторы опаснее внутренних по причине того, что организации никак не могут воздействовать на них. Тогда как их последствия могут быть катастрофичными для компании. Однако внутренние причины (управленческие и организационные), связанные с неэффективностью внутренней системы, нередко приводят к банкротству. Чем точнее предприятие определяет вероятные причины банкротства, тем эффективнее работает институт финансовой несостоятельности (банкротства) [5].

Также выделяют следующие виды банкротства в законодательной и финансовой практике:

– Реальное банкротство. Предприятие неспособно восстановить свою финансовую устойчивость и платежеспособность в предстоящем периоде по причине реальных потерь используемого капитала.

– Техническое банкротство. Организация имеет значительную просрочку по дебиторской задолженности.

– Криминальное банкротство. Собственники предприятия стремятся недобросовестно завладеть собственностью (преднамеренное банкротство, фиктивное банкротство, неправомерные действия при банкротстве).

Результатом банкротства отдельных предприятий выступает безработица. Она является серьезной социально-экономической проблемой как национального, так и мирового масштаба. Для ее решения необходимо совместное усилие правительств, международных организаций, бизнеса и общества в целом. Приоритетными направлениями борьбы с безработицей должны стать создание рабочих мест, обучение и переквалификация населения, стимулирование экономического роста и развитие социальной защиты населения.

Требуется еще активнее использовать процедуры финансового оздоровления и внешнего государственного управления с целью дальнейшего сокращения количества предприятий-банкротов, что положительно отразится на социально-экономической ситуации в национальной экономике.

Список использованной литературы

1. **Инфографика:** банкротства в России за I квартал 2024 г. [Электронный ресурс] // Новости и публикации. – Режим доступа: <https://probankrotstvo.ru/articles/infografika-bankrotstva-v-rossii-za-i-kvartal-2024-goda-5545>. – Дата доступа: 13.09.2024.

2. **Ендовицкий, Д. А.** Финансовый анализ / Д. А. Ендовицкий, Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева. – 4-е изд. перераб. – М. : КноРус, 2021. – 304 с.

3. **Будько, Е. В.** Несостоятельность и банкротство предприятий в России / Е. В. Будько // Глобальный науч. потенциал. – 2012. – № 4 (13). – С. 62–66.

4. **О несостоятельности** (банкротстве) [Электронный ресурс] : Федер. закон, 26 окт. 2002 г., № 127-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2024.

5. **Полисюк, Г. Б.** Характеристика банкротства как важнейшей экономической категории в условиях кризиса и основные причины его возникновения / Г. Б. Полисюк, С. С. Чистопашина // Экон. анализ: теория и практика. – 2011. – № 47. – С. 52–56.

УДК 631.153

М. К. Останин (mkacadem@gmail.com)

*Сибирский институт управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
г. Новосибирск, Российская Федерация*

СУЩНОСТЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА РЕГИОНА

Ключевым аспектом устойчивого экономического развития региона является формирование продовольственных рынков как составной части агропромышленного комплекса региона. В статье определены направления, принципы, программы, проекты функционирования продовольственных рынков региона. Полученные результаты проведенного исследования представляют собой определенную аналитическую ценность для процесса организации и менеджмента регионального звена продовольственной безопасности.

A key aspect of the sustainable economic development of the region is the formation of food markets as an integral part of the agro-industrial complex of the region. The article defines the directions, principles, programs, and projects for the functioning of food markets in the region. The obtained results of the conducted research represent a certain analytical value for the process of organization and management of the regional level of food security.

Ключевые слова: продовольственный рынок; сельскохозяйственная продукция; агропромышленный комплекс; система; производство; переработка; отрасль; регион.

Key words: food market; agricultural products; agro-industrial complex; system; production; processing; industry; region.

Агропромышленный комплекс (АПК) России является одним из локомотивов формирования продовольственных рынков ее субъектов. С 2011 по 2022 гг. масштабы сельскохозяйственного производства и переработки ее продукции увеличились с 3,1 до 8,8 трлн р. Продовольственным рынкам все труднее поддерживать эту тенденцию. Индекс сельскохозяйственного производства, по информации Федеральной службы государственной статистики, к концу 2023 г. снизился на 0,3% по сравнению с ростом на 11,3% в 2022 г. Правительство рекомендует понизить целевое значение среднего годового темпа роста сельскохозяйственного производства в 2 раза. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации рекомендует правительству внести изменения в стратегию развития АПК [1].

Объем выручки от экспорта отечественной сельскохозяйственной продукции в 2023 г. в первый раз за всю историю страны составил более 45 млрд долл. США. Объем экспорта зерновых культур составил 66 млн т, в том числе пшеницы – 51 млн т, а объем поставок зернобобовых культур за пределы Российской Федерации за этот год увеличился более чем в два раза и достиг 3,5 млн т, по информации Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. Основными векторы отгрузки продукции АПК направлены в страны-члены Евразийского экономического союза, а также в Турцию, Иран, Бразилию, Китай, Египет, Индию. Например, по информации Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, масштабы двустороннего товарооборота продовольственных товаров с государствами Персидского залива за прошедшие 5 лет увеличились в 1,7-кратном размере, превзойдя истекший год на 0,1 млрд долл. США.

Бурное развитие АПК России предопределило появление большого количества научных исследований, посвященных изучению вопросов функционирования и развития продовольственных рынков. По мнению авторов, продовольственный рынок включает в себя лишь ту часть АПК, которая производит, перерабатывает, хранит и реализует пищевые продукты (рисунки 1).

<p><i>С. В. Березнев, Н. В. Кудреватых</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок является одним из важнейших в системе локальных рынков, который во многом формирует уровень удовлетворения самых необходимых жизненных (физиологических) потребностей населения, которые в свою очередь в значительной степени определяют социальное настроение и мотивационные начала многогранной человеческой деятельности.
<p><i>С. С. Воронков</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок – это взаимодействие различных отраслей экономики, совокупность которых составляет агропромышленный комплекс.
<p><i>Д. В. Лазебина, Д. В. Песков, И. Ю. Мамонтова</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок – это система экономических отношений, возникающих между производителями и потребителями сельскохозяйственной продукции.
<p><i>И. И. Прибыткова</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок является составляющей регионального рынка, задача которого удовлетворение потребностей населения в продуктах питания.
<p><i>Р. С. Савинов</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок включает в себя не всю продукцию сельскохозяйственного производства и заготовок природных ресурсов, как АПК, но только ту ее часть, которая идет непосредственно в личное потребление населения..
<p><i>А. В. Улезько</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок включает в себя оптовые рынки и фондовые биржи являются одним из наиболее распространённых способов продажи сельскохозяйственной продукции. • Здесь продукция продаётся в больших количествах различным предприятиям пищевой и перерабатывающей промышленности.
<p><i>С. Фирсенко</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Продовольственный рынок – это часть агропромышленного комплекса, представленную отраслями сельскохозяйственного производства, совокупностью перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию отраслей и как самостоятельную систему, включающую также совокупность отраслей, осуществляющих функцию по распределению продовольственных товаров в регионе.

Рисунок 1 – Сущность продовольственных рынков

Примечание – Составлено автором по данным источников [1–7].

Анализируя мнения ведущих ученых, приведенные на рисунке 1, можно прийти к заключению, что сущность продовольственных рынков представляет собой сложную систему экономического взаимодействия, формирующуюся среди товаропроизводителей и покупателей аграрной сельскохозяйственной продукции. Процесс становления, развития и деятельности системы продовольственных рынков определяется многими подсистемами, такими как государственное регулирование, технологический уровень производства, качество продукции, сезонность и т. д.

Морфологический анализ определений понятия «продовольственный рынок» позволил выделить из них ключевые слова, сгруппированные и проранжированные по частоте их упоминания (таблица).

**Частота упоминания слов или словосочетаний в определениях понятия
«продовольственный рынок»**

Слово или словосочетание	Частота упоминания
Рынок	10
Продовольственный	8
Продовольственный рынок	7
Продукции	5
Сельскохозяйственной	5
Отраслей	4
Сельскохозяйственной продукции	4
Населения	3
Системе	3
Совокупность	3
Является	3
Агропромышленного комплекса	2
Агропромышленный	2
Включает	2
Комплекс	2
Перерабатывающей	2
Потребностей	2
Потребностей населения	2
Продовольственный рынок включает	2
Продовольственный рынок является	2
Производства	2
Различных	2
Рынок включает	2
Рынок является	2
Сельскохозяйственного производства	2
Удовлетворения	2
Часть	2

Используя ключевые слова, было сформулировано следующее авторское определение: «Продовольственный рынок, являясь частью агропромышленного комплекса, – это система удовлетворения потребностей населения произведенной и переработанной в нем совокупностью сельскохозяйственной продукции».

Эволюция продовольственных рынков происходит с момента начала работы по поиску покупателей. Сельскохозяйственные товаропроизводители имеют возможность реализовывать их сельскохозяйственную продукцию на рынках оптовой и розничной торговли, также по договорам поставки с предприятиями агропродовольственной и перерабатывающей промышленности.

На рисунке 2 показаны основные способы привлечения покупателей на продовольственных рынках.

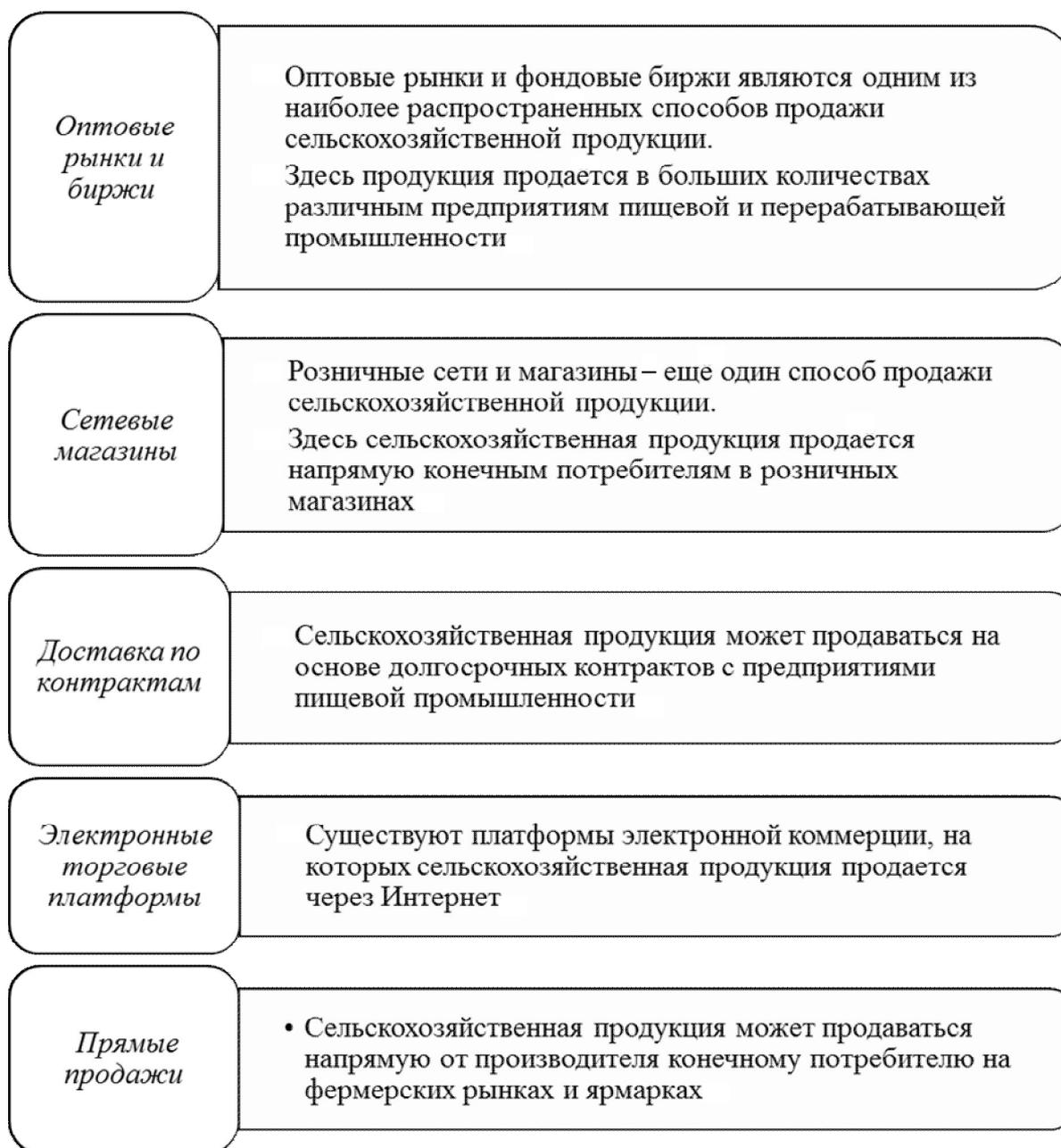


Рисунок 2 – Способы поиска потребителей продовольственных рынков

Примечание – Составлено автором по данным источника [3].

Факторы, влияющие на функционирование продовольственных рынков, приведены на рисунке 3.

<p><i>Спрос и предложение</i></p>	<p>Функционирование рынка зависит от баланса спроса и предложения. Когда спрос на сельскохозяйственную продукцию растет, растет и рыночная цена. В этом случае производители получают больше прибыли и могут инвестировать в свои предприятия, что способствует увеличению производства</p>
<p><i>Наличие финансовых ресурсов</i></p>	<p>Функционирование рынка зависит от наличия финансовых ресурсов, которые могут быть инвестированы в развитие производства и переработки продукции</p>
<p><i>Государственная политика</i></p>	<p>Правительство может влиять на функционирование сельскохозяйственных рынков посредством налоговой и кредитной политики, государственной поддержки производителей, регулирования торговли сельскохозяйственной продукцией и других мер</p>
<p><i>Конкуренция</i></p>	<p>Сельскохозяйственному рынку угрожает конкуренция как на местном, так и на международном уровне. Конкуренция побуждает производителей снижать цены и улучшать качество продукции, чтобы оставаться на рынке</p>
<p><i>Технический прогресс</i></p>	<p>Развитие технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции позволяет повысить эффективность и снизить производственные затраты. Это способствует увеличению объемов производства и повышению конкурентоспособности продукции</p>

Рисунок 3 – Факторы, влияющие на функционирование продовольственных рынков

Примечание – Составлено автором по данным источника [3].

Роль развития АПК в реализации продовольственной безопасности государства, а также ее составляющих, (продовольственных рынков регионов) не подвергается сомнениям. Важно отметить, что вновь возникающие вызовы формирования продовольственных рынков подтверждают необходимость постоянного совершенствования механизма управления развитием сельскохозяйственного производства и переработки продуктов его деятельности [2].

Для практической реализации принципов и методологических подходов необходимо разработать конкретные процессы, направленные на повышение эффективности функционирования продовольственных рынков региона (рисунок 4).

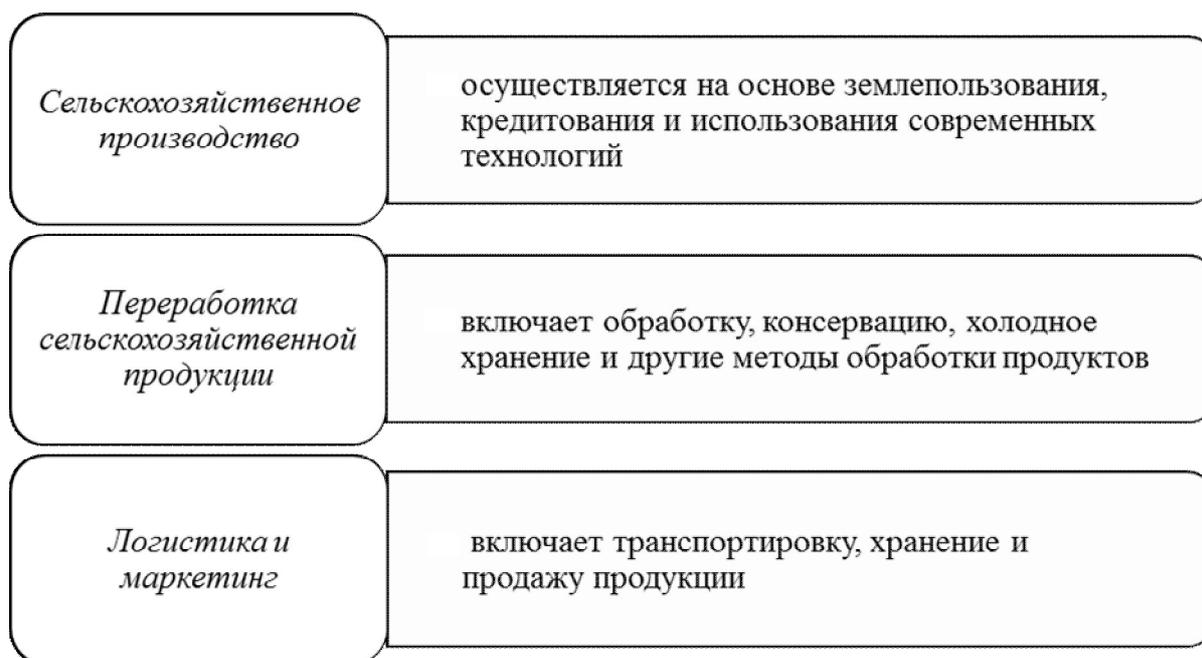


Рисунок 4 – Процессы функционирования продовольственных рынков

Примечание – Составлено автором по данным источника [3].

Организация и деятельность продовольственных рынков являются необходимыми условиями для предоставления населению региона необходимых сельскохозяйственных продуктов, а также для процесса экономического развития страны в целом. Продукция АПК имеет важное значение для формирования ресурсной базы пищевой промышленности, что позволяет обеспечивать деятельность некоторых других секторов национальной экономики.

Полученные результаты проведенного исследования представляют собой определенную аналитическую ценность для процесса организации и менеджмента регионального звена продовольственной безопасности.

Список использованной литературы

1. **Березнев, С. В.** К вопросу о толковании и оценке функционирования и развития регионального продовольственного рынка / С. В. Березнев, Н. В. Кудреватых // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 34. – С. 18–24.
2. **Вороков, С. С.** Развитие регионального продовольственного рынка: теория, методология, практика : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / С. С. Вороков. – Краснодар, 2004. – 294 л.
3. **Лазебина, Д. В.** Формирование и функционирование рынков продукции АПК / Д. В. Лазебина, Д. В. Песков, И. Ю. Мамонтова // StudNet. – 2023. – № 2. – С. 1–7.
4. **Прибыткова, И. И.** Сущность и функции локального продовольственного рынка региона / И. И. Прибыткова // Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК : VI Междунар. науч.-практ. конф., Саратов, 15 апр. 2022 г. – Саратов : ЦеСАин, 2022. – С. 352–356.
5. **Савинов, Р. С.** Продовольственный рынок России в условиях внешнеэкономической либерализации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05; 08.00.14 / Р. С. Савинов. – 2002. – 161 л.
6. **Улезько, А. В.** Развитие ресурсной базы регионального рынка мяса крупного рогатого скота / А. В. Улезько. – Воронеж : ВГАУ, 2012. – 154 с.
7. **Фирсенко, С. С.** Формирование регионального продовольственного рынка : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / С. С. Фирсенко. – М., 2003. – 393 л.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО АУДИТА ПРЕДПРИЯТИЯ В ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРАХ

Исследована проблема обоснования управленческого решения о включении хозяйствующего субъекта в промышленный кластер. Для обоснования управленческого решения по включению хозяйствующего субъекта в промышленный кластер предлагается применять технологический аудит. Исследованы методики проведения технологического аудита. На предприятии проведена группировка методик проведения технологического аудита на предприятии.

The problem of substantiating a management decision to include an economic entity in an industrial cluster has been studied. To substantiate the management decision to include an economic entity in an industrial cluster, it is proposed to use a technological audit. Methods for conducting a technological audit have been studied at an enterprise. A grouping of methods for conducting technological audits at an enterprise has been carried out.

Ключевые слова: технологический аудит; промышленный кластер.

Key words: technology audit; industrial cluster.

Темпы роста экономики Российской Федерации, по различным прогнозам, по-прежнему в ближайшем будущем остаются недостаточными для динамичного развития страны. Во многом это связано с внешнеполитической и внешнеэкономической ситуацией, которая складывается вокруг российского государства. Для увеличения темпов роста внутреннего валового продукта России свыше 4–5% необходимо предпринимать активные действия.

У российского правительства есть такие планы развития страны. Они прописаны в ряде нормативных документов, в Федеральных законах «О промышленной политике в Российской Федерации» от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ, Федеральном законе «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ.

В принимаемых российским государством нормативных документах прослеживается тенденция, что для эффективного развития национальной экономики необходимо выстраивать определенные производственные цепочки. Именно они позволят выпускать продукцию с более высокой добавленной стоимостью. Основу таких производственных цепочек должны составить промышленные кластеры [1].

При их формировании возникает проблема, связанная с включением в их состав тех или иных предприятий. При этом данные предприятия, как правило, находятся на различном технологическом уровне развития. Это затрудняет взаимодействие между ними и не позволяет промышленным кластерам эффективно развиваться. В результате возникает необходимость в проведении определенного технологического аудита на соответствие их минимально допустимому технологическому уровню самого кластера.

Необходимо отметить, что минимальный уровень технологического развития в совокупности должен учитывать определенный состав показателей (технологических, управленческих, финансовых и т. д.). В случае их несоответствия заявленным требованиям в кластерной технологической цепочке возникают проблемные места («узкие места»). Они негативно влияют на производительность и качество конечных продуктов, выпускаемых в промышленном кластере [2].

Формально законодательством Российской Федерации определен алгоритм участия предприятий в таком кластере. Предприятие, включаемое в кластер, формализуют свое участие в нем через договор с органом, который занимается оперативным управлением данным объединением – специализированной организацией промышленного кластера. Этот договор не решает возможных будущих технологических проблем в промышленном кластере [3].

Технологический аудит должен учитывать имеющиеся фактические и аналитические данные по состоянию всех взаимосвязанных функциональных элементов предприятия, в том числе по применяемым технологиям, составу оборудования, наличия квалифицированных кадров, возможности проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и т. д. При этом такой аудит необходимо проводить в определенном временном периоде, который со-

ставляет не менее 3–5 лет. Это позволит на основе фактического состояния и выявленных тенденций сделать вывод о потенциальном уровне технологического развития предприятия и возможности включения его в промышленный кластер [4].

При практическом определении уровня технологического развития организации имеются некоторые методологические проблемы. Они в основном связаны с отраслевыми особенностями при проведении такого аудита на предприятии, качеством, глубиной его проведения и т. д. Поэтому возникает необходимость в поиске соответствующей целям анализа методики проведения технологического аудита на предприятии.

Изучение отечественного и иностранного опыта с учетом отраслевых особенностей, решаемых задач, комплексности позволило выявить ряд методик проведения технологического аудита. Все это дало возможность объединить их в ряд групп.

Основу первой группы составила методика «Уровни готовности технологии» (Technology Readiness Level). Она используется американской NASA. Ее применение позволяет диагностировать возможные потенциальные технические, технологические и иные проблемы, которые приводят к материальным, временным и другим потерям при разработке и дальнейшему внедрению инновационной продукции на предприятии [5].

В данную группу можно отнести отечественную методику, предложенную Научно-исследовательским центром «Институт имени Н. Е. Жуковского». В 2017 г. она была оформлена в виде ГОСТа Р 58048–2017, как «Методические указания по оценке уровня зрелости технологий».

В данных методических указаниях для оценки развития технологий и систем с их применением используется понятие «зрелость». Она характеризует конкретную технологию в своем развитии в рамках жизненного цикла – от научной идеи до практического применения.

Сама оценка достижения зрелости осуществляется на основе применения шкал уровней готовности. Как и у NASA она позволяет на раннем этапе выявить риски, а затем и снизить их, при реализации проектов и программ, связанных с разработкой технологий и компонентов сложных технических систем, в том числе связанных с превышением фактических затрат над плановыми затратами, отставанием по срокам выполнения работ и т. д.

В состав второй группы методик технологического аудита были отнесены те, которые изучают внешнюю среду организации для оценки ее влияния на возможное перспективное состояние хозяйствующего субъекта. В эту группу вошли SWOT-анализ, PEST-анализ и еще несколько аналогичных им методик. Основным их недостатком является то, что они не анализируют техническое, технологическое и другие функциональные составляющие, непосредственно связанные с деятельностью организации [5].

В свою очередь методики технологического аудита, входящие в третью группу, позволяют во многом устранить имеющиеся недостатки методик предыдущей группы. В их основе лежит комплексный аудит хозяйствующего субъекта, который ведется по двум направлениям. Во-первых, с помощью институционального, социального, экологического и экономического аудита проводится глубокий анализ внешней среды организации. Во-вторых, применяя технический и финансовый аудиты, а также аудит рисков, связанный с деятельностью организации, изучается внутренняя среда предприятия. Все это в совокупности позволяет сформировать выводы о фактическом состоянии организации и дать прогноз о перспективах ее развития [5].

На основе проведения такого комплексного аудита заинтересованные лица получают объективную информацию для принятия правильных управленческих решений по организации выпуска новой продукции, в том числе и начале финансирования данных работ. Все это позволяет предприятию снизить риски, в том числе технологические, производственные, коммерческие, инвестиционные и др., избежать возможных материальных, финансовых и иных потерь.

Четвертая группа методик использует понятие «фазы (стадии) жизненного цикла организации». Для каждой фазы (стадии) жизненного цикла организации применяются исключительно свои методики проведения аудита. Условно выделяют три основных вида аудита: prestart-аудит; update-аудит; upgrade-аудит [5].

Prestart-аудит проводится до запуска или при запуске производства. Это аудит предприятий, создающих новое производство, где фактически проводится аудит инвестиционного проекта с определением его эффективности. Update-аудит проводится с целью выявления направлений при совершенствовании существующего производства, где рассматривается возможность снижения издержек за счет корректировки существующих технологий, в том числе ресурсосбережения, автоматизации техпроцессов, усиления контроля за качеством продукции и т. д. Upgrade-аудит проводится с целью реконструкции предприятия, где решаются задачи по увеличению производительности, освоению новой продукции и т. д. [5].

К пятой группе можно отнести методики проведения технологического аудита, которые применяются для управления качеством выпускаемой предприятием продукции. Данные методы широко известны. К ним можно отнести функционально-стоимостной анализ, функционально-физический анализ, структурирование функций качества (OFD), анализ последствий и причин отказов (FMEA-анализ), ABC-анализ и др. В целом они позволяют, исходя из рыночных требований к продукции, оценить текущее и, возможно, перспективное техническое и технологическое состояние предприятия [5].

Были рассмотрены не все методики проведения технологического аудита на предприятии. Есть другие, которые по ряду причин не были изучены.

Рассмотренные методики проведения технологического аудита в зависимости от поставленных задач исследования являются достаточно эффективными инструментами. В то же время их использование определяется целью проведения анализа, профилем предприятия и другими немаловажными факторами. При этом в настоящее время все они применимы в современных российских условиях.

Поэтому к выбору конкретной методики проведения технологического аудита необходимо относиться ответственно. Для этого следует использовать определенные управленческие процедуры, позволяющие из них выбрать наиболее соответствующую для каждого конкретного случая.

Список использованной литературы

1. **О промышленной** политике в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Федер. закон, 31 дек. 2014 г., № 488-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2024.

2. **Глобализация** и ее влияние на развитие инфраструктурных отраслей региона : моногр. / Н. Т. Аврамчикова [и др.]. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 238 с.

3. **Прохоров, В. В.** Технологический аудит предприятий промышленного кластера лесного комплекса Красноярского края / В. В. Прохоров, Т. В. Зеленская, М. С. Патрина // Вестн. Алт. акад. экономики и права. – 2020. – № 7 (ч. 2). – С. 104–108.

4. **Крыльчатые** движители как основа авиатранспортной техники новых возможностей. От авиатранспортного средства к транспортной среде : моногр. / Л. А. Оборин [и др.] ; под науч. ред. Л. А. Оборина. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т., 2022. – 180 с.

5. **Сарченко, В. И.** Инженерное дело как основа устойчивого развития национальной экономики : моногр. / В. И. Сарченко, Л. А. Оборин, В. В. Прохоров ; Красноярск : СибГУ им. акад. М. Ф. Решетнева, 2021. – 280 с.

УДК 338.439

А. Н. Сапожников (alexnsk@ya.ru),
канд. техн. наук, доцент
Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация

РОЛЬ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ СВЯЗЕЙ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассмотрены структура, вопросы функционирования современного зернопродуктового подкомплекса Российской Федерации, его место в структуре агропромышленного комплекса страны, а также внутренние и внешние связи подкомплекса. Предложены возможные направления для развития рассмотренных связей.

The paper studies the structure, issues of modern grain subcomplex in Russian Federation, its place in agro-industrial complex of the country, and external and internal relations of the subcomplex. Possible directions for the development of the considered connections are proposed.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс; сельскохозяйственное производство; зерно; зернопродуктовый подкомплекс; внешние и внутренние связи; инфраструктура; промышленность; развитие.

Key words: agro-industrial complex; agricultural production; grain; grain product subcomplex; external and internal connections; infrastructure; industry; development.

Зернопродуктовый подкомплекс Российской Федерации представляет собой сложную систему, состоящую из отраслевых структур агропромышленного комплекса (АПК) страны, ко-

торые участвуют в производстве, хранении и реализации зерна и продуктов его переработки. В подкомплекс также могут входить внешние структуры, не входящие непосредственно в АПК.

К настоящему времени проведен значительный объем теоретических и практических исследований, посвященных общим и частным вопросам функционирования и развития российского АПК. Наряду с этим, в работах не представлена единая согласованная схема АПК, позволяющая выделить в ней как отдельные функциональные элементы, так и их совокупности, для идентификации которых применяется термин «продуктовые подкомплексы».

На основе информации онлайн-платформы «Фоксфорд» структуру АПК можно представить следующим образом (рисунок 1).

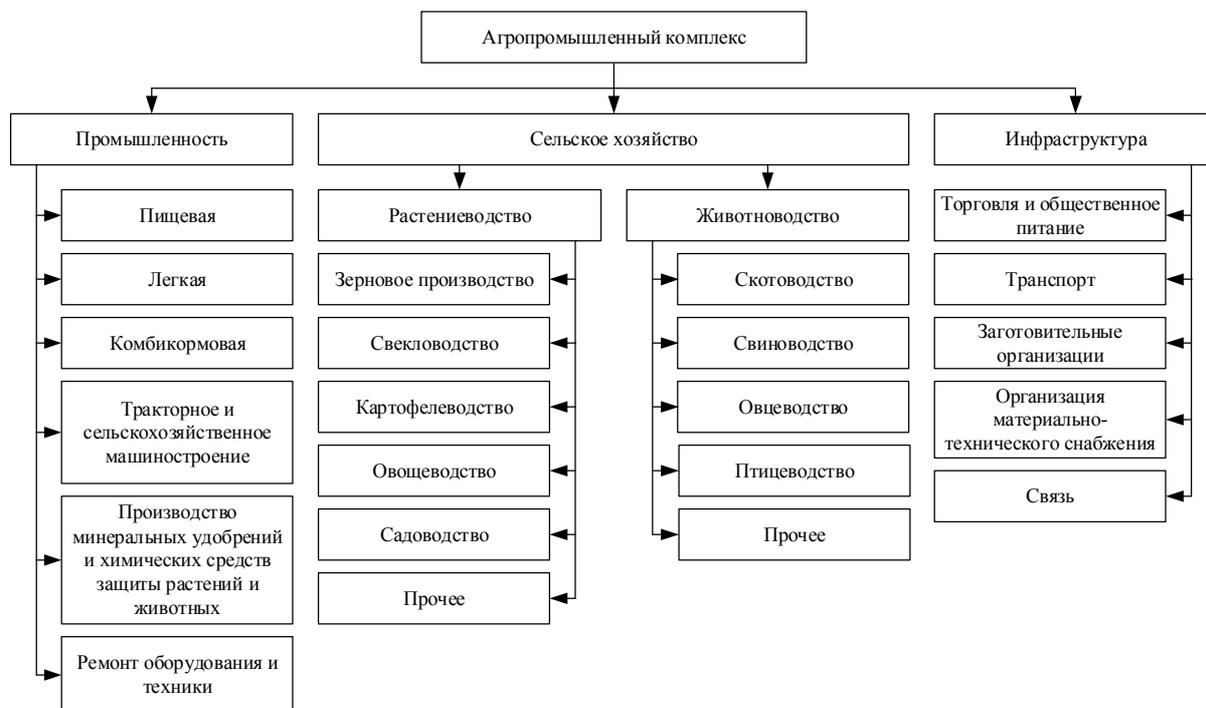


Рисунок 1 – Общая структура АПК Российской Федерации

Примечание – Источник: [1].

Данная схема наглядно показывает структурные и функциональные элементы АПК, однако при этом не позволяет выделить в ней отдельные подкомплексы, которые помимо сельскохозяйственных объектов могут включать в себя промышленные предприятия, а также организации и учреждения инфраструктуры АПК.

Следует отметить, что организационные структуры по производству зерна и продуктов его переработки, характеризуемые понятием «зернопродуктовый подкомплекс», характерны только для России и ряда постсоветских стран, в то время как в большинстве зарубежных стран используются другие термины и принципы взаимодействия между предприятиями по выращиванию, сбору и переработке зерна, а также их взаимодействия с предприятиями смежных с ними отраслей. Такие различия связаны с исторически сложившимся характером построения экономических структур как в России, так и за рубежом. Образование структуры зернопродуктового подкомплекса связана с проходившими в Союзе Советских Социалистических Республик (СССР) процессами индустриализации, сопровождавшимися укрупнением производственных предприятий, укреплением их взаимосвязей и их централизованным государственным регулированием. С распадом СССР и переходом России на рыночную экономику в АПК стала наблюдаться тенденция децентрализации управления, при которой решение отдельных вопросов делегировалось на функциональные и управленческие структуры регионального и муниципального уровней [2]. Данные процессы также распространились на зернопродуктовый подкомплекс, его структурные и функциональные элементы.

На данный момент не существует стандартизированного определения и характеристики структуры зернопродуктового подкомплекса АПК, что объясняется различием точек зрения ис-

следователей на вопросы в данной области. Наиболее наглядно структуру зернопродуктового подкомплекса можно представить в виде совокупности трех составляющих, которые также можно назвать сферами. Они представлены на рисунке 2.

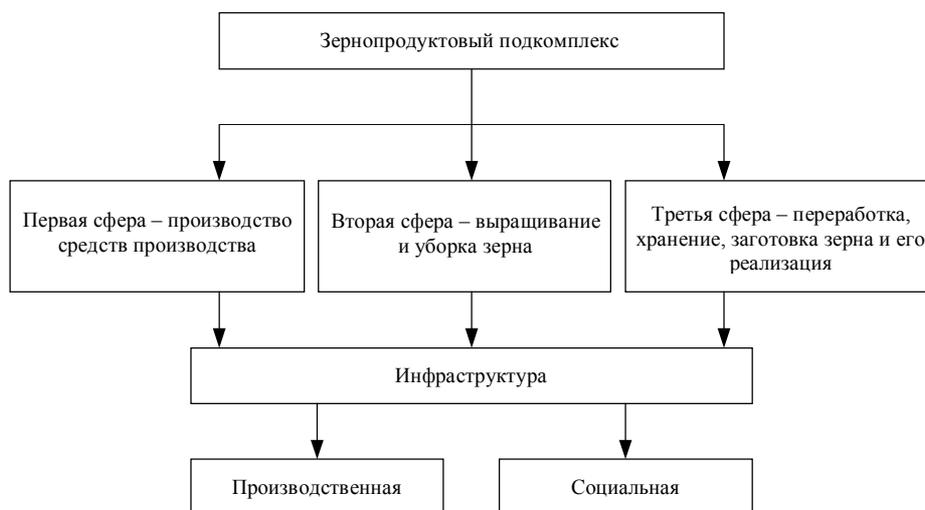


Рисунок 2 – Общая структура зернопродуктового подкомплекса

Примечание – Источник: [3].

Слаженное взаимодействие указанных сфер подкомплекса, определяющих его внутренние связи, осуществляется за счет инфраструктуры. Однако часто эти элементы не связаны структурно между собой в единую производственную систему, что приводит к появлению новых элементов, в том числе внешних, и повышению важности решения существующих вопросов функционирования подкомплекса [3].

В настоящее время зернопродуктовый подкомплекс не является замкнутой структурой, целиком и полностью входящей в АПК и включающей в себя определенное количество элементов. В соответствии с принципами рыночной экономики, элементы зернопродуктового подкомплекса представляют собой открытые системы, позволяющие устанавливать связи между различными отраслями экономики и промышленности, что с учетом децентрализованности функционирования позволяет им принимать подобные решения самостоятельно.

Наиболее важные внешние организационные структуры, с которыми уже установлены или могут быть установлены связи зернопродуктового подкомплекса и его составляющих, представлены на рисунке 3.

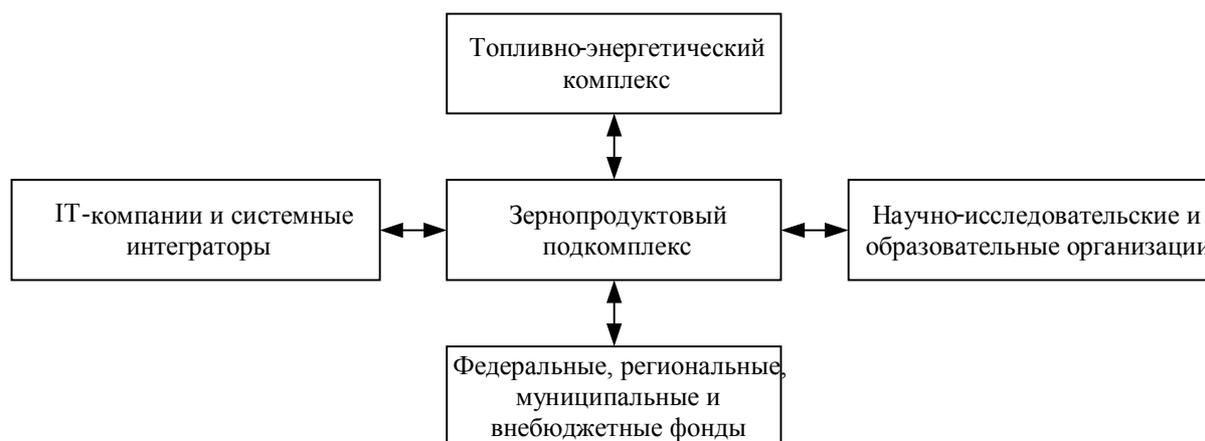


Рисунок 3 – Основные внешние связи зернопродуктового подкомплекса

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Связь зернопродуктового подкомплекса с топливно-энергетическим комплексом (ТЭК) страны является крайне важной, так как стоимость топлива и электроэнергии напрямую влияет на стоимость готовой продукции. Также важно бесперебойное снабжение подкомплекса и его

элементов электрической энергией для обеспечения проходящих в них основных и вспомогательных производственных и бизнес-процессов.

В работе [4] исследуются вопросы правового регулирования ТЭК и АПК как не зависящих друг от друга систем, отмечается, что данные отрасли являются наиболее мощными в российском производственном секторе и имеют важное стратегическое значение в развитии государства. Однако в работе не представлена взаимосвязь комплексов, что также является фактором для их самостоятельного и общего развития. Взаимосвязь ТЭК и АПК также может выражаться в освоении новых источников электрической и тепловой энергии, таких как биореакторы, солнечная и ветровая энергия. Перспективным является использование в качестве топлива отходов агропромышленного, том числе зернового производства. Большинство данных направлений находятся на стадии исследования либо имеют практическое применение в условиях отдельных хозяйственных структур.

Развитие взаимосвязей АПК и зернопродуктового подкомплекса с научно-исследовательскими и образовательными организациями также является актуальным. Это связано прежде всего с дефицитом квалифицированных кадров для отрасли, что вызвано их непрестижностью ввиду тяжелых условий труда и преимущественно низкой заработной платы. Другой не менее важной проблемой является то, что у образовательных организаций часто наблюдается разрыв с предприятиями АПК в плане предоставляемых обучающимся знаниям и отсутствием возможности у профессорско-преподавательского состава повышать квалификацию на реально действующих предприятиях вследствие их высокой учебной и научной нагрузки, отсутствия мотивации повышать уровень теоретических и практических знаний путем взаимодействия с предприятиями отрасли, а также нежеланием отраслевых предприятий делиться закрытой бизнес-информацией со сторонними людьми. В профильных образовательных учреждениях необходимо проводить комплексные мероприятия по популяризации образовательных направлений и специальностей в области технологии и организации переработки зерна, а самим образовательным учреждениям налаживать связи с предприятиями отрасли в плане получения практических знаний как студентами, так и преподавателями.

Перспективность интенсификации взаимосвязей структур АПК и зернопродуктового подкомплекса с IT-компаниями, в том числе системными интеграторами, обусловлена повсеместной цифровизацией всех сфер жизни современного человека. Цифровизация включает в себя не только автоматизированную или автоматическую обработку широкого спектра информации, что приводит к повышению производительности труда, сокращению затрат и повышению доходов и прибыли компании, но также и внедрение роботизации в производственные процессы. В сравнении с другими отраслями промышленности, в АПК роботизация внедряется менее интенсивными темпами, однако использование цифровых технологий уже является неотъемлемой составляющей деятельности предприятий как всего АПК, так и зернопродуктового подкомплекса.

Создание новых и развитие существующих взаимосвязей зернопродуктового подкомплекса с бюджетными и внебюджетными денежными фондами основано на необходимости финансирования дальнейшего развития подкомплекса и его структур. Согласно Долгосрочной стратегии развития зернового комплекса Российской Федерации до 2035 года, зерно и продукты его переработки являются одним из основных продуктов питания населения России, а сам подкомплекс – наиболее крупной подотраслью АПК [5]. Вследствие этого важным является государственное регулирование развития подкомплекса. Однако наличия одних лишь федеральных средств для функционирования и развития подкомплекса недостаточно, поэтому важным является взаимодействие зернопродуктового подкомплекса с фондами регионального и муниципального уровней, а также с внебюджетными фондами. Перспективным является выделение финансовых средств на грантовой основе на развитие подкомплекса и его составляющих.

Таким образом, для дальнейшего устойчивого развития зернопродуктового подкомплекса необходимо конкретизировать и упорядочить его существующие внутренние связи, а также создать новые и развить действующие внешние связи с организациями и учреждениями других отраслей.

Список использованной литературы

1. **Состав** и значение АПК. Сельское хозяйство России [Электронный ресурс] // Онлайн-школа «Фоксфорд». – Режим доступа: <https://foxford.ru/wiki/geografiya/sostav-i-znachenie-apk-selskoe-hozjaistvo-rossii>. – Дата доступа: 12.09.2024.

2. **Конев, А. П.** Роль региональных и муниципальных структур в управлении АПК / А. П. Конев, Н. Н. Моногаров // Изв. Санкт-Петербург. гос. аграр. ун-та. – 2018. – № 51. – С. 207–212.

3. **Амирова, Э. Ф.** Теоретические вопросы сущности и структуры зернопродуктового подкомплекса АПК / Э. Ф. Амирова // Вестн. Казан. гос. аграр. ун-та. – 2015. – № 4. – С. 5–9.

4. **Щукина, Т. В.** Правовые проблемы регулирования топливно-энергетического и агропромышленного комплексов в условиях обновленной научно-технической политики / Т. В. Щукина // Вопр. экономики и права. – 2022. – № 171.

5. **Долгосрочная** стратегия развития зернового комплекса Российской Федерации до 2035 года : утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 10 авг. 2019 г. № 1796-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201908160031?index=2>. – Дата доступа: 12.09.2024.

УДК 336.748.12

Е. С. Сивашенко (liza_sivashenko@mail.ru),
магистр экон. наук, аспирант
Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

ИНФЛЯЦИЯ: СУЩНОСТЬ ФЕНОМЕНА И ЕГО РЕГУЛЯТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

В данной статье автором рассмотрены теоретические аспекты такого феномена как инфляция. Определены виды и причины ее возникновения, после чего представлены подходы по ее регулированию.

In this article the author considers theoretical aspects of such phenomenon as inflation. Types and causes of its occurrence are defined, and then approaches to its regulation are presented.

Ключевые слова: инфляция; ползучая инфляция; галопирующая инфляция; гиперинфляция; инфляция спроса; инфляция издержек; структурная инфляция; антиинфляционная политика; денежная реформа.

Key words: inflation; creeping inflation; galloping inflation; hyperinflation; demand inflation; cost inflation; structural inflation; anti-inflationary policy; monetary reforms.

Инфляция подразумевает собой устойчивое повышение общего уровня цен на товары и услуги в стране. Суть данного феномена заключается в том, что цена идентичных товаров со временем увеличивается, т. е. на одну и ту же сумму денег по прошествии некоторого времени можно будет купить меньше товаров и услуг, чем прежде [1].

В определении инфляции ключевым понятием является непрерывность. Рост цен происходит постоянно в течение определенного периода времени [2].

В экономической литературе выделяют следующие причины возникновения инфляции:

- чрезмерное расширение денежной массы за счет кредитования посредством значительного увеличения объемов эмиссии денег либо за счет роста государственных расходов;
- сокращение поступлений от внешней торговли;
- повышение издержек производства (например, за счет ограниченных возможностей снижения заработной платы, определенных монополией профсоюзов);
- монополизм;
- увеличение уровня налогов при стабильном уровне денежной массы;
- ажиотажный спрос на какие-то товары;
- негативные ожидания потребителей.

Как и любой экономический показатель, инфляция может классифицироваться в разрезе нескольких категорий (рисунок 1).



Рисунок 1 – Классификация инфляции

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе данных [3–4].

В зависимости от темпов роста выделяют следующие виды инфляции:

– *Ползучая (умеренная) инфляция* (рост цен – менее 10% в год), под которой понимают нормальное развитие экономики, так как незначительная инфляция (сопровождаясь соответствующим ростом денежной массы) способна при определенных условиях стимулировать развитие производства, модернизацию его структуры.

– *Галопирующая инфляция* (годовой рост цен – от 10 до 50%), являющаяся опасной для экономики и требующая срочных антиинфляционных мер.

– *Гиперинфляция* (цены растут очень быстро, от 50% в год), возникающая за счет того, что для покрытия дефицита бюджета правительством выпускается избыточное количество денежных знаков.

По уровню агрегирования различают *официальную* и *личную инфляцию*.

Первая характерна для отдельной страны или региона, вторая – для отдельного домохозяйства. Набор товаров и услуг, которые покупает домохозяйство, может отличаться от среднестатистического набора, поэтому личная инфляция может отличаться от официальной как в большую, так и в меньшую сторону.

По форме проявления инфляции выделяют следующие виды:

– *открытая инфляция*, проявляющаяся в явно заметном росте цен;
 – *подавленная (закрытая) инфляция*, проявляющаяся в виде дефицита товаров, когда государство устанавливает цены на уровне ниже равновесных рыночных.

В зависимости от причин возникновения инфляции определяют следующие ее виды:

– *инфляция спроса*, проявляющаяся в превышении спроса над предложением в результате невозможности при полной занятости и полной загруженности мощностей реагирования производством на избыток денежных средств в обращении увеличением реального объема выпускаемой продукции;

– *инфляция издержек*, проявляющаяся в росте цен на ресурсы, факторы производства в результате уменьшения совокупного предложения и сопровождающаяся сокращением реального объема производства и занятости, повышением уровня безработицы;

– *структурная инфляция*, вызванная структурными сдвигами в производстве и ведущая к росту цен главным образом в отдельных отраслях, в которых спрос на их продукцию опережал предложение.

В зависимости от внешних факторов инфляция рассматривается как двухкомпонентная:

– *импортируемая инфляция*, развивающаяся под воздействием внешних факторов и вызываемая чрезмерным притоком в страну иностранной валюты и повышением импортных цен;

– *экспортируемая инфляция*, переносимая из одних стран в другие через механизм международных экономических отношений, воздействующих на денежное обращение, платежеспособный спрос и цены.

Для недопущения несбалансированного и нестабильного роста цен государства посредством монетарных властей (центральных банков) осуществляют регулирование инфляции.

Существует несколько классификаций методов регулирования инфляции:

– По субъекту регулирования методы борьбы с инфляцией делятся на 2 группы:

- прямые методы основаны на государственном регулировании – денежной массы, цен, заработной платы, валютного курса или внешнеэкономической деятельности;

- косвенные методы основаны на регулировании финансовых процессов, общей массы денег, операций на рынке ценных бумаг центральным банком.

– Согласно кейнсианской теории, существуют следующие методы регулирования инфляционного процесса:

- доходная политика, заключающаяся в прямом контроле инфляции, а также в установлении целевых показателей для роста цен и заработной платы;

- либерализация денежно-кредитной политики;

- участие государства в структурных экономических преобразованиях, а также в формировании инфраструктуры рынка;

- регулирование государством валютного рынка и внешней торговли.

Также существуют две большие группы методов антиинфляционного регулирования (рисунок 2).



Рисунок 2 – Классификация методов регулирования инфляции

Примечание – Собственная разработка автора на основе данных источника [5].

Денежная реформа используется при гиперинфляции, скорость которой достигает 50–100% в год, когда стоимость денег уменьшается так быстро, что они уже не имеют возможности реализовывать свои функции. Состоит в полном или частичном преобразовании денежной системы государства с целью нормализации и закрепления обращения денег.

Антиинфляционная политика проявляется при галопирующей инфляции, скорость которой составляет 10–50% в год, при этом повышение цен происходит скачкообразно.

Выделяют следующие инструменты денежной реформы:

– *нумификация*, представляющая собой аннулирование государством обесценившихся денег и введение новой валюты;

– *реставрация (ревальвация)*, представляющая собой увеличение курса национальной валюты по отношению к иностранной валюте;

– *деноминация*, представляющая собой размен денежных знаков на новые в связи с увеличением масштаба цен и одновременный пересчет в аналогичных пропорциях цен, заработной платы и тарифов.

По данным рисунка 2 можно сделать вывод, что антиинфляционная политика подразделяется на две группы: дефляционную политику и политику доходов. Первая применяется против инфляции спроса, а вторая – против инфляции издержек.

Дефляционная политика ограничивает денежный спрос с помощью налоговых и бюджетных, а также денежно-кредитных мер.

К *бюджетным и налоговым инструментам* относят уменьшение расходов непроизводительного характера, повышение ставок прямых налогов, что приводит к ограничению величины обращающихся денег.

Денежно-кредитные инструменты подразделяются следующим образом:

– повышение ключевой процентной ставки центральным банком, производящееся в целях ограничения объемов банковского кредитования и денежной массы в обороте, что приводит к корректировке процентных ставок по всем транзакциям банка к снижению скорости увеличения денег в обращении;

– установление центральным банком границ обязательных резервов, подразумевающих некоторую определенную сумму, которую банк обязан держать на собственном счете в центральном банке, что снижает потребность в эмиссии в связи с увеличением объема ресурсов коммерческих структур;

– продажа центральным банком государственных ценных бумаг, приводящая к уходу из обращения поступивших от продажи денежных средств.

Таким образом, можно сделать вывод о разнообразии классификаций как показателя инфляции, так и методов ее регулирования. Выбор правильного метода антиинфляционного регулирования напрямую оказывает влияние на дальнейшее ценообразование в стране, состояние денежно-кредитной сферы.

Список использованной литературы

1. **Аяган, Б.** Казахстан / Б. Аяган // Национальная энциклопедия : в 5 т. / под ред. Б. Аягана. – Алматы, 2005. – Т. 2. – С. 485–486.

2. **Семенихина, В. А.** Инфляция / В. А. Семенихина, С. А. Крючков // Экономическая теория: макроэкономика : учеб. пособие. – Новосибирск : НГАСУ, 2003. – С. 73–77.

3. **Инфляция** [Электронный ресурс] // Бухгалтерский учет, налогообложение. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/inflyatsiya.html>. – Дата доступа: 01.09.2024.

4. **Виды инфляции** [Электронный ресурс] // Сравни. Подбор и сравнение. – Режим доступа: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/vidy-infljicii/>. – Дата доступа: 01.09.2024.

5. **Регулирование инфляции** [Электронный ресурс] // Регулирование инфляции. – Режим доступа: <https://clck.ru/3CyBKu>. – Дата доступа: 01.09.2024.

ГЛОБАЛЬНАЯ КОАЛИЦИЯ ЗА СОЦИАЛЬНУЮ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

В статье рассматривается проблема социальной справедливости, которая становится с каждым годом все более острой, актуальной для основной части населения мира. Цель исследования – определить роль Глобальной коалиции за социальную справедливость в решении социальных проблем. В работе использовались методы сбора информации, предусматривающие обработку, обобщение и интерпретацию полученных данных по отстаиванию социальной справедливости в глобальном масштабе.

The article considers the problem of social justice, which is becoming every year more acute, relevant to the bulk of the world's population. The purpose of the study is to determine the role of the Global Coalition for Social Justice in solving social problems. The work used the methods of information collection, providing processing, generalization and interpretation of the obtained data on advocacy of social justice on a global scale.

Ключевые слова: социальная справедливость; неравенство; Международная организация труда; Глобальная коалиция социальной справедливости.

Key words: social justice; inequality; International Labour Organization; Global Coalition for Social Justice.

В современном мире с вызовами социальному равенству, вытекающими из преодоления кризисов и долгосрочных структурных экономических преобразований, отмечается рост уровня преступности, бедности, детского труда, безработицы среди формальной и неформальной занятости. Эти суровые реалии сдерживают прогресс, достигнутый в социальных отношениях, требуют немедленного решения. Мировое сообщество сталкивается с проблемами, которые ни одна страна не в силах решить самостоятельно, поэтому для решения социальных проблем требуются передовые методы работы.

Идея социальной справедливости существует много столетий. Вопросы социальной справедливости рассмотрены в трудах таких философов, как Конфуций, Платон, Фома Аквинский, Иммануил Кант. Концепция социальной справедливости впервые появилась в западной мысли и политическом языке после промышленной революции и параллельного развития социалистической доктрины. Она возникла как выражение протеста против капиталистической эксплуатации труда и как центр разработки мер по улучшению условий жизни людей. У Карла Маркса наряду с теорией прибавочной стоимости содержится обоснование идеала справедливости и способов его осуществления. В русской философии к феномену справедливости обращались И. Ильин, Н. Бердяев и др.

К середине XX в. эта концепция стала центральной в идеологиях и программах практически всех левых и центристских политических партий по всему миру.

В 1932 г. Франклин Рузвельт предложил философию «социальной справедливости через социальное действие», приводящую к защите человечества. Почти 100 лет спустя это остается актуальным.

В конце XX – начале XXI вв. веков появились новые концепции социальной справедливости. К ним относятся «Общая концепция справедливости» Джона Ролза, утверждающая, что на наше поведение влияют институты, которые мы создаем: «Все социальные основополагающие блага – свободу и возможности, прибыль и богатство, а также основы самоуважения – следует разделять поровну, разве что неравное распределение любого из этих благ или их всех пойдет на пользу наименее привилегированных», «Теория справедливости» Нэнси Фрейзер, определяющая три меры социальной справедливости: справедливость распределения ресурсов, справедливость признания маргинализированных групп, участие отдельных лиц и групп [1–3].

Несправедливость и серьезные проблемы, вызванные мировыми войнами, Великой депрессией и распадом колониальных империй в начале XX в. привели к попыткам создать моральный кодекс, в основе которого лежала бы социальная справедливость. С этой целью в 1945 г. был принят Устав Организации Объединенных Наций (ООН), а в 1948 г. – Всеобщая декларация

ция прав человека (ВДПЧ), охватывающая две категории прав: политические (гражданские) и социальные (экономические) [2].

Единого определения термина «социальная справедливость» нет. Один из самых первых упоминаемых терминов был придуман в 1840 г. Луиджи Тапарелли, советником Ватикана, а ООН начала использовать его в конце 1960-х гг.

Существует множество современных определений социальной справедливости. Синди Каравелис и Мэтью Робинсон определяют социальную справедливость как «содействие построению справедливости общества путем борьбы с несправедливостью и признания ценностей многообразия». Шицзюнь Ли и Бин Ван считают, что социальная справедливость – это «совокупная справедливость заявленных ценностей, в которые входят доход, благосостояние, возможности, свобода, права и предпринимательство». Динеш Бхугра считает: «Социальная справедливость направлена на создание справедливого и равноправного общества, ценящего многообразие, предоставляющего равные возможности всем его участникам, независимо от их расы, этнической принадлежности, класса, пола, возраста, сексуальной ориентации или религии, а также обеспечения справедливости социальных ресурсов и поддержки прав человека» [1].

Недавнее определение социальной справедливости ООН сконцентрировано на ее роли в построении прочных отношений: «Социальная справедливость является основополагающим принципом существования мирного и процветающего состояния внутри стран и между ними. Мы соблюдаем принципы социальной справедливости, когда выступаем за географические ограничения или права, устанавливаемые регионами и иностранцами. Мы продвигаем поддержку справедливости, содействуя барьерам, сталкиваясь с проблемами людей по признаку пола, возраста, расы, этнической принадлежности, религии, культуры или нетрудоспособности». 26 ноября 2007 г. Генеральная Ассамблея ООН провозгласила 20 февраля Всемирным днем социальной справедливости, который отмечается ежегодно, начиная с 2009 г. [1].

Социальная справедливость направлена на устранение барьеров через перераспределение ресурсов и возможностей для уравнивания условий для маргинализированных сообществ. Принятая Международной организацией труда (МОТ) 10 июня 2008 г. Декларация МОТ о социальной справедливости в целях справедливой глобализации является компасом, указывающим путь обеспечения справедливой глобализации на принципах достойного труда, и практическим средством обеспечения ускоренного прогресса с точки зрения выполнения Программы достойного труда на страновом уровне. Она также отражает реальные перспективы развития через выдвижение на передний план жизнеспособных предприятий для расширения занятости и создания возможностей получения доходов для всех.

Для дальнейшего развития многостороннего сотрудничества и ускорения прогресса в достижении Целей устойчивого развития (ЦУР), отстаивания социальной справедливости в глобальном масштабе в ноябре 2023 г. по инициативе Генерального директора МОТ Жильбера Унгбо создана Глобальная коалиция за социальную справедливость (Коалиция), предоставляющая уникальную возможность изменить ход истории в пользу социальной справедливости и построения мира, в котором каждый сможет в полной мере реализовать свой потенциал и воспользоваться результатами экономического, экологического и социального прогресса. Членство в Коалиции является добровольным и открытым для широкого круга участников. Она объединяет партнеров из правительств, организаций работодателей и работников, международных учреждений, предприятий, неправительственных организаций и академических учреждений, которые ежегодно собираются на Форум. В июле 2024 г. Коалиция насчитывала свыше 300 партнеров [3].

Механизмы управления Коалицией, возглавляемой Координационной группой, отражают приверженность демократическому участию и взаимодействию, мобилизуют ресурсы для решения критических проблем.

Усилия Коалиции направлены на достижение результатов, которые были бы недостижимы участниками по отдельности: лучший доступ к здравоохранению, качественному образованию, достойной работе, лучшим возможностям трудоустройства, лучшему питанию и образованию для работников и их семей.

В качестве областей неотложных действий Коалиции определены следующие:

- решение проблемы неравенства, дискриминации и изоляции;
- реализация трудовых прав как прав человека, обеспечение человеческого достоинства и удовлетворение основных потребностей;
- расширение доступа и возможностей для продуктивной и свободно выбранной занятости и устойчивых предприятий;

- обеспечение защиты и повышение устойчивости;
- укрепление справедливого перехода и социальных аспектов устойчивого развития, торговли и инвестиций;
- укрепление институтов социального диалога [4, с. 2].

Направления деятельности Глобальной коалиции за социальную справедливость представлены на нижеприведенном рисунке.

Направления деятельности Глобальной коалиции за социальную справедливость



Деятельность коалиции включает следующее:

- во-первых, создание пространства сотрудничества за счет объединения партнеров для формирования индивидуальных и коллективных действий с особым вниманием к социальной справедливости и достойному труду; максимальное использование сильных сторон и опыта каждого партнера для достижения реальных изменений;

- во-вторых, активизацию пропаганды по включению аспекта социальной справедливости в международные, региональные и национальные политические дебаты;

- в-третьих, использование платформы для проведения аналитических и статистических исследований (в том числе посредством периодических отчетов о состоянии социальной справедливости в мире), обеспечения возможности многостороннего сотрудничества, обсуждения тематических вопросов, обмена передовым опытом, знаниями, используя веб-платформу в качестве хранилища хороших практик и повышения согласованности политики в области социальной справедливости и достойного труда.

Все три направления работы находятся в тесной взаимосвязи.

Коалиция опирается на вековой опыт МОТ для формирования и расширения политических обязательств, инвестиций и конкретных действий, увеличивая масштаб и воздействие инициатив, укрепляя процессы, направленные на продвижение Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [4].

Инициативы социальной справедливости могут осуществляться посредством различных типов государственных программ, перераспределения богатства и доходов, государственных субсидий, защищенного правового статуса в сфере занятости и даже легализованной дискриминации привилегированных групп через применение штрафов и налогов.

Достижение социальной справедливости – нелегкая задача, поскольку необходимо решить следующие проблемы:

- Гендерный разрыв в оплате труда. Согласно отчету Всемирного банка «Женщины, бизнес и закон 2023», у 2,4 млрд женщин трудоспособного возраста нет равных с мужчинами прав и возможностей.

- Неравенство доходов. Неравенство доходов наблюдается как внутри стран, так и между странами. На неравенство доходов существенное влияние оказала пандемия COVID-19, приведшая к замедлению глобального роста с 5,5% в 2021 г. до 3,2% в 2023 г. Негативное влияние оказывает растущая инфляция. Пока люди падают в нищету, десять самых богатых людей мира

более чем удвоили свое состояние в первые два года пандемии, зарабатывая в среднем 1,3 млрд долл. США в день [5].

– Изменение климата. Борьба с изменением климата важна, поскольку она влияет на другие проблемы (продовольственную безопасность, бедность, географическое равенство и многое другое). Изменение климата непропорционально влияет на наиболее уязвимые и маргинализованные слои населения.

– Отсутствие продовольственной безопасности. Из-за изменения климата и проблем с цепочками поставок недостаток продовольствия является постоянной проблемой. Военные действия в Украине и блокировка украинских портов оказали негативное влияние на экспорт продовольствия во всем мире.

– Всеобщее здравоохранение. По данным Всемирной организации здравоохранения, более 930 млн человек тратят не менее 10% своего семейного дохода на поддержание здоровья, в результате чего 100 млн человек ежегодно оказываются за чертой бедности. Всеобщее здравоохранение, обеспечивающее доступ ко всем необходимым услугам без финансовых возможностей, является одним из наиболее важных вопросов социальной справедливости.

– Бедность. Крайняя бедность, которая определяется как доход менее 2,15 долл. США в день, сосредоточена в регионах, где с ней трудно бороться (таких как сельские районы, страны Африки к югу от Сахары и районы конфликтов). Искоренение бедности – сложная задача, включающая в себя решение других проблем социальной справедливости, таких как низкое качество образования, плохое здравоохранение, географическое обоснование и т. д. Социальная справедливость требует также решения таких проблем, как размывание демократии, политический экстремизм, угрозы кибербезопасности, расизм и др. [5].

Следовательно, социальная справедливость снижает уровень бедности, неравенства и социальной напряженности, играет важную роль в достижении общего процветания, стабильности в мире, инклюзивного и устойчивого социально-экономического развития. Новаторская инициатива МОТ «Глобальная коалиция за социальную справедливость» направлена на активизацию коллективных усилий по срочному решению проблемы дефицита социальной справедливости и ускорению реализации Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, ЦУР и Программы достойного труда.

Список использованной литературы

1. **Origins** and definitions, plus social injustice examples [Electronic resource] // Research insights, expert analysis and blogs. – Mode of access: https://insights-taylorandfrancis-com.translate.goog/social-justice/what-is-social-justice/? x_tr_sl=en& x_tr_tl=ru& x_tr hl=ru& x_tr_pto=sc#section-History-os64nJKhIN. – Date of access: 29.08.2024.

2. **Всеобщая** декларация прав человека : принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml3. – Дата доступа: 20.08.2024.

3. **We are building a future with social justice for all** [Electronic resource] // Global Coalition for Social Justice. – Mode of access: <https://social-justice-coalition.ilo.org/>. – Date of access: 02.09.2024.

4. **The Global** Coalition for Social Justice [Electronic resource] // Global Coalition for Social Justice. – Mode of access: [https://social-justice-coalition.ilo.org/sites/default/files/media-documents/2024_GCSJ_Concept%20Note_CMYK_ENG%20\(1\).pdf](https://social-justice-coalition.ilo.org/sites/default/files/media-documents/2024_GCSJ_Concept%20Note_CMYK_ENG%20(1).pdf). – Date of access: 24.08.2024.

5. **15 Social** Justice Issues We Must Address [Electronic resource] // Human Rights Careers. – Mode of access: https://www.humanrightscareers.com.translate.goog/issues/social-justice-issues/? x_tr_sl=en& x_tr_tl=ru& x_tr hl=ru& x_tr_pto=sc. – Date of access: 29.09.2024.

ВНЕШНЯЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ДАННЫХ МИГРАЦИОННОГО УЧЕТА

Статья посвящена выявлению основных тенденций развития внешней трудовой миграции на основе анализа данных, публикуемых органами государственного управления Республики Беларусь. Результаты исследования могут выступить в качестве информационного базиса, необходимого для совершенствования национальной системы регулирования данной сферы.

The article is devoted to identifying the main trends in the development of external labour migration based on the analysis of data published by government bodies of the Republic of Belarus. The results of the research can serve as an information basis necessary for the improvement of the national regulation system of this sphere.

Ключевые слова: трудовые ресурсы; миграция; трудовая миграция; трудящийся-мигрант; поток мигрантов; миграционный учет.

Key words: labour resources; migration; labour migration; migrant worker; migrant flow; migration registration.

Для современного этапа развития национальной экономики Республики Беларусь весьма актуальными остаются вопросы обеспеченности трудовыми ресурсами. В условиях ограниченности естественных возможностей наращивания демографического и трудового потенциала – важнейшего фактора, обеспечивающего устойчивый экономический рост, – особое внимание необходимо уделить механическому движению трудовых ресурсов. Исследование масштабов, структуры, динамики и особенностей внешней трудовой миграции позволяет определить соответствие данного процесса национальным экономическим интересам и сформировать базис для обоснования мер регулирования миграционной подвижности трудовых ресурсов.

Внешняя трудовая миграция в Беларуси получила широкое развитие в 1990-е гг. Вплоть до 2008 г. выезд населения на работу за рубеж преобладал над притоком трудовых мигрантов в страну. В 2009 г. отрицательное сальдо внешней трудовой миграции сменилось на противоположное, до настоящего времени остается положительным (рисунок 1).



Рисунок 1 – Объем внешней трудовой миграции населения в Республике Беларусь в 2013–2023 гг., чел.

Примечание – Составлено автором по данным источника [1].

В 2023 г. чистый миграционный приток по данным Министерства внутренних дел Республики Беларусь составил 8 925 работников (на основе подписанных договоров и контрактов).

Наблюдавшийся в 2013–2015 гг. «всплеск» числа прибывших в Республику Беларусь мигрантов был обусловлен преимущественно притоком работников из Китая для реализации конкретных инвестиционных проектов и Украины в силу сложившейся политической ситуации. В последующий период приток иностранных работников в Беларусь несколько сократился. В целом сопоставление линий трендов, характеризующих изменение численности выбывших за рубеж и прибывших в страну трудящихся-мигрантов в последнее десятилетие, указывает на нисходящие тенденции.

Важно обратить внимание на то, что объем внешней трудовой миграции на основе официально заключенных трудовых договоров и контрактов является незначительным, а наибольшая доля перемещений с целью трудоустройства остается вне статистического учета, в силу открытости границ для движения трудовых ресурсов и использования статистического инструментария, в полной мере не охватывающего передвижения работников (граждане, которые трудоустроились за пределами Беларуси самостоятельно или посредством зарубежных рекрутинговых агентств, не отражены в миграционном учете как трудовые мигранты). Используемый в Беларуси статистический инструментарий также не позволяет в полной мере учесть маятниковые движения работников в приграничных районах, а также предпринимательскую деятельность «челноков».

Особенно это касается оттока белорусских работников в Россию и другие страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС), не требующие в соответствии с принятыми интеграционными правовыми нормами специальных разрешений на трудоустройство и не использующие (иди сокращающие) в отношении друг друга ограничения по защите национальных рынков труда. Свидетельством тому являются данные по приему белорусских трудящихся-мигрантов в зарубежных странах, в частности, опубликованная Евразийской экономической комиссией информация о числе прибывших из Беларуси лиц для осуществления трудовой деятельности в страны ЕАЭС (таблица 1).

Таблица 1 – Сведения о численности граждан Республики Беларусь, въехавших в страны ЕАЭС для осуществления трудовой деятельности в 2017–2023 гг., чел.

Страна ЕАЭС	Год						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Армения	16	33	38	41	44	285	403
Казахстан	1 007	1 189	1 336	853	1 089	1 761	1 713
Кыргызстан	–	–	–	–	–	–	513
Россия	52 606	44 528	40 579	31 482	33 070	37 194	44 508

Примечание – Составлено автором по данным источника [2].

Число прибывших в Россию белорусских трудовых мигрантов, отражаемое Министерством внутренних дел Российской Федерации на основе количества уведомлений нанимателей или заказчиков работ (услуг) о заключении трудовых или гражданско-правовых договоров, почти в 10 раз (в 2023 г.) превышает общий миграционный отток работников, учитываемый Департаментом по гражданству и миграции Министерства внутренних дел Республики Беларусь на основе подписанных договоров и контрактов.

Несмотря на значительные статистические расхождения результатов белорусского и зарубежного учета трудовых мигрантов, целесообразно продолжить оценку внешней трудовой миграции по данным официальной белорусской статистики, исходя из предположения, что основные отражаемые ею тренды соответствуют общим миграционным тенденциям.

Возвращаясь к данным Министерства внутренних дел Республики Беларусь, следует отметить, что территориальное размещение прибывших в Беларусь трудовых иностранных работников является неравномерным: половина прибывших мигрантов концентрируется в г. Минске и Минской области, имеющих более высокий экономический потенциал для развития, что нашло отражение в развитии национального рынка труда и направленности трудовой иммиграции (таблица 2).

Таблица 2 – Структура распределения поступающих и формирования исходящих потоков внешней трудовой миграции по областям Беларуси в 2013 и 2023 гг., %

Область	Размещение прибывших трудовых мигрантов		Формирование исходящих потоков трудовой миграции		Число организаций, трудоустраивающих белорусских граждан за рубежом (на 1 сентября 2024 г.), ед.
	2013 г.	2023 г.	2013 г.	2023 г.	
Республика Беларусь	100	100	100	100	51
Брестская область	10,5	4,9	0,0	12,4	6
Витебская область	2,4	6,6	8,6	4,1	2
Гомельская область	6,2	6,4	11,5	18,1	4
Гродненская область	6,1	11,3	1,5	0,2	3
г. Минск	57,8	50,0	57,5	40,8	23
Минская область	11,0	17,2	4,7	2,2	7
Могилевская область	6,0	3,6	16,2	22,2	6

Примечание – Рассчитано автором по данным источника [1].

Эмиграционный поток работников из Беларуси формируется главным образом в столице страны (41–58% выезжающих), а также значительный вклад в формирование оттока вносят Могилевская и Гомельская области. В определенной мере это можно объяснить как сосредоточением значительной части населения Беларуси в столичном регионе (21,8% всех жителей Беларуси), так и территориальным размещением организаций, имеющих лицензии на осуществление деятельности, связанной с трудоустройством белорусских граждан за рубежом. По данным на 2024 г. в г. Минске сосредоточено 23 из 51 организации (45%).

Географическая структура входящих и исходящих потоков трудовой миграции в Беларуси имеет существенные отличия (рисунки 2 и 3).



Рисунок 2 – Географическая структура прибывших в Республику Беларусь трудовых мигрантов в 2023 г., %

Примечание – Рассчитано автором по данным источника [1].

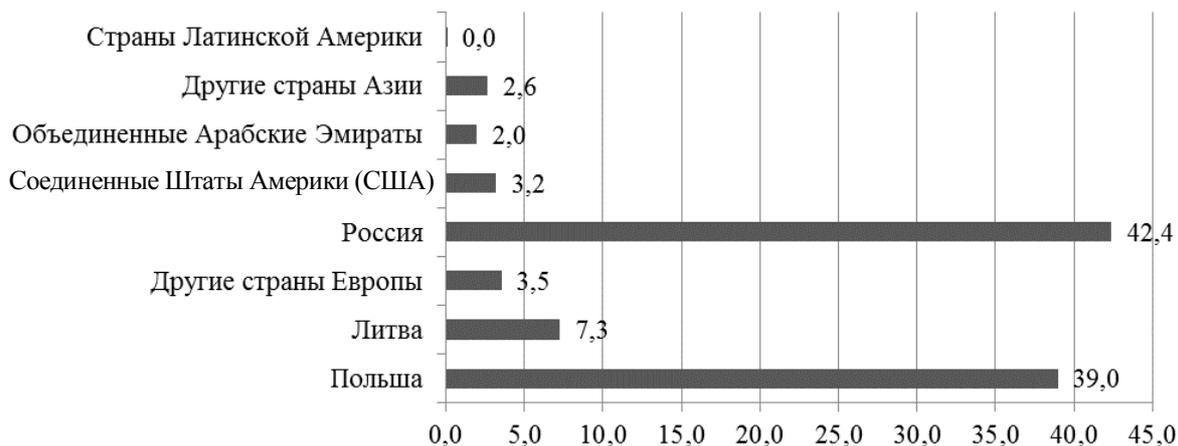


Рисунок 3 – Географическая структура выехавших из Республики Беларусь трудовых мигрантов в 2023 г., %

Примечание – Рассчитано автором по данным источника [1].

Данные о подписанных трудовых договорах и контрактах с иностранными гражданами свидетельствуют, что иммиграционный поток формировался преимущественно за счет выходцев из России, Китая, Туркменистана, Украины. При этом отмечается постепенное увеличение доли граждан азиатских и африканских стран в структуре прибывших трудовых мигрантов, некоторая часть из которых – это выпускники белорусских учреждений высшего образования, трудоустроившиеся по полученной специальности. Особенно характерным является трудоустройство в Беларуси молодых специалистов из числа граждан Туркменистана, Таджикистана, Китая.

При этом исходящий поток был направлен в 17 стран (в Россию, Польшу, Литву, другие страны Европы). В экспорте рабочей силы более 42% подписанных договоров и контрактов приходится на Российскую Федерацию, центрами притяжения мигрантов являлись города Москва, Санкт-Петербург, а также Подмоскowie, Западная Сибирь и Дальний Восток. На втором месте по притяжению белорусских трудовых мигрантов после Российской Федерации находится Польша (39%).

В публикуемой Министерством внутренних дел Республики Беларусь информации не отражены сведения о возрастном составе трудовых мигрантов и уровню их образования, что не позволяет провести более глубокий анализ, однако приводится информация о категориях работников для входящих и исходящих потоков и сроках заключенных трудовых договоров и контрактов выезжающих из страны лиц.

Так, в трудовой иммиграционной структуре в 2023 г. (без учета стран ЕАЭС) преобладали представители рабочих специальностей (40,6%) и работники сферы обслуживания и торговли (24,5%). Удельный вес квалифицированных работников и специалистов в структуре прибывших в Беларусь мигрантов составил 22,5% (в 2017 г. они составляли 33,4%). Руководители составили весьма незначительную долю (9,6%). Для работы в сельском хозяйстве, испытывающем весьма устойчивый дефицит кадров, прибыли 270 мигрантов (2,8%).

В Республике Беларусь используется упрощенный порядок привлечения высококвалифицированных зарубежных специалистов в организации, являющиеся резидентами Парка высоких технологий (в 2023 г. по упрощенной процедуре трудоустроены 267 работников).

Помимо этого в Беларуси предприняты меры, направленные на оптимизацию профессионально-квалификационной структуры прибывающих трудовых мигрантов, наиболее соответствующей потребностям отраслей национальной экономики. В 2023 г. Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь определен перечень из 10 профессий рабочих (должностей служащих), на которые привлекаются иностранные граждане или лица без гражданства, не имеющие разрешения на постоянное проживание в Республике Беларусь, без учета ограничений по защите национального рынка. С начала действия данной меры (фактически за 6 мес. 2023 г.) по упрощенной процедуре в Беларуси было трудоустроено 579 иностранных работников (преимущественно граждан Туркменистана – 259 человек), наибольшую долю из которых

составили водители автомобиля, швеи, инженеры и трактористы-машинисты сельскохозяйственного производства (рисунок 4).

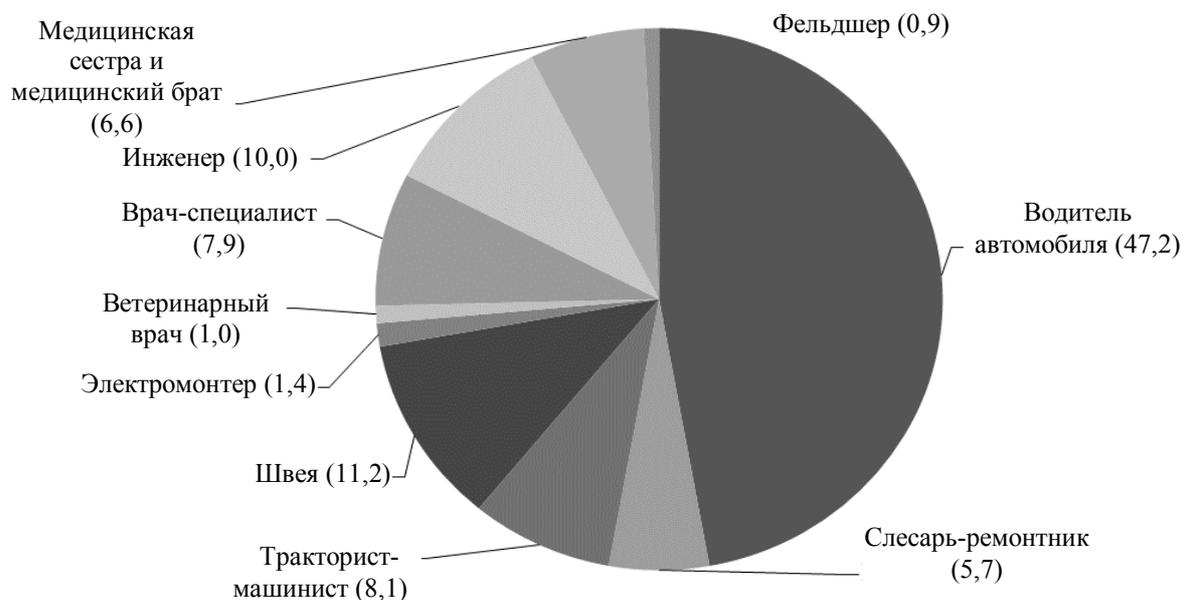


Рисунок 4 – Структура привлеченных в Республику Беларусь трудовых мигрантов по востребованным профессиям рабочих (должностям служащих) по упрощенной процедуре в 2023 г., %

Примечание – Рассчитано автором по данным источника [1].

В 2024 г. в данный перечень вошли 38 наиболее востребованных профессий рабочих и 15 должностей служащих.

Тем не менее, несмотря на «дефицитность» на национальном рынке, в 2023 г. наблюдался отток за пределы страны именно представителей рабочих специальностей (84,8%). Данная категория трудовых мигрантов составила основной поток в Российскую Федерацию, Польшу, Литву, Финляндию. Вторая по значимости категория трудовых эмигрантов – работники сферы обслуживания и торговли (13,3%). Данный род деятельности в наибольшей мере представлен в структуре выехавших белорусских работников в Объединенные Арабские Эмираты, Катар, Японию, Китай, США и Швейцарию. На наш взгляд, подобная структура исходящего миграционного потока отражает «вымывание» представителей рабочих специальностей из национального рынка труда, характеризующегося наиболее высокой востребованностью именно данной категории работников.

Данные платежных балансов по статьям, отражающим объем производимых денежных переводов физических лиц, оплату труда и другие выплаты в денежной форме резидентов, временно работающих за рубежом, нерезидентов, временно занятых на белорусском рынке труда, позволяют оценить доходы от международной трудовой миграции населения в Республике Беларусь, за 2023 г. составившие более 1 123 млн долл. США (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели Платежного баланса Республики Беларусь, характеризующие движение средств, полученных от трудовой миграции населения в 2022–2023 гг., млн долл. США

Показатели	Год		Темп роста, %
	2022	2023	
Оплата труда резидентов, временно работающих за рубежом	768,5	873,9	113,7
Оплата труда нерезидентов, временно занятых в экономике Беларуси	47,3	50,7	107,2
Сальдо по оплате труда	721,1	823,2	114,2
Поступление в страну денежных переводов работающих	610,6	364,8	59,7
Отток из страны денежных переводов работающих	81,9	64,7	79,0

Показатели	Год		Темп роста, %
	2022	2023	
Сальдо денежных переводов работающих	528,7	300,1	56,8
Чистый приток доходов от осуществления международной трудовой миграции (сумма сальдо по оплате труда и денежных переводов работников)	1 249,8	1 123,3	89,9
Примечание – Составлено автором по данным источника [3, с. 26].			

Информация Национального банка Республики Беларусь, отраженная в опубликованном в 2023 г. платежном балансе, свидетельствует об увеличении оплаты труда резидентов Республики Беларусь, временно работающих за рубежом, и ее существенном превышении (в 17 раз) над трудовыми доходами мигрантов, занятых в белорусской экономике.

Сальдо по оплате труда в 2023 г. сложилось положительным в размере более 820 млн долл. США (1,1% от ВВП Беларуси). Представленные в таблице 3 данные косвенно свидетельствуют о том, что численность временно работающих за рубежом белорусских граждан значительно превышает число иностранных работников, занятых в экономике Беларуси, а также демонстрирует имеющиеся межстрановые различия в уровне оплаты труда работников. Несмотря на рост оплаты труда резидентов Беларуси, работающих за рубежом, отмечается сокращение поступления в страну денежных переводов, что связано с введением и расширением отдельными странами мира ограничительных мер в отношении финансовых учреждений Республики Беларусь. Это приводит к увеличению объемов пересылки белорусскими гражданами заработанных за границей денежных средств по неофициальным каналам, минуя банки, через водителей, знакомых, а также самостоятельно при приезде на родину.

Таким образом, проведенный анализ статистических данных об организованной трудовой миграции, публикуемых Министерством внутренних дел Республики Беларусь, позволяет сделать ряд выводов:

- наибольшая часть внешних перемещений населения с целью трудоустройства не попадает в поле зрения статистики, особенно в части численности выбывших трудовых мигрантов;
- объемы миграционного обмена, регистрируемого органами по гражданству и миграции, имеют тенденцию к уменьшению в последние годы;
- наибольшей миграционной активностью обладает столичный регион, выступающий как ключевой донор, так и реципиент трудовых мигрантов;
- с географической точки зрения исходящий организованный миграционный поток является более концентрированным, формирующимся из двух ключевых направлений регистрируемой трудовой миграции – Россия и Польша, в то время как страновая структура прибывших трудовых мигрантов более диверсифицирована и во многом обусловлена притоком иностранных работников из стран Азии и Африки;
- профессионально-квалификационный состав входящих и исходящих потоков трудовых мигрантов не является оптимальным с позиции перспектив развития национальной экономики Республики Беларусь.

Важным направлением совершенствования управления миграционными процессами в Республике Беларусь, на наш взгляд, является проведение на регулярной основе статистических обследований домашних хозяйств, включенных в процессы трудовой миграции. Это позволит обеспечить формирование соответствующей современным реалиям информационной базы, необходимой для выработки решений по управлению потоками внешней трудовой миграции, нацеленных, с одной стороны, на удовлетворение национальных потребностей в рабочей силе по количеству и качественным характеристикам, с другой, – на поддержание национальной экономической безопасности. Не утрачивают актуальности вопросы координации усилий по управлению трудовой миграцией с регулированием рынка труда. Это может быть обеспечено путем возобновления деятельности Межведомственной комиссии по вопросам миграции при Совете Министров Республики Беларусь и создания совещательно-консультативного органа при Департаменте по гражданству и миграции Министерства внутренних дел Республики Беларусь, включающего представителей иных органов управления, бизнеса и экспертного сообщества по вопросам рынка труда и занятости. Это позволит сориентировать систему регулирования на преодоление имеющихся в стране социально-экономических и демографических проблем, выявление и ликвидацию деструктивных последствий миграции, использование ее

потенциала для развития общества и рационального распределения трудовых ресурсов в территориальном разрезе.

Список использованной литературы

1. **Сведения** о трудящихся-мигрантах, въехавших на работу в Республику Беларусь и выехавших на работу за границу [Электронный ресурс] // Министерство внутренних дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://mvd.gov.by/ru/page/uchet-trudyashihsya-emiigrantov-i-trudyashihsya-immigrantov>. – Дата доступа: 10.09.2024.

2. **Сведения** о численности граждан государств-членов Евразийского экономического союза, въехавших в страну (Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Российская Федерация) для осуществления трудовой деятельности // [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: <https://eec.eaunion.org/upload/medialibrary/a5d/j0asjs1n7p23zzvl71hsrlt3fdlmeugg/Svedeniya-o-chislennosti-trudyashchikhsya-za-2012-1-polugodie-2024.pdf>. – Дата доступа: 10.09.2024.

3. **Платежный** баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь за 2023 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/balpay/balpay2023_4.pdf. – Дата доступа: 10.09.2024.

УДК 338.1

Т. М. Тишковская (tatyana.tishckovs@yandex.by),
ст. преподаватель

И. М. Сузько (irina.suzko@mail.ru),
студент

О. П. Колесник (ksuschakolesnik123@gmail.com),
студент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматривается распространение и развитие современных информационных технологий, их широкое проникновение во все сферы экономики и общества, которое изменяет привычные бизнес-модели, структуры традиционных видов экономической деятельности и подходы к управлению. Происходящие перемены настолько широкомасштабны, что можно смело говорить об очередной технологической революции и формировании нового технологического уклада.

The article examines the spread and development of modern information technologies, their widespread penetration into all spheres of the economy and society, which changes the usual business models, structures of traditional economic activities and management approaches. The changes that are taking place are so widespread that we can safely talk about another technological revolution and the formation of a new technological order.

Ключевые слова: информационные технологии; информация; автоматизация процессов; кибербезопасность; искусственный интеллект.

Key words: information technology; information; process automation; cybersecurity; artificial intelligence.

Сегодня невозможно представить нашу жизнь без информационных технологий. Они преобразуют и улучшают мир, даря нам новые возможности и перспективы развития.

В последнее время в современном обществе происходят серьезные изменения в разных областях человеческой жизнедеятельности. Одним из основных факторов, влияющих в настоящее время на прогресс науки и техники во всех сферах, является распространение современных информационных технологий.

Информационные технологии – это класс областей деятельности, относящихся к технологиям управления и обработки огромного потока информации с применением вычислительной техники.

Роль информационных технологий в развитии общества состоит в увеличении процессов получения, распространения и использования обществом полученных знаний.

Информация представляет собой один из основных, решающих факторов, который определяет развитие технологии и ресурсов в целом. В связи с этим очень важно понимание не только взаимосвязи развития индустрии информации, компьютеризации, информационных технологий с процессом информатизации, но и определение уровня и степени влияния процесса информатизации на сферу управления и интеллектуальную деятельность человека.

Информационные технологии позволяют активизировать и эффективно использовать информационные ресурсы общества, которые сегодня являются наиболее важным стратегическим фактором его развития.

Информационные процессы в последние годы занимают все большее место в жизнедеятельности общества. Информационные технологии позволяют активизировать и автоматизировать информационные процессы, которые являются важными элементами других, более сложных производственных или социальных процессов.

Информационные технологии играют важную роль в различных сферах деятельности, в том числе в менеджменте. Использование информационных технологий позволяет повысить эффективность управления бизнес-процессами, обеспечивает более точное принятие решений, повышает уровень автоматизации и ускоряет выполнение задач.

Одним из ключевых применений информационных технологий в менеджменте является внедрение специализированных программ и систем управления, таких как CRM (Customer Relationship Management), ERP (Enterprise Resource Planning) и др. Эти системы позволяют управлять взаимодействием с клиентами, производственными и оперативными процессами, контролировать финансовую деятельность и многое другое.

Также информационные технологии широко используются для сбора, анализа и обработки данных, что позволяет менеджерам получать актуальную информацию о состоянии организации, конкурентном окружении, рыночных тенденциях и принимать обоснованные решения на основе этих данных.

Информационные технологии также оказывают влияние на коммуникации и взаимодействие внутри компании и с внешними стейкхолдерами. Цифровые технологии позволяют эффективно общаться с сотрудниками, делиться информацией, проводить виртуальные встречи и координацию работы удаленных команд.

Таким образом, использование информационных технологий в менеджменте помогает современным организациям стать более конкурентоспособными, улучшить управление бизнес-процессами, оптимизировать ресурсы и повысить эффективность работы.

Современное общество находится на таком этапе развития, когда практически все сферы общественной жизни и государственной деятельности зависят от качества и безопасности информационных технологий и ресурсов.

Умение применять в своей деятельности современные информационные технологии становится одним из основных компонентов профессиональной подготовки любого специалиста. Благодаря информационным технологиям осуществляется успешная деятельность множества компаний. Если в профессиональной деятельности используются современные информационные технологии, то трудовой процесс будет эффективным и производительным.

Программные продукты и информационные технологии позволяют обеспечить надежную и безопасную работу как для компьютерной техники, так и для информационной системы работника. Они позволяют качественно и оперативно осуществлять обработку, сортировку и хранение необходимой информации и данных, способствуют облегчению выполняемых функций работника путем автоматизации определенных трудовых процессов. С каждым днем увеличивается число автоматизированных рабочих мест, так как автоматизированные процессы позволяют осуществлять профессиональную деятельность более точно, четко и быстро.

Можно выделить следующие сферы жизни, где применяются информационные технологии:

– Коммуникация и социальные сети. Социальные платформы, мессенджеры и электронная почта позволяют людям общаться мгновенно с кем угодно, вне зависимости от расстояния. Это также предоставляет возможность создавать онлайн-сообщества с общими интересами.

– Бизнес и электронная торговля. Интернет и цифровые инструменты позволяют компаниям создавать онлайн-магазины, привлекать клиентов через интернет-маркетинг, управлять складами и поставками, а также проводить электронные транзакции.

– Образование и электронное обучение. Современные информационные технологии расширяют доступ к знаниям и образованию. Электронные платформы для обучения, вебинары, видеоуроки, интерактивные образовательные материалы помогают учиться где и когда угодно.

– Здравоохранение. Информационные технологии улучшают качество медицинской помощи, упрощают управление медицинской документацией и позволяют совершать дистанционные консультации и диагностику.

– Научные исследования. Информационные технологии играют важную роль в сборе и анализе данных, симуляциях, обработке изображений и других научных задачах.

– Развлечения и культура. Интернет предоставляет доступ к фильмам, музыке, играм и другим формам развлечения, а также позволяет артистам и творческим личностям продвигать свои творческие проекты.

– Интеллектуальные системы и искусственный интеллект. Развитие искусственного интеллекта позволяет создавать интеллектуальные системы, которые способны выполнять сложные задачи, такие как распознавание образов, обработка естественного языка, автоматизация процессов и др.

– Управление и организация. Информационные технологии помогают в управлении ресурсами, автоматизации бизнес-процессов, анализе данных для принятия решений и оптимизации работы учреждений и организаций.

– Интернет вещей. Это концепция, согласно которой устройства, оснащенные датчиками и соединенные с интернетом, обмениваются данными и выполняют различные задачи. Интернет вещей применяется в «умных домах», «умных городах», промышленности и других областях [1, с. 192].

– Кибербезопасность. С ростом использования информационных технологий становится критически важным обеспечение защиты от киберугроз и внедрение средств обеспечения информационной безопасности.

Одним из ключевых элементов в профессиональной подготовке каждого специалиста становится способность успешно применять современные информационные технологии в своей деятельности. Кроме того, информатизация занимает одно из важных мест в процессе информатизации современного общества. Это включает разработку и оптимальное использование современных новых информационных технологий. Этот процесс способствует развитию и внедрению информационных технологий.

Использование современных информационных технологий имеет множество преимуществ, однако оно также сопряжено с некоторыми проблемами. Можно выделить следующие проблемы и возможные пути их решения, связанные с использованием информационных технологий:

– Кибербезопасность и уязвимости. Рост числа кибератак и утечек данных стал серьезной проблемой для компаний и частных лиц. Нарушители могут получить доступ к конфиденциальной информации и нанести значительный ущерб. Выделяют следующие пути решения: разработка и внедрение более сильных киберзащитных мер, использование современных методов шифрования данных, регулярное обновление программного обеспечения и повышение информационной грамотности среди пользователей.

– Чрезмерная зависимость от технологий. Слишком сильная зависимость от информационных технологий может привести к серьезным последствиям, если системы выйдут из строя или подвергаются кибератакам. Выделяют следующие пути решения: разнообразие и резервное копирование систем, использование облачных решений для обеспечения доступности данных и постепенное внедрение ИТ-инфраструктуры, чтобы уменьшить воздействие возможных сбоев [2, с. 105].

– Ограниченный доступ к технологиям. В некоторых регионах или для определенных слоев населения доступ к современным информационным технологиям ограничен из-за различных причин, таких как низкая инфраструктура или экономические проблемы. Выделяют следующие пути решения: развитие государственных программ и инвестиций для содействия расширению доступа к информационным технологиям, развитие инфраструктуры, поддержка образования и обучения населения в области цифровых навыков.

– Конфиденциальность и этика данных. Сбор и хранение больших объемов данных могут вызывать беспокойство по поводу конфиденциальности и ненадлежащего использования личной информации. Выделяют следующие пути решения: соблюдение законодательства о защите данных, установление строгой политики конфиденциальности, прозрачное информирование пользователей о сборе и использовании данных, а также развитие этических стандартов для использования данных.

– Технологическое неравенство. Неравномерное распределение информационных технологий между разными регионами и социальными группами может привести к усугублению раз-

рыва между богатыми и бедными. Выделяют следующие пути решения: повышение доступности и обучаемости в области информационных технологий для всех слоев населения, развитие программ поддержки для малообеспеченных регионов, стимулирование инноваций в области информационных технологий и создание инклюзивного цифрового сообщества [3, с. 951].

Развитие информационных технологий сопровождается улучшением их качества, особенно благодаря новейшей компьютерной технике. Использование современных информационных технологий, основанных на передовых компьютерных решениях, способствует более эффективному управлению организациями и учебными заведениями, а также позволяет сократить время, затрачиваемое на различные операции.

Общественное значение информационных технологий в наше время значительно возросло, так как они стали неотъемлемой частью самых разнообразных аспектов человеческой жизни. Практически каждый процесс в современной жизни человека связан с использованием информационных технологий. В связи с этим многие наниматели теперь ставят перед будущими сотрудниками и потенциальными работниками требования обязательного знания персонального компьютера и умения оперировать информационной средой.

Список использованной литературы

1. **Хлебников, А. А.** Информационные технологии (для бакалавров) / А. А. Хлебников. – М. : КноРус, 2019. – 320 с.
2. **Попова, М. В.** Информационные, коммуникационные технологии : учеб. / М. В. Попова, А. В. Сапожников, В. И. Сапожников. – М. : АПР, 2019. – 258 с.
3. **Современные** информационные технологии на службе науки и образования / Н. А. Сысоев [и др.] // *Фундамент. исслед.* – 2016. – № 11-5. – С. 949–953.

УДК 338.1

Т. М. Тишковская (tatyana.tishckovs@yandex.by),
ст. преподаватель

И. М. Сузько (irina.suzko@mail.ru),
студент

М. П. Рудковская (milena6225@mail.ru),
студент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена трем социальным проблемам мировой экономики – массовой бедности и обеспечению первичных потребностей, социальному расслоению, ненаблюдаемой экономике.

The article is devoted to three social problems of the world economy mass poverty and provision of primary needs, social scratrification, non-observed economy.

Ключевые слова: массовая бедность; первичные потребности; социальное расслоение; ненаблюдаемая экономика.

Key words: mass poverty; primary needs; social differentiation; non-observed economy.

Экономика предназначена для удовлетворения потребностей людей в материальных ресурсах, дефицит этих ресурсов, а также их неравномерное распределение приводят к возникновению массовой бедности и социальной стратификации. Это также становится причиной появления теневой экономики.

Бедность обычно рассматривается как состояние, при котором отсутствуют экономические ресурсы, необходимые для удовлетворения насущных потребностей индивида или домашнего хозяйства.

Различают два основных типа бедности:

– Абсолютная бедность означает нехватку доходов для обеспечения первичных потребностей человека. Первичные потребности – это потребности в продуктах первой необходимости (первичных благах), т. е. в пище, одежде, жилье, простейших услугах. Это минимальный

набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности, т. е. минимальная потребительская корзина.

– Относительная бедность является сравнительной категорией и означает состояние, при котором из-за нехватки экономических ресурсов поддержание социально приемлемого образа жизни для индивидуума или семьи становится невозможным. Для измерения относительной бедности определяют долю населения, у которого доходы ниже тех, что нужны для покупки национальной (или региональной) потребительской корзины (прожиточный минимум) для всех членов семьи, т. е. ниже национальной черты бедности.

Другим подходом может быть определение доли населения, доходы которого ниже среднемедианного дохода по стране. Применяется ценочный подход к измерению относительной бедности путем опроса индивидов, которые позиционируют себя как бедные или небедные. Относительная бедность характерна для всех стран мира и порождена социальным расслоением общества.

Абсолютная бедность, охватывающая большую или преобладающую часть населения страны, часто именуется термином «массовая бедность». Она характерна для наиболее отсталых регионов мира, где сосредоточена подавляющая часть абсолютно бедных мира.

Массовая бедность оказывает следующее негативное воздействие на экономическое развитие страны:

– бедное население не в состоянии делать сбережения, что ограничивает масштабы инвестиций;

– бедное население страдает от недоедания, что сказывается на здоровье, производительности труда данной категории людей;

– человеческий капитал бедных людей в силу низкого уровня квалификации малоэффективен и не может быть задействован в современном производстве;

– из-за низких доходов бедные люди ограничены в мобильности и информированности, что, с одной стороны, не позволяет им воспользоваться новыми возможностями, например, в области занятости, а, с другой стороны, повышает их уязвимость к ситуациям (например, землетрясение, тайфун, засуха и т. д.) и риск эксплуатации и насилия;

– низкий уровень потребления значительной части населения (бедные люди тратят не менее 80% своих доходов только на продовольствие) подрывает стимулы к разворачиванию новых производств и инновационной деятельности; в результате страны с массовой бедностью оказываются в ловушке отсталости;

– массовая нищета является источником эпидемий и политической нестабильности, что ведет к периодическим вооруженным столкновениям между социальными группами, усугубляя социально-экономическую ситуацию.

За последние десятилетия наше понимание бедности значительно изменилось. Нобелевский лауреат Амартия Сен утверждает, что абсолютно бедные люди не только сталкиваются с нехваткой финансов, но также испытывают недостаток возможностей, таких как образование, здоровье, связи и прочие ресурсы, необходимые для повышения своих доходов. Этот взгляд на бедность стал основой для создания индекса многомерной бедности.

Многие развивающиеся страны добились значительных успехов в борьбе с абсолютной бедностью благодаря ускоренному экономическому росту.

Тем не менее, социальное расслоение по-прежнему остается актуальной проблемой. Оно касается как высокоразвитых, так и менее развитых стран, проявляется в различиях в социальном статусе и уровне доходов населения. Экономисты уделяют особое внимание именно различиям в доходах. Согласно неоклассической экономической теории, доходы распределяются в соответствии с вкладом каждого в производство благ, что подчеркивает важность анализа этих различий экономического ресурса (или фактора производства). Большинство домохозяйств в рыночной системе владеет лишь такими факторами, как труд, знания, небольшой капитал, в то время как основная масса капитала, предпринимательских способностей, природных ресурсов принадлежит меньшей части домохозяйств.

Существует множество факторов, способствующих дифференциации доходов. Во-первых, они могут быть связаны с самими людьми – к числу основных аспектов относятся различия в трудолюбии, навыках, опыте, состоянии здоровья, предприимчивости и удаче. Обычно работники, обладающие этими положительными чертами, зарабатывают больше, чем те, кто в меньшей степени наделен ими. В тоже время существуют группы людей и отдельные индивиды, которые не в состоянии обеспечить себя самостоятельно. К таким категориям относятся де-

ти и подростки, молодежь, обучающаяся в учебных учреждениях, пожилые люди, больные и инвалиды, а также матери-одиночки.

Другие причины способствующие неравенству в доходах, связаны с восприятием личности обществом. В первую очередь это касается дискриминации, т. е. неравномерного распределения прав и возможностей между людьми на основе социальных, политических, гендерных, этнических, религиозных и иных отличий.

В последние годы множество стран отмечает усиление доходного неравенства. Можно утверждать, что одной из ключевых причин возрастания различий в доходах в развитых странах явились изменения в пропорциях факторов производства, особенно в контексте труда и капитала, где последний стал более выгодным.

Дифференциация доходов как явление имеет свои преимущества и недостатки для экономики. С одной стороны, возможность зарабатывать больше, чем коллеги, мотивирует людей к трудолюбию и стремлению к получению качественного образования и опыта. Стремление к высокому заработку развивает предприимчивость, включая инициативу в бизнесе. В конечном итоге, наша моральная установка подразумевает, что более квалифицированные работники должны получать большую оплату труда, чем менее компетентные. Поэтому более усердные, образованные, трудоспособные и инициативные люди способны зарабатывать не только для себя, но и для блага всего общества.

С другой стороны, отрицательные аспекты дифференциации доходов становятся особенно явными на фоне заметного неравенства.

Социальные последствия данного явления проявляются в том, что растущее противоречие между бедными и обеспеченными, а также высокая степень уязвимости значительной части населения могут угрожать общественному благополучию и вызвать политические потрясения. Это происходит, когда то, что большинство людей воспринимает как обычное неравенство в доходах, переходит в крайности. Разные государства устанавливают различные критерии, определяющие, где проходит граница между нормальным и чрезмерным неравенством. Кроме того, такое неравенство зачастую сопровождается препятствиями в доступе к образованию, здравоохранению и возможностям для социальной мобильности. В результате существующее неравенство в возможностях может значительно усугубить различия в уровне доходов.

Смягчению неравенства в доходах помогает такой социальный фактор, как социальная мобильность. Невысокий уровень дискриминации в обществе, хороший доступ к образованию и здравоохранению помогают выходцам из низших слоев общества перебраться в более высокие. Подобные «социальные лифты» помогают сохранять социальную стабильность даже в стране с сильной дифференциацией доходов.

Поэтому правительства различных стран стремятся реализовать принципы социальной справедливости, чтобы избежать чрезмерного неравенства.

Для этого государства используют разнообразные инструменты и меры. Среди них можно выделить налоговые вычеты, установление минимальной заработной платы, целевую помощь для самых бедных, субсидии на жилье, продовольственную помощь для нуждающихся, введение бесплатных завтраков для детей из малообеспеченных семей, а также различные детские пособия. В дополнение к этому, власти предоставляют льготное медицинское обслуживание для семей с детьми и пожилых людей, корректируют социальные выплаты и пенсии, а также принимают другие меры [1].

Проблема ненаблюдаемой экономики. При исчислении объема валового внутреннего продукта (ВВП) страны в него включают часть той экономики, которая в Системе национальных счетов (СНС) называется ненаблюдаемой (в предыдущих версиях СНС она именовалась теневой экономикой). Ненаблюдаемая экономика охватывает экономическую деятельность в стране, незарегистрированную официально уполномоченными органами, включает в себя следующие составные части (секторы):

– Неформальная экономика, которая работает не столько на рынок, сколько на себя (в основном это сельскохозяйственная продукция домашних хозяйств и строительство собственными силами), не ведет бухгалтерского учета, потому что осуществляется домашними хозяйствами, а не фирмами.

– Скрытая (теневая) экономика, которая производит разрешенные законом товары и услуги, но скрывается или преуменьшается с целью уклонения от уплаты налогов, социальных взносов, предписаний по охране труда, выполнения санитарных норм, получения лицензий. Примерами могут быть незарегистрированные партии товаров на легально действующих орга-

низациях, сдача в аренду или ремонт жилья без оформления договора, репетиторство или работа прислужкой без контракта.

– Незаконная экономическая деятельность (нелегальная экономика), которая является нелегальной потому, что охватывает производство и продажу тех видов товаров и услуг, которые запрещены законодательством страны. Обычно это производство и продажа наркотиков, проституция, контрабанда, производство и продажа (в обход установленных правил) оружия. Нередко в нелегальную экономическую деятельность включают запрещенные законом перераспределительные операции – хищения, грабежи, рэкет (вымогательство), мошенничество, взяточничество (коррупцию).

Первые два из трех элементов (секторов) ненаблюдаемой экономики включаются в СНС и в объем ВВП страны. Для определения размера этих секторов используются оценки, которые базируются на межотраслевом балансе (например, для выявления размеров скрытой оплаты труда); выборочных обследованиях (например, через анонимное анкетирование части студентов и школьников о плате за репетиторство); аналогиях (выявленные размеры неформальной и скрытой экономики в одном регионе могут быть с поправками применены к схожим регионам); косвенных индикаторах (например, данные о площади приусадебных и дачных участков в сочетании с данными о средней урожайности позволяют выявить примерные размеры неформального сельскохозяйственного производства на этих участках вместе взятых); экспертных оценках.

Третий элемент ненаблюдаемой экономики (незаконная экономическая деятельность) в объем ВВП не включается. Расчеты ее размеров носят оценочный характер, нелегальные перераспределительные операции нельзя отнести к производству ВВП. Однако для международных сопоставлений эти оценки используются, но в основном по отдельным видам перераспределительных операций.

Изучение теневой экономики проявляет себя по-разному в каждом из трех компонентов. Сфера неформальной экономики часто рассматривается как пережиток традиционного сектора, который сохраняется в условиях рыночной экономики. Кроме того, присутствует заметная корреляция между уровнем экономического развития страны и размерами ее неофициального сектора.

Скрытая (теневая) экономика влияет на финансовую базу государства и сужает его возможности финансирования развития, регулирования экономической деятельности, поддержания социального мира. Тем не менее, скрытая (теневая) экономика рассматривается неоклассической теорией как рациональное поведение экономических агентов, нацеленное на максимизацию дохода с учетом риска наложения санкций, – если доход заведомо превышает потери от санкций, то оппортунистически настроенные экономические агенты идут на этот риск. Неинституциональная теория рассматривает скрытую экономику как следствие несовершенства институтов, что порождает у бизнеса высокие транзакционные затраты открытого ведения хозяйственных операций – сложно открыть бизнес, высокие налоги, запутано хозяйственное законодательство, коррумпированы многие институты. Многие из этих затрат ведения бизнеса, по мнению перуанского экономиста Эрнандо де Сото, порождены бюрократизмом, присущем прежде всего менее развитым странам с их неэффективным государственным аппаратом. Поэтому ряд исследователей считают, что теневая экономическая деятельность в отдельных случаях имеет позитивный эффект, в частности, предоставляя возможность дополнительного заработка, особенно в условиях спада или стагнации формальной экономики и обесценения социальных пособий. Во многих развивающихся странах неформальная экономическая занятость – это фактически единственный реальный источник заработка для массы низкоквалифицированной рабочей силы. Также присутствует в развитых странах.

В рамках исследования незаконной экономической активности неоклассическая теория утверждает, что она возникает, как и теневая экономика, из рационального поведения экономических агентов. Гэри Беккер подчеркивал, что «предположение о рациональности подразумевает, что некоторые личности становятся преступниками, поскольку, учитывая вероятность задержания и осуждения, а также строгость наказания, финансовые и другие выгоды от преступной деятельности могут оказаться сопоставимыми с доходами от легальной работы» [2]. Склонность к ведению преступной деятельности порождена социальными причинами (прежде всего дифференциацией доходов) и психологическими (часть людей имеет криминальные наклонности от рождения).

В исследованиях нелегальной экономики традиционно делается акцент на коррупции, которая проявляется как злоупотребление властными полномочиями для личной выгоды. Не-

оклассическая экономика трактует коррупцию как результат рационального выбора экономических агентов, действующих в условиях ограниченных ресурсов. В рамках данной модели домохозяйства и компании могут обладать преимуществом в доступе к экономическим ресурсам, в то время как бюрократия зачастую контролирует доступ к политическим (административным) ресурсам, особенно в контексте, когда гражданское общество находится на слабых позициях. Одним из инструментов анализа на основе этой теоретической схемы может выступать модель «принципал – агент», в которой государство, выступающее как принципал, назначает агентов, т. е. чиновников, которые могут использовать свое положение в собственных интересах в условиях слабо развитого гражданского общества.

Неоинституциональная теория рассматривает коррупцию как поведение чиновников, основанное на оппортунистических мотивах, происходящем по двум основным причинам. Первая причина – это значительная асимметрия в информации между государственными служащими и другими экономическими агентами, что зачастую вызвано чрезмерным вмешательством государства в экономику. Вторая причина заключается в захвате государственного аппарата различными группами интересов, когда государственные структуры становятся доминирующими над бизнесом и обществом. В таких условиях взятка выступает одним из способов, с помощью которого чиновники извлекают политическую ренту из бизнеса и общества.

Неоинституциональные теоретики отмечают, что коррупция приводит к множеству негативных последствий. В компаниях наблюдается рост рентоориентированного поведения, взятки становятся значимой частью затрат товаров и услуг. Бюрократические структуры продолжают поддерживать государственные заказы и проекты, которые неэффективны для страны, но выгодны для них. Эффективность макроэкономической политики снижается из-за растраты государственных средств и игнорирования указаний руководства со стороны бюрократов. Часть коррупционных средств вывозится за границу, что приводит к утечке капитала и уменьшению валового накопления. Это также усугубляет социальную несправедливость, нарастает недовольство в отношении государственных институтов.

В тоже время коррупция может отчасти выступать как способ смягчения негативного воздействия неэффективных институтов, выживания бизнеса, особенно малого, в ненормальных условиях, хотя неэффективность этих институтов часто объясняется стремлением их персонала получать взятки через искусственное поддержание своей неэффективности.

В международных экономических отношениях различные аспекты ненаблюдаемой экономики проявляются по-разному. Неформальная экономика участвует в этих процессах наиболее ограниченно, так как она ориентирована на собственные нужды, а не на рыночные требования. В отличие от нее, скрытая и нелегальная экономика имеют иную динамику участия.

Скрытая экономика особенно активна в международном экспорте капитала и рабочей силы. Ежегодно в мире незарегистрированный вывоз капитала составляет несколько сотен миллиардов долларов, в результате зарегистрированный вывоз капитала в целом по миру намного меньше зарегистрированного ввоза.

Нелегальная экономика выделяется в мировой торговле, где активно происходят сделки с товарами, включая незарегистрированные наркотики, поддельные и другие запрещенные изделия, а также услуги, например, проституцию.

Особая роль в мировой криминальной экономике принадлежит транснациональной организованной преступности. Она не только участвует в нелегальной мировой торговле, но и фактически сформировала свою собственную подсистему внутри международной финансовой структуры. Эта подсистема позволяет проводить легализацию «грязных денег» – денежных средств, полученных преступным путем. Эти средства проходят через банковскую систему таким образом, что становятся «чистыми» деньгами, что придает им видимость законных заработков [3].

Список использованной литературы

1. **Фрумкин, Б. Е.** Дифференциация доходов населения и потребление продовольствия как опекаемого блага / Б. Е. Фрумкин // Журн. новой экон. ассоц. – 2020. – № 3. – С. 184–189.
2. **Беккер, Г. С.** Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. [пер. с англ.] [Электронный ресурс] / Г. С. Беккер // Национальная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://rusneb.ru>. – Дата доступа: 02.10.2024.
3. **Поведенческая** и экспериментальная экономика : учеб. пособие / Н. И. Ларионова [и др.]. – Казань : Казан. ун-т, 2022. – 112 с.

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «МАЛЫЙ БИЗНЕС» В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В работе проанализированы и приведены сравнительные характеристики понятий «бизнес» и «предпринимательство». Рассмотрены составляющие малого бизнеса: виды деятельности, субъекты, юридический статус, законодательная база. Систематизированы преимущества и недостатки ведения малого бизнеса. Проанализированы данные по количеству организаций, выполнявших исследования и разработки по секторам деятельности.

Comparative characteristics of the concepts of business and entrepreneurship in the work are analyzed and presented. The components of a small business, such as types of activities, subjects, legal status, and legislative framework are considered. The advantages and disadvantages of running a small business are systematized. Data on the number of organizations that carried out research and development by sector of activity are analyzed.

Ключевые слова: малый бизнес; предпринимательство; доход; инновационная деятельность; предпринимательский сектор деятельности.

Key words: small business; entrepreneurship; income; innovation; entrepreneurial sector of activity.

Малый бизнес является специфической составляющей сектора экономики, выполняя как социальную, так и экономическую роль. Первая способствует развитию определенных слоев населения, с минимальными материальными затратами и минимальным привлечением ресурсов для их самореализации и самообеспечения, повышает уровень занятости и снимает напряженность с безработицей, способствует здоровой конкуренции. Вторая характеризуется значительными налоговыми поступлениями в бюджет, повышением доходов населения, возможностью расширения деятельности и повышением экономического роста определенных территорий и влияет на структуру и качество валового национального продукта страны.

В научной литературе существует множество определений термина «малый бизнес». Часто экономисты сравнивают данное понятие с малым предпринимательством и отождествляют их.

Согласно источнику [1], можно сделать вывод о том, что понятие «бизнес» является более широким и включает в себя предпринимательство. Так как первое подразумевает организацию производства, получение результата и достижение эффективности, но в истоках этого всего заложена идея, оценка ее жизнеспособности и воплощение, поиск и привлечение ресурсов, что является составляющими предпринимательства. В свою очередь, конечная цель второго – получение прибыли, а для достижения этой цели необходимо организовать и реализовать процесс воплощения задуманного. Так, после первичной реализации идеи и достижения первого положительного результата предпринимательство преобразуется в бизнес, т. е. происходит систематическое получение прибыли без глобальных изменений в дальнейшей бизнес деятельности. На рисунке 1 рассмотрим основные составляющие малого бизнеса.

Виды деятельности, в которых может быть задействован малый бизнес, достаточно разнообразны. Это сферы услуг, торговли, страхования и производство. Данные организации образуются на принципах свободного выбора форм собственности, сферы деятельности, выбора поставщиков и персонала, привлечения различных видов и размеров ресурсов (в пределах, разрешенных законодательством), свободного распоряжения прибылью после уплаты налогов и других обязательств. Также преимуществом создания малых предприятий является то, что предприниматель может зарегистрироваться как юридическое лицо или стать индивидуальным предпринимателем (ИП). Так, в 2023 г. доля ИП в общем количестве малых предприятий составляла 13%, а в микропредприятиях – 66%. Это обусловлено простотой процедуры открытия и последующей ликвидации ИП, упрощенной системой налогообложения, возможностью ведения бухгалтерского учета собственником, оперативным принятием решений и т. д.

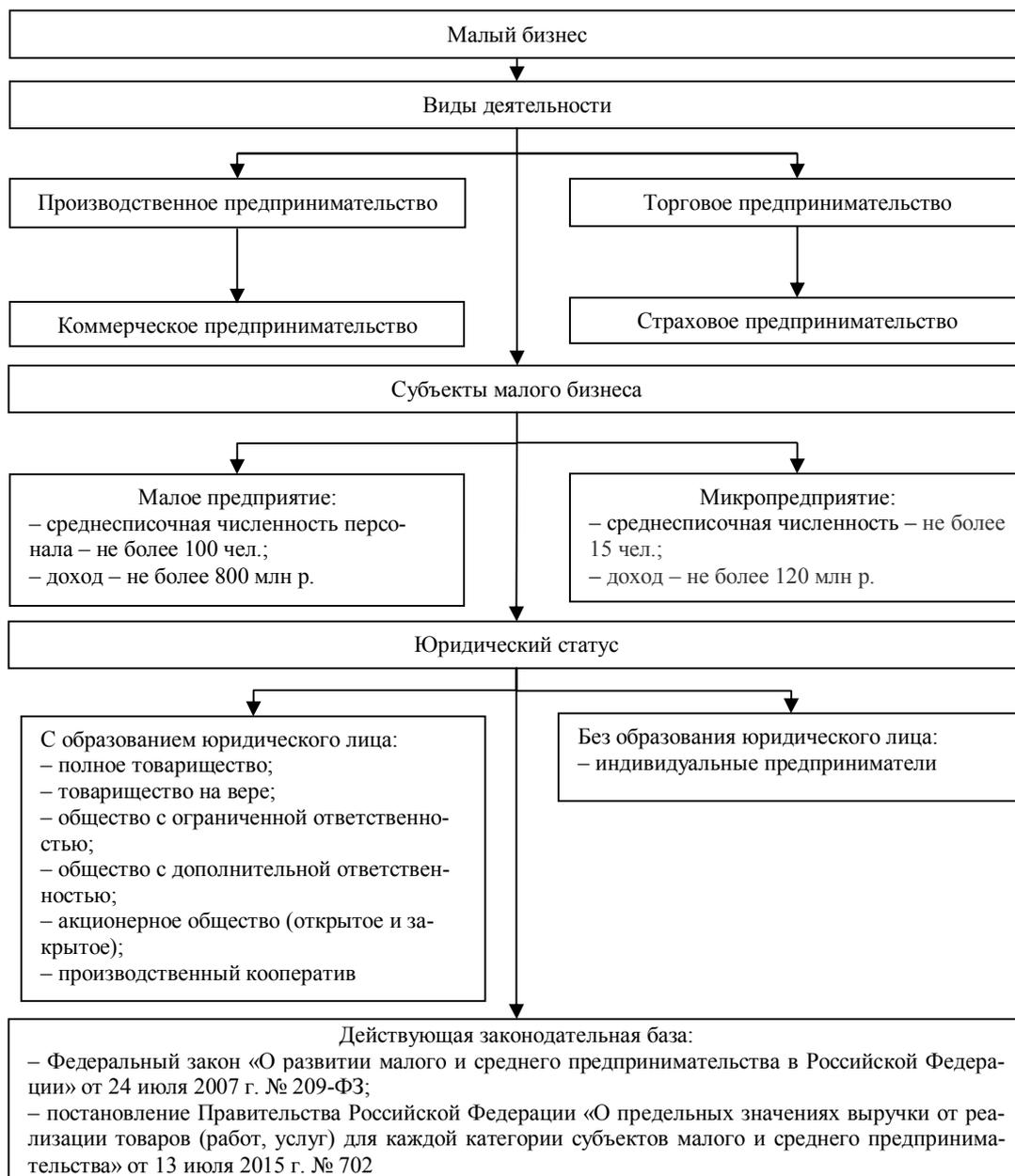


Рисунок 1 – Составляющие малого бизнеса

Примечание – Источник: [2–3].

Критериями для ранжирования бизнеса на категории являются количественные, которые предполагают определенный размер среднесписочной численности персонала, дохода организации. Однако в отечественной литературе выделяют такие качественные характеристики (в соответствии с количественными), как форма собственности, масштабы производства, система управления организацией, способы финансирования, методы управления персоналом, методы разработки продукта и его маркетинг.

Деятельность данных организаций регулируется Федеральным законом, в котором представлены специальные налоговые режимы, упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность, меры по обеспечению финансовой поддержки и др.

В нижеприведенной таблице рассмотрим основные преимущества и недостатки ведения малого бизнеса.

Преимущества и недостатки ведения малого бизнеса

Преимущества	Недостатки
Небольшие первоначальные вложения	Ограниченность капитальных вложений
Лояльность со стороны государства (упрощенная система налогообложения, финансовая поддержка)	Затруднения с получением займа на выгодных условиях под минимальный процент
Расширение рабочих мест и снижение безработицы	Сложности в привлечении высококвалифицированного персонала
Гибкость и оперативность принятия управленческих решений	Влияние экономических кризисов
Быстрое реагирование на изменения спроса потребителей	Небольшая емкость рынка
Инновационные направления деятельности	Жесткая конкуренция с крупными предприятиями, возможно поглощение бизнеса крупными корпорациями

Часто ИП сложно получить большой заем у банков под достаточно низкий процент, что связано с трудностями предоставления информации о высокой платежеспособности и возможности своевременно выплачивать кредит. Однако у государства имеется достаточно развитая программа финансирования – льготное кредитование бизнеса. Также специально для малого и среднего бизнеса разработаны цифровые платформы (Государственная платформа поддержки предпринимателей) для ознакомления с государственными услугами и мерами поддержки, онлайн-сервисами для бизнеса, программами обучения, актуальной информацией и др.

Одним из приоритетных преимуществ для малого бизнеса является быстрое реагирование на изменения внешней среды и принятие оперативных решений, что дает возможность адаптироваться в кратчайшие сроки под те или иные условия рынка. Вместе с тем, малый бизнес больше подвержен влиянию экономических кризисов. Снижение спроса потребителей на товары и услуги, рост стоимости на материалы и оборудование у поставщиков приводит к снижению доходов и даже закрытию организаций. Таким предприятиям сложно конкурировать с известными крупными организациями, которые могут предложить своей целевой аудитории более выгодные условия: скидки, акции и другие преимущества. Так, постоянное давление на малый бизнес крупных предприятий подталкивает первых на разработку и внедрение инноваций в свою деятельность, что способствует научно-техническому прогрессу в экономике страны. Данные организации занимаются трансформацией научных исследований в готовую продукцию в малых масштабах, при этом исследуя рыночные тенденции, формируя заказы на исследования и разработки, ориентированные на покупателей, способствуя внедрению своих разработок в коммерческую среду [4]. На рисунке 2 представлено количество организаций, выполнявших исследования и разработки по секторам деятельности.

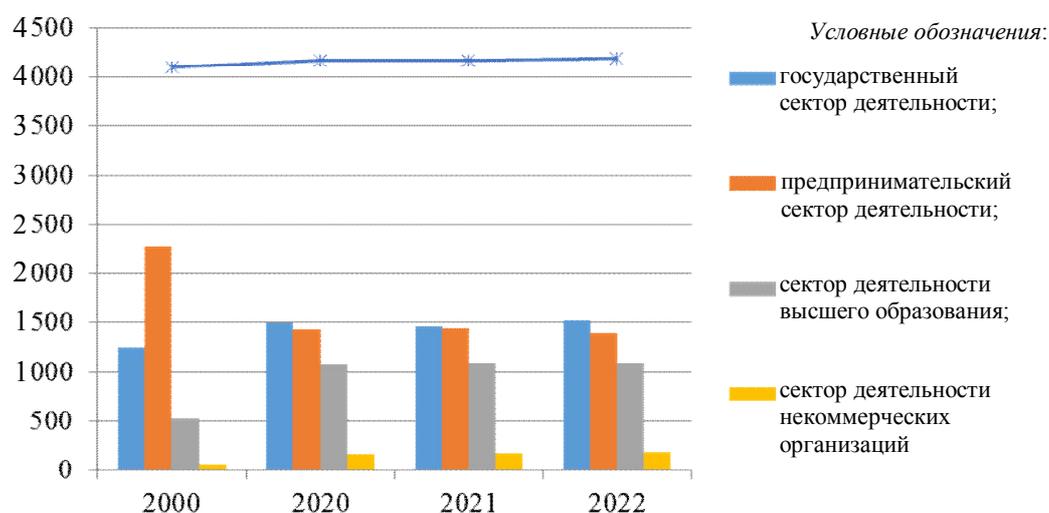


Рисунок 2 – Количество организаций, выполнявших научные исследования и разработки по секторам деятельности за период 2000–2022 гг.

Примечание – Источник: [5].

По данным рисунка 2 можно сделать вывод, что число организаций, выполнявших исследования и разработки в предпринимательском секторе деятельности в 2022 г., составило около 1 394 организаций. Однако прослеживается тенденция по их сокращению. Так, в 2022 г. количество данных организаций сократилось на 43, или на 3%, несмотря на рост деятельности, который наблюдался с 2020 по 2021 гг. (с 1 426 до 1 437 организаций). Пик количества предприятий малого бизнеса, задействованного в научных исследованиях и разработках, пришелся на 2000 г. (на 884 организаций больше, чем в 2022 г., или на 38%). Предпринимательский сектор по количеству организаций занимает второе место среди других субъектов хозяйствования в сфере научных исследований и разработок. На первом месте находятся государственные организации, на третьем – организации высшего образования, на четвертом – некоммерческие организации.

Уменьшению участия малого бизнеса в инновационной деятельности способствует ряд проблем: несовершенство законодательной базы, неразвитость государственной поддержки малого бизнеса, отсутствие заинтересованности высококвалифицированного персонала, ограничение доступа к государственным разработкам, высокая конкуренция по сравнению с другими организациями.

Таким образом, развитие и поддержка государством малого бизнеса является приоритетным направлением в развитии экономики страны. Данный сектор оказывает влияние на снижение безработицы, способствует возникновению новых товаров и услуг, содействует здоровой конкуренции. Малый бизнес быстро реагирует и адаптируется к новым условиям хозяйствования. В кратчайшие сроки возможна переориентация бизнес-направлений и бизнес-процессов, что дает ряд преимуществ малому бизнесу по сравнению с крупными предприятиями.

Список использованной литературы

1. **Игнатова, И. В.** Предпринимательство и бизнес: терминологическая дифференциация / И. В. Игнатова [Электронный ресурс] // Наукovedenie. – 2014. – Вып. 6 (25). – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru>. – Дата доступа: 02.10.2024.

2. **Адаменко, А. А.** Классификация предприятий малого бизнеса / А. А. Адаменко, Т. Е. Хорольская, Е. А. Подобная // Естественно-гуманитар. исслед. – 2018. – № 21 (3). – С. 6–12.

3. **Хаматханова, М. А.** Сущность и функции среднего и малого бизнеса, его традиционные и новые виды / М. А. Хаматханова, Г. Ф. Хуснутдинова // Образование и право. – 2020. – № 3. – С. 36–40.

4. **Счисляева, Е. Р.** Перспективы развития малых инновационных предприятий [Электронный ресурс] / Е. Р. Счисляева, Н. О. Заручникова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-malyh-innovatsionnyh-predpriyatij>. – Дата доступа: 02.10.2024.

5. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>. – Дата доступа: 02.10.2024.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена исследованию человеческих ресурсов и процесса управления ими на основе системного подхода. Обоснованы основополагающие принципы управления человеческими ресурсами в организациях общественного сектора сферы услуг, которые выступают инструментом реализации интересов государства в области социальной политики и призваны нейтрализовать «пробелы» рынка и «несовершенство» государства, обеспечить социальное равенство и разрешить накопленные социальные противоречия.

The article is devoted to the study of human resources and the process of their management based on a systematic approach. The fundamental principles of human resource management in organizations of the public sector of the service sector are substantiated, which act as a tool for implementing the interests of the state in the field of social policy and are designed to neutralize the “gaps” of the market and the “imperfection” of the state, to ensure social equality and resolve the accumulated social contradictions.

Ключевые слова: человеческие ресурсы; управление; общественный сектор; экономика; стратегическая направленность; принципы; эффективность; конкурентоспособность.

Key words: human resources; management; public sector; economics; strategic orientation; principles; efficiency; competitiveness.

Проблема применения и поиска новых подходов в управлении трудовыми ресурсами никогда не утратит своей актуальности в силу высокой скорости трансформации производственных отношений в экономической подсистеме. Особого внимания требует сфера общественного сектора, который призван нейтрализовать «пробелы» рынка и «несовершенство» государства, обеспечить социальное равенство и разрешить накопленные социальные противоречия. В рамках общественного сектора экономики существует огромное количество организаций, возникших из малого бизнеса и достигших внушительных размеров. Их собственники, а зачастую они же и руководители, привыкли полагаться исключительно на себя и свои связи, не всегда «отходят» от оперативного управления, часто не замечают ухудшающиеся условия функционирования организации и не задумываются о совершенствовании и оптимизации системы управления.

На начальной стадии развития бизнеса интуитивность в управлении и отсутствие формализации являются конкурентными преимуществами организации, но, по мере дальнейшего развития, все существенней отсутствие системы управления сдерживает ее перспективное развитие. Собственники осознают всю критичность ситуации только тогда, когда ухудшаются финансовые показатели работы, а ведь увидеть необходимость принятия мер можно гораздо раньше, замечая симптомы и определяя причины проблем, имеющих в организации.

Проблемные аспекты управления человеческими ресурсами как основного фактора развития сферы услуг освещены в работах многих отечественных и зарубежных ученых, таких как Т. Л. Безрукова, П. А. Климова, А. Г. Авджян, Л. Г. Батракова, С. А. Иванов и др. Несмотря на наличие фундаментальных теоретических наработок в сфере человеческих ресурсов и подходов к управлению ими, они нуждаются в постоянном обновлении и адаптации к изменениям в социально-экономической сфере (начиная с цифровизации и заканчивая возникновением новых сфер приложения ресурсов и форм организации труда).

Изменения во внешней среде организации вызывают необходимость поиска путей развития, в процессе чего устаревают старые элементы и связи и формируются новые, вызывая возможность организационной системы восстановить внутреннее и внешнее равновесие, обеспечивая переход в новое состояние. Такой процесс развития может происходить непрерывно в виде преобразования отдельных элементов системы либо периодически в форме отдельных радикальных изменений, поэтому одним из условий эффективного функционирования любой организации и ее неотъемлемой частью должен быть системный подход к управлению человеческими ресурсами.

Такой подход является универсальным, поэтому его можно применять на предприятиях и в организациях независимо от их масштаба, вида деятельности и формы собственности, а также на уровне отрасли и государства в целом. Это не означает, что он может заменить собой другие реализуемые подходы к управлению. Однако во многих организациях человеческие ресурсы и их развитие не рассматриваются как предмет работы, которая требует специальных знаний, навыков и компетентности, именно в этой сфере принципиально важно эффективное управление. На эффективность управления человеческими ресурсами влияет множество факторов, которые могут варьироваться в зависимости от социально-экономических условий, политического режима, культурного контекста и других факторов [1, с. 456].

Одним из таких факторов является состояние экономики региона и от того, насколько она стабильна и развивается, будут зависеть объемы создания новых рабочих мест и прилагаемые усилия к развитию человеческого капитала. Политическая стабильность и политики также влияют на этот процесс, поскольку затрагивают вопросы иммиграции, регулирования труда, социального обеспечения и трудового права. Образование и квалификация – также важный аспект управления человеческими ресурсами (доступность высококачественного образования). Это происходит по той причине, что работники с высоким уровнем образования и квалификации могут предоставлять более ценный вклад в экономику и общество, чем неквалифицированный труд. Демографические показатели также играют огромную роль, поскольку население молодого возраста более продуктивно работает. На продуктивность и использование человеческих ресурсов, таких как поддержка семьи и забота о детях, влияют социально-культурные факторы. К ним относится культура, ценности и социальные нормы.

Таким образом, управление человеческими ресурсами является сложным и многогранным аспектом, который требует внимания со стороны правительства и общества. Понимание указанных выше факторов позволяет разработать соответствующую политику, программы и стратегии для максимизации потенциала человеческого капитала и устойчивого развития.

Понятие «человеческие ресурсы» появилось впервые и закрепилось в американском менеджменте в начале 70-х гг. XX в. взамен понятия «персонал», впоследствии стало ключевым в этой управленческой науке. Человеческий фактор стал рассматриваться как объект инвестиций не менее значимый, чем оборудование, технологии, информация.

В 80-е гг. именно человеческий ресурс стали считать стратегическим ресурсом, предполагающим наибольшие потенциальные возможности повышения эффективности функционирования организации.

Современный подход к управлению человеческими ресурсами состоит в их возрастающей роли не только как экономического ресурса, приносящего прибыль, но и как социальной ценности организации и общества в целом.

Управление человеческими ресурсами, как отмечает Л. Г. Батракова, имеет свое функциональное, институциональное и инструментальное измерение [2, с. 64]. В функциональном измерении оно включает ряд действий или функций, необходимых для реализации целей в этой области управления, в институциональном – субъектов, уполномоченных принимать кадровые решения, а также взаимосвязям между ними, а в инструментальном – применимо к инструментам и приемам, используемым при реализации вышеперечисленных функций в сфере управления.

Таким образом, управление человеческими ресурсами представляет собой комплекс взаимосвязанных функций и процедур, направленных на привлечение, мотивирование и удержание сотрудников в организации.

Управление человеческими ресурсами по-разному влияет на работу предприятия. Во-первых, управление оказывает непосредственное влияние на стоимость компании, так как растет доля нематериальных активов; во-вторых, управление человеческими ресурсами является одним из тех факторов, которые обеспечивают рост конкурентоспособности; в-третьих, именно менеджмент человеческих ресурсов позволяет компаниям переходить в число лидеров среди предприятий определенного сегмента [3]. Таким образом, правильно говорить о необходимости системного управления человеческими ресурсами, которое не возникает само по себе, а реализуется на основе возможных проблемных мест или изменении ее стратегической направленности.

Строить такое управление в организациях следует с учетом его характерных особенностей (процессный принцип управления; вовлечение персонала в процесс достижения стратегических целей предприятия; создание «гибких» структур управления; индивидуальная мотивация персонала и др.) на основе следующих принципов: системности, обосновывающей необходимость охвата всего состава персонала для принятия управленческих решений, а не отдельных

категорий работающих; непрерывности, предполагающей необходимость решения не временных задач, а постоянно возникающих проблем в деятельности работника (от его приема и до последнего дня работы в организации); демократизации, состоящей в необходимости регулярно проводить опросы мнений сотрудников по важным проблемам деятельности организации и учитывать их при разработке мероприятий по их разрешению, вовлечения в процесс управления организацией рядовых сотрудников через их участие в проектных группах, а также повышения информированности работников о результатах и перспективах работы организации; индивидуализации, предполагающей необходимость формирования индивидуальных планов профессионального и карьерного роста работников, их мотивации к повышению качества труда с учетом особенностей личности; информатизации, обосновывающей целесообразность применения автоматизированных программ для оперативного принятия обоснованных управленческих решений; целенаправленности, состоящей в направлении всех решений на достижение целей и задач проектов в организации; обеспеченности, предполагающей документальное и материальное обеспечение управленческих решений; делегирования, состоящего в передаче руководителем части возложенных на него полномочий, прав и ответственности своим компетентным сотрудникам.

По опыту международных организаций, необходимо первоначально определиться с целями, провести SWOT-анализ с постановкой задач, регламентацией времени исполнения и других необходимых ресурсов, обозначить критерии успешности работы и осуществить моделирование, которое позволяет раскрывать не только внутренние возможности организации, но и разнообразные составляющие процессов взаимодействия и коммуникаций организации с меняющейся внешней средой. Такой подход позволит, целенаправленно комбинируя ресурсы, в заданный срок достигать сложных целей, требующих координации текущей деятельности, привлечения многих видов ресурсов, четкой последовательности хронологически упорядоченных действий [4, с. 93]. Таким образом, задачей организации выступает создание такой системы управления, которая позволила бы максимально эффективно использовать человеческие ресурсы с целью обеспечения роста ее конкурентоспособности и прибыльности.

Это особенно актуально для предприятий общественного сектора сферы услуг, который охватывает совокупность государственных и муниципальных учреждений, осуществляющих деятельность в сфере науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной поддержки, занятости населения, тем самым, выступает важным инструментом реализации интересов государства в области социальной политики. При этом такие предприятия могут находиться как в государственной собственности, так и частной, муниципальной или собственности общественных организаций.

Важно, как верно отмечает С. А. Иванов, чтобы их услуги являлись предметом потребления населения, а также, чтобы органы власти разного уровня участвовали в регулировании и поддержании их деятельности [5, с. 317].

Поскольку государство нацелено на обеспечение собственного социально-экономического развития, то можно четко установить зависимость выполнения государственных стратегических задач от эффективного использования человеческих ресурсов, так как они вместе со средствами труда являются основными факторами производства. Человеческие ресурсы являются наиболее ценным активом любой организации, индивидуально и коллективно внося вклад в достижение ее организационных целей. Они оказывают влияние непосредственно на все производственные процессы, происходящие в экономике, обладают системообразующим качеством, выступая базисом эффективности использования всех остальных ресурсов. Поэтому, с одной стороны, бизнес, как единица конкурентной борьбы, должен активизировать свою социальную ориентированность, с другой стороны, – сам общественный сектор экономики, прежде всего, образовательные организации, должны пересмотреть свои планы и активизировать усилия на формирование принципиально новых качеств у будущих специалистов, т. е. обеспечить формирование человеческого капитала.

Ускорение инновационного развития и успех деятельности отечественных предприятий независимо от вида оказываемых ими услуг может быть обеспечен, прежде всего, за счет эффективного использования и развития имеющихся человеческих ресурсов, которые должны стать составной частью общей стратегии функционирования каждого предприятия. Это еще раз подчеркивает важность и необходимость эффективного инвестирования в человеческий капитал как неотъемлемого условия формирования не только конкурентоспособной экономики стран, но и успеха в человеческих взаимоотношениях и формировании устойчивых семейных союзов.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что в эффективном воспроизводстве человеческого капитала заинтересованы все субъекты рынка: государство, предприятия, домашние хозяйства и сами люди. Существует необходимость в проведении эффективной макроэкономической политики, направленной на развитие человеческих ресурсов за счет стимулирования воспроизводства человеческого капитала.

Развитие человеческих ресурсов – это многогранный и динамичный процесс, который оказывает существенное влияние на экономический и социальный прогресс страны. Только постоянное развитие человеческих ресурсов за счет повышения качества образования, здравоохранения, культуры и социальной поддержки должно быть приоритетной задачей государства для обеспечения устойчивого и успешного будущего России.

Список использованной литературы

1. **Fan W.** Исследование по вопросу о межкультурном управлении человеческими ресурсами в контексте интернационализации / W. Fan // Аргуновские чтения – 2023 : матер. IX Междунар. конф. (workshop), посвящ. обсужд. основ гос. политики по сохранению и укрепл. традиц. рос. духовно-нравств. ценностей. Сер. : Культура Арктики. – Якутск, 2023. – С. 454–459.

2. **Авджян, А. Г.** Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс] / А. Г. Авджян // Молодой ученый. – 2018. – № 19 (205). – С. 23–24. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/205/50238/>. – Дата доступа: 23.04.2024.

3. **Батракова, Л. Г.** Эволюция научных взглядов на понятие «человеческие ресурсы» и его современная специфика / Л. Г. Батракова // Вестн. Ленинград. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. – 2011. – С. 46–58.

4. **Горощенко, В. В.** Особенности проектного управления в сфере HR / В. В. Горощенко // Фотинские чтения – 2021 : сб. матер. VIII Междунар. науч.-практ. конф., приуроч. к 70-летию ИМИ – ИжГТУ. – Ижевск : ИжГТУ, 2022. – С. 93–98.

5. **Иванов, С. А.** Социальный сектор экономики как исследовательская категория и объект анализа [Электронный ресурс] / С. А. Иванов // Портал исследователей Санкт-Петербургского государственного университета. – Режим доступа: https://pure.spbu.ru/ws/portalfiles/portal/60605484/elibrary_43011123_72168557. – Дата доступа: 23.02.2024.

УДК 364.4-055.62

И. А. Чепелева (chepeleva05@yandex.ru),

ассистент

Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ ПОТЕНЦИАЛА СФЕРЫ ДЕТСТВА

Исследование посвящено обзору комплекса мер государственной поддержки, направленного на обеспечение социально-экономического благополучия семей с детьми. Обзор показал, что финансовые пособия, налоговые льготы и программы социальной поддержки имеют значительное влияние на улучшение качества жизни семей, однако существуют определенные проблемы в виде недостаточной информированности о доступных программах, сложности процедур оформления пособий, вследствие чего многие семьи не получают должного уровня поддержки.

The study is devoted to the review of a set of state support measures aimed at ensuring the socio-economic well-being of families with children. The review showed that financial benefits, tax incentives and social support programs have a significant impact on improving the quality of life of families, but there are also certain problems in the form of insufficient awareness of available programs, the complexity of the procedures for applying for benefits, as a result of which many families do not receive the proper level of support.

Ключевые слова: детство; маркетинг; социально-экономическое развитие; индикатор; социально-экономическое благополучие; поддержка семей; потенциал развития.

Key words: childhood; marketing; socio-economic development; indicator; socio-economic well-being; family support; development potential.

Материальное положение детей в обществе выступает не только показателем его социально-экономического благополучия, но и служит величиной, отражающей жизнеспособность и перспективы детей в будущем. Дети являются не просто демографической группой, а пред-

ставляют собой отдельную уязвимую категорию, нуждающуюся в отдельной заботе и защите государством. Недостаточное финансирование, отсутствие доступа к качественному образованию и медицинским услугам отрицательно сказываются на здоровье и развитии детей, что в свою очередь, влияет на их будущие возможности и шансы на успешную интеграцию в общество.

В условиях современной экономической нестабильности вопросы поддержки семей с детьми становятся особенно актуальными: пандемия, проведение спецоперации и иные дестабилизирующие процессы, в результате которых семьи с детьми стали еще больше нуждаться в государственной поддержке [1]. В научном сообществе существует большое количество исследований, изучающих влияние экономических трудностей на развитие детей, которые показывают, что экономические трудности являются основным препятствием для благополучия семей и их детей. Фактические данные свидетельствуют о том, что дети из семей с низким доходом или семей, живущих в бедности, с большей вероятностью будут иметь неблагоприятные поведенческие и социально-эмоциональные последствия по сравнению с детьми, обеспеченными всем необходимым.

Классическим индикатором, отражающим социально-экономическое развитие государства, является положение института семьи в общей экономической системе. Поэтому в Российской Федерации социально-экономическая поддержка семьи выступает одной из ключевых составляющих стратегий создания и укрепления благоприятных условий для функционирования такой социальной структуры, как семьи с детьми.

Социально-экономическая поддержка детей представляет собой комплексную систему мер, направленную на обеспечение их прав и благополучия, включает в себя не только материальную поддержку, но и доступ к качественному образованию, медицинскому обслуживанию, психологической помощи, а также защиту от насилия и эксплуатации.

Дети из семей с низким доходом или семей, живущих в бедности, значительно чаще сталкиваются с проблемами, которые могут повлиять на их физическое, умственное и эмоциональное развитие, они более склонны к нарушениям поведения, страдают от более низкого уровня успеваемости в образовательных организациях, имеют повышенный риск развития психических проблем. Именно в младшем школьном возрасте дети начинают осознавать, как экономические трудности семьи влияют на их жизнь – ощущение неуверенности в будущем, нехватка необходимых вещей, невозможность позволить себе участие в определенных развлечениях – все это может иметь серьезные последствия для их самооценки, адаптации в обществе и способности к успешному обучению.

Переход от командно-административной экономики к рыночным отношениям в Российской Федерации привел к глубоким социально-экономическим изменениям, которые не могли не отразиться на жизни детей, когда вместо единой советской системы распределения ресурсов появилась другая, основанная на свободном рынке, где определяющими факторами становятся конкуренция и прибыль. Такой переход привел к поляризации общества на богатых и бедных, что стало причиной обнищания значительной части семей с детьми. Указанная ситуация создала условия для экономического неравенства детства, которая проявляется в различных формах: рост безработицы, увеличение стоимости жизни и обучения в учебных заведениях, ограниченный доступ к специализированной медицинской помощи, отсутствие надлежащего ухода. Перечисленные проблемы создают потенциальные угрозы не только для самих детей в виде потери ценностных ориентиров, но и для потенциала общества и экономики в целом. Так, из-за ограниченного доступа к качественному образованию, дети из бедных семей не могут получить достойную профессию, что приводит к снижению уровня квалификации рабочей силы и затрудняет развитие экономики страны.

В современных условиях, когда уровень жизни многих семей остается на довольно низком уровне, особое внимание необходимо уделять программам, направленным на помощь нуждающимся. В последние годы в Российской Федерации значительно усилились меры государственной поддержки семей с детьми. Основой этой политики является Федеральный закон «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» от 19 мая 1995 г. № 81-ФЗ, который со временем был усовершенствован, включая изменения, вступившие в силу 8 августа 2024 г. [2]. Данный закон регулирует предоставление различных видов пособий, направленных на материальную поддержку семей, что является важным шагом к повышению качества жизни граждан.

Например, введенные в 2007 г., программы материнского капитала предназначены для улучшения жилищных условий семьи, получения образования для ребенка, накопления пенсии для матери, а также на другие цели, определенные законодательством. Помимо этого, многие

регионы России ввели собственные программы семейного капитала, устанавливающие дополнительные выплаты семьям с детьми, и предназначенные для оплаты обучения ребенка, оказания медицинской помощи или покупки жилья. Кроме того, 23 января 2024 г. был подписан Указ № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей», направленный на дополнительную помощь многодетным родителям [3]. Этот указ включает в себя ряд мер – предоставление единовременных выплат и льгот на коммунальные услуги, существенно облегчая финансовое положение семей с несколькими детьми. Несмотря на то, что государственные программы материнского и семейного капитала имеют одинаковое значение в форме улучшения качества жизни семьи, их ценность и стимулирующий эффект отличаются в зависимости от региона Российской Федерации. Размер материнского капитала, как и других социальных выплат на детей, подлежит ежегодному пересмотру с учетом инфляции. Однако индексация происходит не с начала года, а с 1 февраля, т. е. в течение первых двух месяцев года сумма выплат остается неизменной и не соответствует фактическому уровню инфляции. Данная задержка в индексации значительно снижает реальную ценность материнского капитала для семей, которые зависят от этих пособий. Данная проблема является довольно острой, так как инфляция вызывает увеличение цен на товары и услуги, необходимые для воспитания детей, поэтому семья, получающая материнский капитал, сталкивается со снижением покупательской способности своих средств до момента получения новых выплат.

На рисунке 1 представлены некоторые виды финансовой поддержки семей с детьми. Актуальная величина выплат демонстрирует стремление государства снизить финансовую нагрузку на семьи и улучшить качество их жизни. В контексте демографических тенденций и экономических условий, важно, чтобы такая помощь была гибкой и соответствовала требованиям времени.

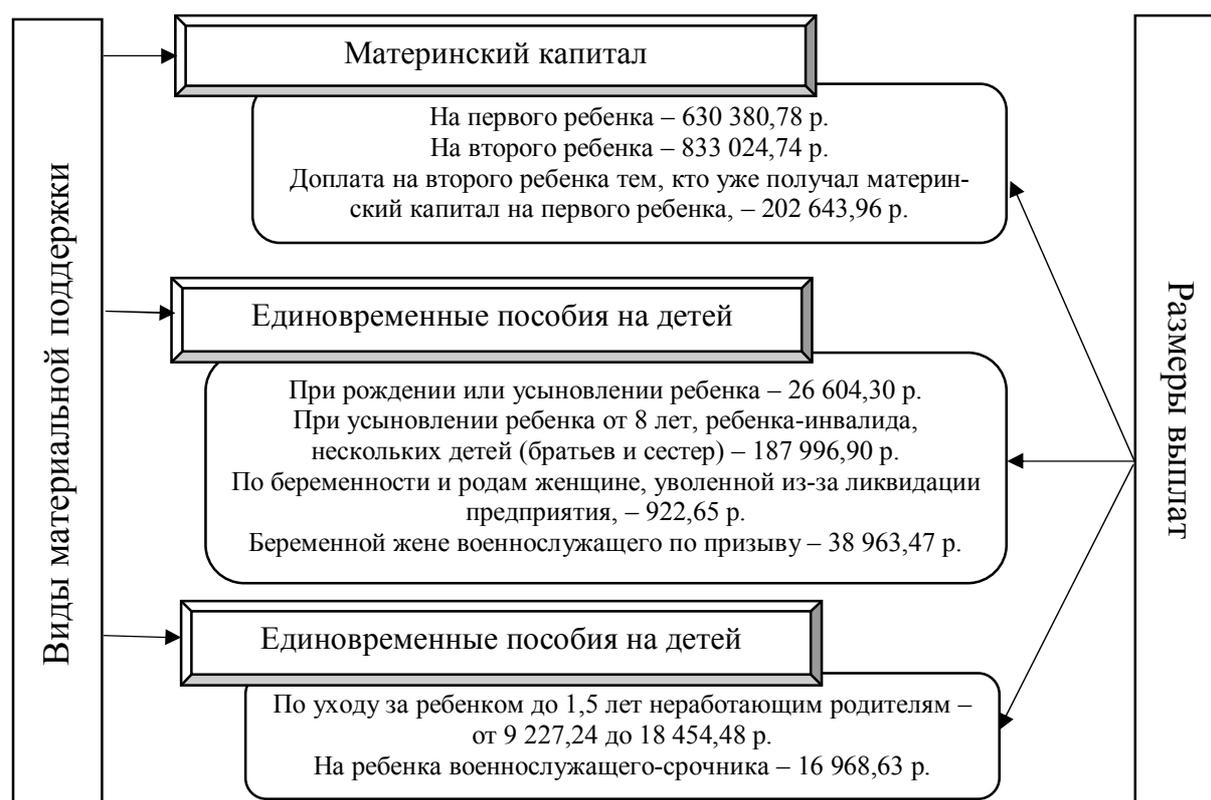


Рисунок 1 – Размеры выплат на детей с 1 февраля 2024 г. (с учетом индексации 7,4%)

Примечание – Собственная разработка автора на основе данных источников [2–4].

Тенденции последних лет указывают на кризисное положение индустрии детства, требующее комплексных мер поддержки со стороны государства, поскольку, несмотря на государственные программы, многие семьи с детьми испытывают финансовые трудности, что сказывается на качестве жизни детей. Особенно остро она необходима тем, кто сталкивается с повышенным риском, – это дети, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации и нуждающиеся

в первоочередной заботе, направленной на обеспечение их выживания и создания условий для полноценного развития. К таким категориям детей относятся, прежде всего, дети с ограниченными возможностями здоровья. Они зачастую испытывают трудности с обучением, адаптацией в социуме и самообслуживанием, им необходима не только медицинская помощь, но и специальная образовательная среда, доступная инфраструктура, а также психологическая поддержка, помогающая им адаптироваться к своим особенностям.

Поскольку социально-экономическая поддержка детей-инвалидов является важной частью социальной политики, в России спектр мер такой помощи включает государственные пособия, специализированные программы и услуги, а также помощь негосударственных организаций. Государственные выплаты могут покрывать расходы на медицинские услуги, реабилитацию, образовательные программы и адаптацию детей. Семьи, имеющие детей-инвалидов, получают специальные пособия, которые могут варьироваться в зависимости от статуса и потребностей ребенка. К примеру, размер социальных пенсий с 2018 по 2024 г. увеличился на 42%, ожидается, что к 2030 г. вырастет до 21 300–27 500 р. в зависимости от степени колебаний уровня инфляции (рисунок 2).

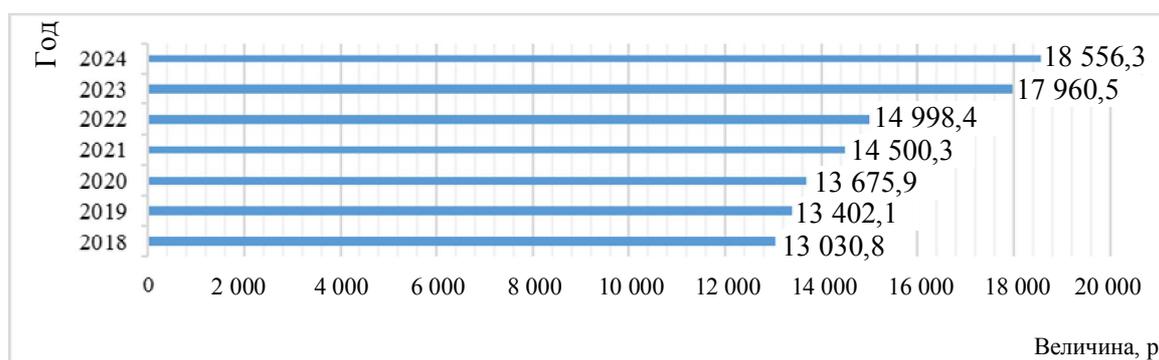


Рисунок 2 – Средний размер назначенных социальных пенсий детей-инвалидов в возрасте до 18 лет

Примечание – Собственная разработка автора на основе данных источника [4].

Кроме того, существует ряд программ, которые нацелены на поддержку родителей, позволяя компенсировать трудности, связанные с воспитанием ребенка с ограниченными возможностями. В их числе налоговые льготы, реабилитационные центры и образовательные учреждения, предлагающие индивидуальные программы.

Исходя из вышеизложенного, социально-экономическая поддержка потенциала сферы детства направлена на создание и укрепление условий, которые способствуют полноценному развитию личности, обеспечению здоровья и благосостояния подрастающего поколения в перспективе развития качества жизни общества и будущего страны. Тем не менее, текущие меры не обладают достаточной эффективностью для преодоления существующих экономических и социальных сложностей, с которыми сталкиваются семьи с детьми.

Список использованной литературы

1. **Барциц, А. Д.** Материнский (семейный) капитал как мера дополнительной государственной социальной поддержки семей, имеющих детей / А. Д. Барциц // Науч. зап. молодых исследователей. – 2019. – № 2. – С. 59–65.
2. **О мерах** социальной поддержки многодетных семей : Указ Президента Рос. Федерации, 23 янв. 2024 г., № 63 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
3. **О государственных** пособиях гражданам, имеющим детей : Федер. закон, 19 мая 1995 г., № 81-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
4. **Официальный** сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>. – Дата доступа: 06.10.2024.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

В статье изучаются основные параметры продовольственной безопасности Республики Беларусь. При этом затрагивается динамика как производства, так и потребления продовольствия. Уделяется внимание сопоставлению среднедушевого потребления с рациональными нормами.

Main parameters of food safety of Belarus are studied in this article. It is mentioned dynamics of production and consumption of foodstuffs. It is paid attention to comparison of average consumption per capita with medical norms.

Ключевые слова: сельское хозяйство; продовольствие; продовольственная безопасность; производство сельскохозяйственной продукции; потребление продуктов питания; рациональные нормы потребления.

Key words: agriculture; foodstuffs; food safety; production of agricultural production; consumption of foodstuff; rational consumption standards.

Продовольственная безопасность – это такое состояние агропромышленного комплекса, при котором обеспечивается реализация жизненно важных интересов по удовлетворению потребностей личности, общества в необходимых для жизнедеятельности продуктах питания.

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь на уровень продовольственной безопасности влияет ряд факторов: продолжающийся мировой финансовый кризис, экономические и политические потрясения в странах-соседах, внутренние закономерности и проблемы развития агропромышленного комплекса. В результате доля сельского хозяйства в валовом внутреннем продукте (ВВП) Беларуси неуклонно снижалась до 2015 г. (рисунок 1).

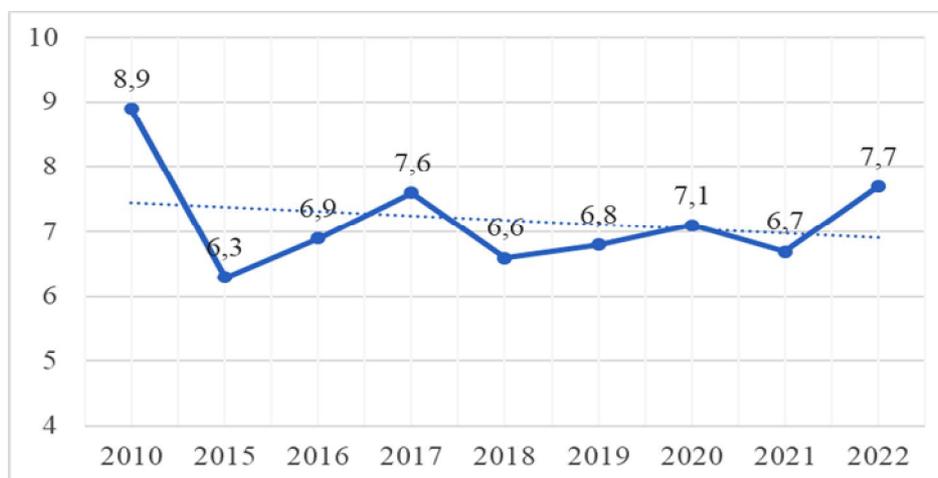


Рисунок 1 – Динамика доли сельского, лесного и рыбного хозяйства в производимом ВВП Республики Беларусь за 2010–2022 гг.

Примечание – Источник: [1, с. 163].

После этого динамика данного показателя несколько стабилизировалась, однако, заметна общая тенденция тренда к снижению. В 2022 г. доля сельского, лесного и рыбного хозяйства увеличилась до 7,7% ВВП, однако это не позволило достичь уровня 2010 г. (см. рисунок 1).

Тем не менее, отрицательные темпы производства продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства отмечались лишь в 2015, 2018 и 2021 гг. (рисунок 2).

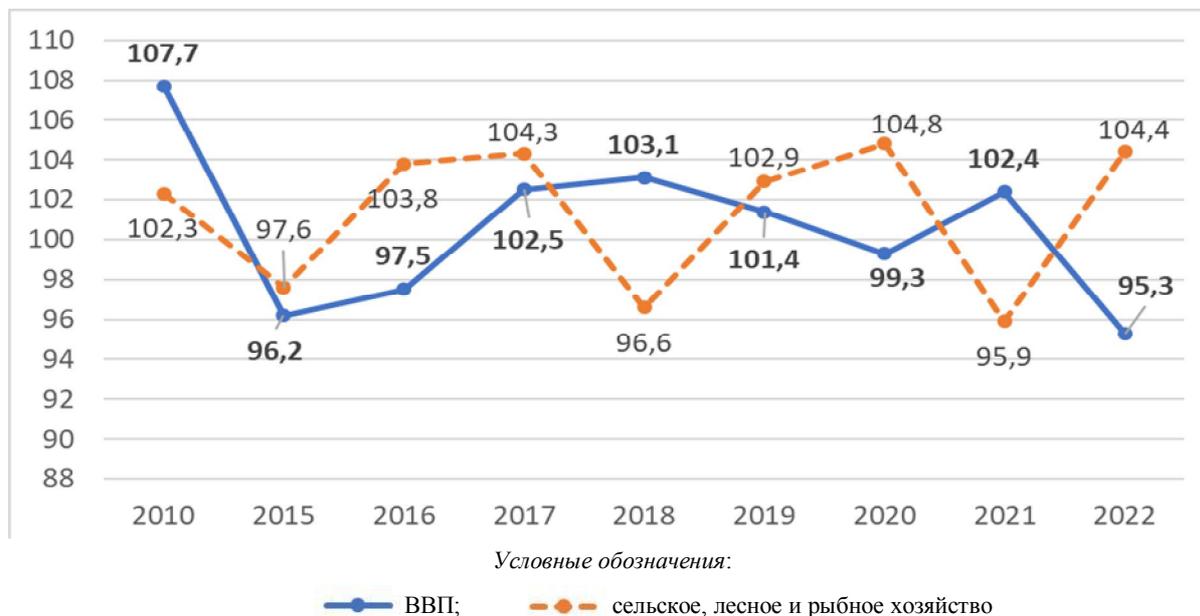


Рисунок 2 – Динамика ВВП и производства продукции сельского хозяйства Республики Беларусь за 2010–2022 гг.

Примечание – Источник: [1, с. 164].

За исключением 2010, 2018 и 2021 гг., темпы роста производства продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства даже опережали темпы роста реального ВВП.

По ряду основных видов сельскохозяйственной продукции в Беларуси превышен уровень 2010 г. Исключение составляют следующие виды: картофель (49,3%), свиньи (86,5%), яйца (97,9%). Если по производству яиц сельское хозяйство Беларуси находится примерно на уровне 2010 г., то по производству птицы уровень 2010 г. превышен практически вдвое (190%). Производство традиционного для Беларуси картофеля имеет тенденцию к снижению, в 2022 г. составило всего 49,3% от уровня 2010 г.

2022 г. был наиболее продуктивным в производстве зерновых и зернобобовых культур, льноволокна и молока (таблица 1).

Если по основным позициям производства сельскохозяйственной продукции тенденции неоднозначны, то благодаря тенденции неуклонного роста производства молока Республика Беларусь превысила значение данного показателя за 2010 г. на 18,8%.

Таблица 1 – Производство основных видов сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь за 2010–2022 гг.

Продукция	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Зерновые и зернобобовые культуры, тыс. т	6 988	8 582	7 380	7 900	6 070	7 233	8 661	7 320	8 701
Льноволокно, тыс. т	46	41	41	42	40	46	48	36	48
Свекла сахарная, тыс. т	3 773	3 300	4 279	4 989	4 809	4 945	4 009	3 874	4 227
Картофель, тыс. т	7 831	5 107	4 897	5 009	4 348	4 355	3 708	3 405	3 857
Овощи, тыс. т	2 335	2 277	2 659	2 888	2 687	2 952	2 796	2 724	2 861
Крупный рогатый скот, тыс. т	533,1	591	567,5	522,3	542,3	547,8	565,7	576,4	565,6
Свиньи, тыс. т	511,5	456,8	482,1	491,7	490,6	467,1	490,5	477	442,2
Птица, тыс. т	346,8	603,4	617,3	651,6	685	699,4	694,3	653,4	658,8
Производство молока, тыс. т	6 624,60	7 036,50	7 128,80	7 309,30	7 332,30	7 380,80	7 753,00	7 810,70	7 871,10

Окончание таблицы 1

Продукция	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Производство яиц, млн шт.	3 536,40	3 743,50	3 612,60	3 513,20	3 359,90	3 511,10	3 491,50	3 524,40	3 462,30
Примечание – Источник: [1, с. 196, 202].									

Можно констатировать, что 2018 и 2021 гг. были наиболее напряженными с целью достижения продовольственной безопасности.

Указанные выше достижения в области роста производства продовольствия достигались на фоне значительного падения уровня обеспеченности сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами – основными средствами сельскохозяйственного производства (таблица 2).

Таблица 2 – Обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами за 2010–2022 гг.

Показатели	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Приходится тракторов на 1 000 га пашни, шт.	10	9	8	8	8	8	8	7	7
Нагрузка пашни на один трактор, га	100	113	120	124	127	128	130	134	137
Приходится комбайнов на 1 000 га посевов (посадки) соответствующих культур, шт.:									
зерноуборочных	5	5	5	4	4	4	4	4	4
картофелеуборочных	23	22	26	33	33	34	36	36	32
льноуборочных	16	13	11	10	9	8	8	9	8
свеклоуборочных	8	4	4	3	3	3	4	3	3
Приходится посевов (посадки) соответствующих культур на один комбайн, га:									
зерноуборочный	203	211	214	229	223	242	249	258	272
картофелеуборочный	43	45	38	31	31	29	28	27	31
льноуборочный	64	80	91	99	110	119	118	108	125
свеклоуборочный	120	261	284	315	322	314	285	312	364
Примечание – Источник: [1, с. 192].									

В результате этого нагрузка пашни на один трактор и площадь посевов (посадки) на один комбайн неуклонно увеличивались. Исключение составляет количество картофелеуборочных комбайнов и нагрузка на них, что связано с опережающим падением посевных площадей над падением количества комбайнов (рисунок 3).



Условные обозначения:

—●— картофелеуборочные комбайны; —○— посевные площади картофеля

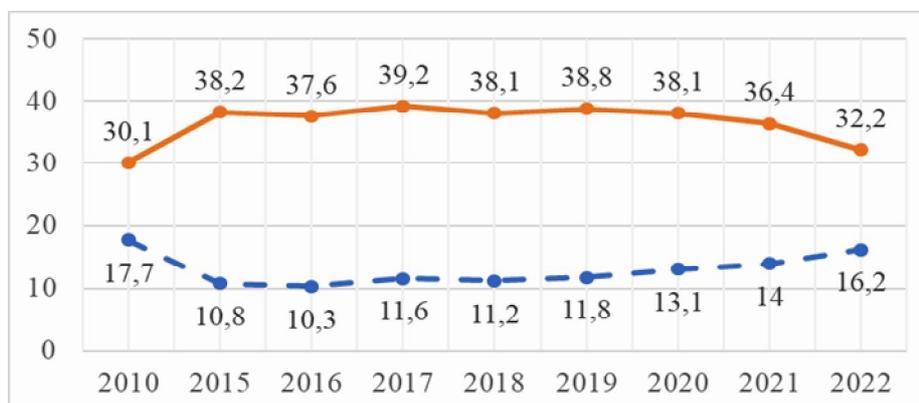
Рисунок 3 – Динамика количества картофелеуборочных комбайнов и посевных площадей картофеля в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь за 2015–2022 гг.

Примечание – Источник: [1, с. 192].

По данным рисунка 3 можно сделать вывод, что динамика посевных площадей опережала динамику количества комбайнов лишь в 2015 (к 2010 г.), 2018 и 2022 гг., что, как указывалось выше, отразилось на общей тенденции снижения нагрузки на 1 картофелеуборочный комбайн.

В 2022 г. количество посевных площадей картофеля выросло на 10,5%, тогда как количество комбайнов сократилось на 4,3%.

Перспективы в области продовольственной безопасности во-многом определяются объемами инвестирования в сельское хозяйство в настоящее время (рисунок 4).



Условные обозначения:

—○— сельское, лесное и рыбное хозяйство;
—●— промышленность

Рисунок 4 – Динамика доли инвестирования в промышленность, сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Беларусь за 2010–2022 гг., %

Примечание – Источник: [1, с. 192, 226].

По данным рисунка 4 можно сделать вывод, что начиная с 2016 г. доля инвестиций в сельское, лесное и рыбное хозяйство неуклонно увеличивается (исключение – падение на 0,4% в 2018 г.). Доля инвестиций в промышленность с 2018 г. имеет тенденцию к снижению. Однако

если по доли инвестиций в промышленность Республика Беларусь находится выше уровня 2010 г., то по инвестициям в сельское, лесное и рыбное хозяйство этот показатель ниже уровня 2010 г.

В Республике Беларусь в 2022 г. объемы инвестирования в эту сферу (в реальном выражении) снизились на 6,7%, тогда как, начиная с 2017 г. они постоянно увеличивались (рисунок 5).



Условные обозначения:

- сельское, лесное и рыбное хозяйство;
- - -●- - - промышленность

Рисунок 5 – Динамика инвестирования в промышленность, сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Беларусь за 2015–2022 гг. в сопоставимых ценах, %

Примечание – Источник: [1, с. 227].

При этом инвестиции в промышленность в реальных ценах в последние годы постоянно снижаются.

Уровень продовольственной безопасности можно определить по среднему потреблению основных продуктов питания на душу населения.

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что в Республике Беларусь в период 2010–2022 гг. уровень потребления молока и молочных продуктов, яиц и яйцепродуктов, оказался ниже рациональных норм, указанных в Доктрине национальной продовольственной безопасности Беларусь до 2030 года. Потребление картофеля выше рациональной нормы наблюдалось лишь в 2010 г.

Таблица 3 – Потребление основных продуктов питания в расчете на душу населения в Республике Беларусь за 2015–2022 гг.

Продукция	Норма потребления	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Мясо и мясопродукты, кг	80	84	90	92	93	95	97	99	98	98
Молоко и молочные продукты, кг	393	247	251	247	255	248	246	244	237	238
Яйца и яйцепродукты, шт.	294	292	281	265	261	260	264	268	266	265
Сахар, кг	33	41,1	42,4	38,2	36,9	38,8	39,5	38,5	39,9	40,2
Масло растительное, кг	13,2	15,9	18,5	18,4	18,2	18	17,5	17,2	17,8	18
Картофель и картофелепродукты, кг	170	183	168	165	165	163	162	161	159	161
Овощи, бахчевые культуры и продукты их переработки, кг	124	149	161	163	168	166	169	169	170	174
Фрукты, ягоды и продукты их переработки, кг	78	65	80	91	89	92	97	98	95	92

Примечание – Источник: [1, с. 124; 2]

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что в 2022 г. рациональная норма потребления достигнута по группам «мясо и мясные продукты», «сахар», «масло растительное», «овощи, бахчевые культуры и продукты их переработки», «фрукты, ягоды и продукты их переработки».

В наибольшей степени фактическое потребление в 2022 г. отставало от норматива по картофелю – всего лишь 33,5%. В пределах 80% находилось потребление фруктов и ягод – 88,5%, сахара и кондитерских изделий – 84,8, масла растительного, маргарина и других жиров – 83,3, яиц – 80,3%,

Неблагоприятным фактором является низкий уровень калорийности продуктов питания, потребленных в домашних хозяйствах Республики Беларусь.

По данным рисунка 6 можно сделать вывод, что энергетическая ценность рациона питания в Беларуси также не достигает рациональной нормы в 3 400–3 500 ккал, заявленной в Доктрине.

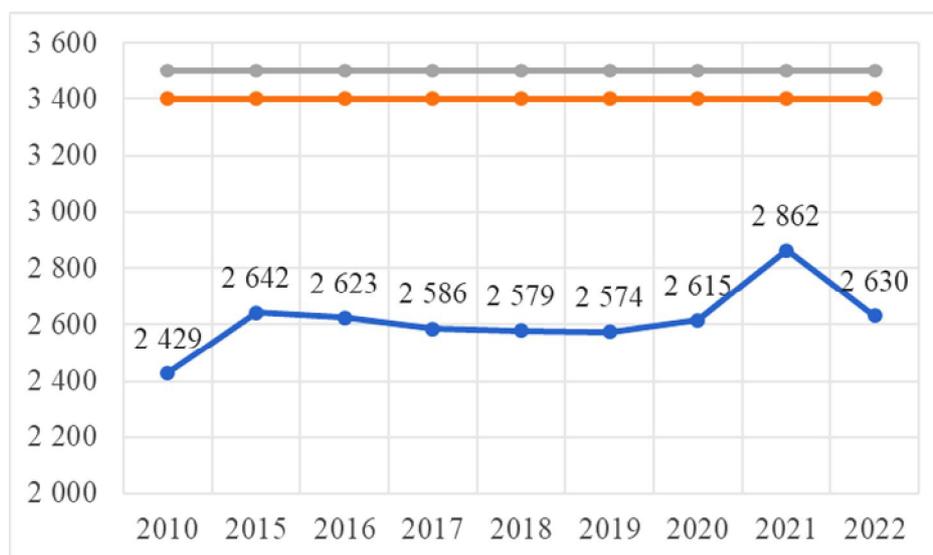


Рисунок 6 – Энергетическая ценность рациона питания в Республике Беларусь за 2010–2022 гг., ккал

Примечание – Источник: [1, с. 124; 2].

Продовольственную безопасность связывают с понятием самообеспечения продовольствием и сельскохозяйственной продукцией (таблица 4).

Таблица 4 – Динамика уровня самообеспечения основной сельскохозяйственной продукцией в Республике Беларусь за 2010–2022 гг.

Продукция	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Мясо	118,3	132,5	134,9	135,3	132,9	135	133,8	133,2
Молоко	199,4	230,2	231,5	235,7	241,4	256,7	262,9	266,9
Яйца	118,3	129,5	129,3	123,7	128,4	125,9	127,6	125,6
Картофель	102	100,9	108,4	101,3	111,9	100	100	112,3
Овощи и бахчевые культуры	96,9	96,1	112,4	106	110,5	104,4	101,8	106,3
Фрукты и ягоды	82,1	55,1	42,9	80,3	47,5	66,2	57,2	77,3

Примечание – Источник: [1, с. 190].

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что по основным позициям Республика Беларусь достигла самообеспечения, по группе «овощи и бахчевые культуры» самообеспечение достигается с 2017 г. Уровень самообеспечения по группе «фрукты и ягоды» в 2022 г. составил 77,3%, что существенно выше уровня 2021 г., однако ниже уровня 2010 г.

При поддержке глобальной сельскохозяйственной компании Corteva Agriscience аналитическим центром Economist Impact рассчитывается Глобальный индекс продовольственной безопасности (Global Food Security Index).

Несмотря на положительную динамику в области продовольственной безопасности Беларуси за 2022 г. опустилась в рейтинге Global Food Security Index с 36-го на 55-е место. При этом общая оценка уменьшилась с 70,9 до 64,5 балла. По доступности производства Беларусь занимает 43-е место (61,9 балла), по качеству и безопасности – 57-е (69 баллов), по устойчивому развитию и адаптации – 34-е место (58,5 балла) [3].

Таким образом, продовольственная безопасность – важная задача для экономики любой страны. В Республике Беларусь традиционно, как на уровне правительства, так и на уровне рядовых потребителей осознают степень важности решения проблем достижения продовольственной безопасности.

В Беларуси активно проводится политика, направленная на достижение продовольственной безопасности, в результате чего имеют место положительные достижения в этом направлении, однако необходимо активизировать как в области потребительской составляющей (достижение энергетической ценности рациона и рациональных норм потребления), так и в области производственной составляющей (повышение производительности труда, наращивание производства сельскохозяйственной продукции, по которой не достигнуто самообеспечение).

Список использованной литературы

1. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь – 2023. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2023. – 322 с.

2. **Доктрина** национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – Режим доступа: https://mshp.gov.by/documents/prod/prod_bez.docx. – Дата доступа: 09.09.2024.

3. **Беларусь** заняла 55-е место в глобальном индексе продовольственной безопасности [Электронный ресурс] // Office life. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/39241-belarus-zanyala-55-mesto-v-globalnom-indekse-prodovolstvennoy-bezopasnosti/#:~:text=Беларусь%20заняла%2055-е%20место%20в%20Глобальном%20индексе%20продовольственной%20безопасности,-21.12.2022%2011&text=В%2011-м%20рейтинге%20Global,%2C%20набрав%2064%2C5%20балла>. – Дата доступа: 09.09.2024.

УДК 332.1

В. М. Черняков (mkacadem@mail.ru)

*Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация*

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ САМООБЕСПЕЧЕННОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Ключевым аспектом устойчивого экономического развития региона является формирование ресурсной самообеспеченности агропромышленного комплекса региона. В статье определены направления, принципы, программы, проекты самообеспеченности региона. Полученные результаты проведенного исследования представляют собой определенную аналитическую ценность для процесса организации и менеджмента регионального звена продовольственной безопасности.

A key aspect of the sustainable economic development of the region is the formation of resource self-sufficiency of the agro-industrial complex of the region. The article defines the directions, principles, programs, projects of self-sufficiency of the region. The obtained results of the conducted research represent a certain analytical value for the process of organization and management of the regional level of food security.

Ключевые слова: регион; потенциал; самообеспечение; инновации; агропромышленный комплекс; направления; принципы; программы; проекты.

Key words: region; potential; self-sufficiency; innovation; agriculture; directions; principles; programs; projects.

Роль развития агропромышленного комплекса в реализации продовольственной безопасности государства, ее составляющих (стратегий долгосрочного развития регионов) не подвергается сомнениям. Вновь возникающие вызовы формирования цифровой экономики подтвер-

ждают необходимость постоянного совершенствования механизма управления развитием сельскохозяйственного производства и переработки продуктов его деятельности [1–2].

Формирование ресурсной самообеспеченности экономики региона представляет собой ключевой аспект устойчивого экономического развития. Самообеспеченность подразумевает способность региона самостоятельно удовлетворять свои потребности за счет внутренних ресурсов, минимизируя зависимость от внешних источников. Это достигается посредством оптимального использования доступных ресурсов, повышения их эффективности и устойчивости экономических процессов.

Ресурсная самообеспеченность региона означает его способность поддерживать и развивать свою экономику за счет собственных ресурсов. Это включает природные, человеческие, финансовые и производственные ресурсы. Ресурсная самообеспеченность рассматривается как необходимое условие для достижения стабильного и устойчивого экономического роста, а также повышения уровня жизни населения.

Теоретические основы ресурсной самообеспеченности включают анализ ресурсного потенциала региона, который определяется как совокупность всех доступных ресурсов, способных обеспечить нормальное функционирование экономики и ее развитие. Важным элементом является классификация ресурсов, включающая природные, трудовые, финансовые и организационные ресурсы, а также их распределение и использование в рамках региональной экономики.

Направления повышения ресурсной самообеспеченности региона представлены на рисунке 1.

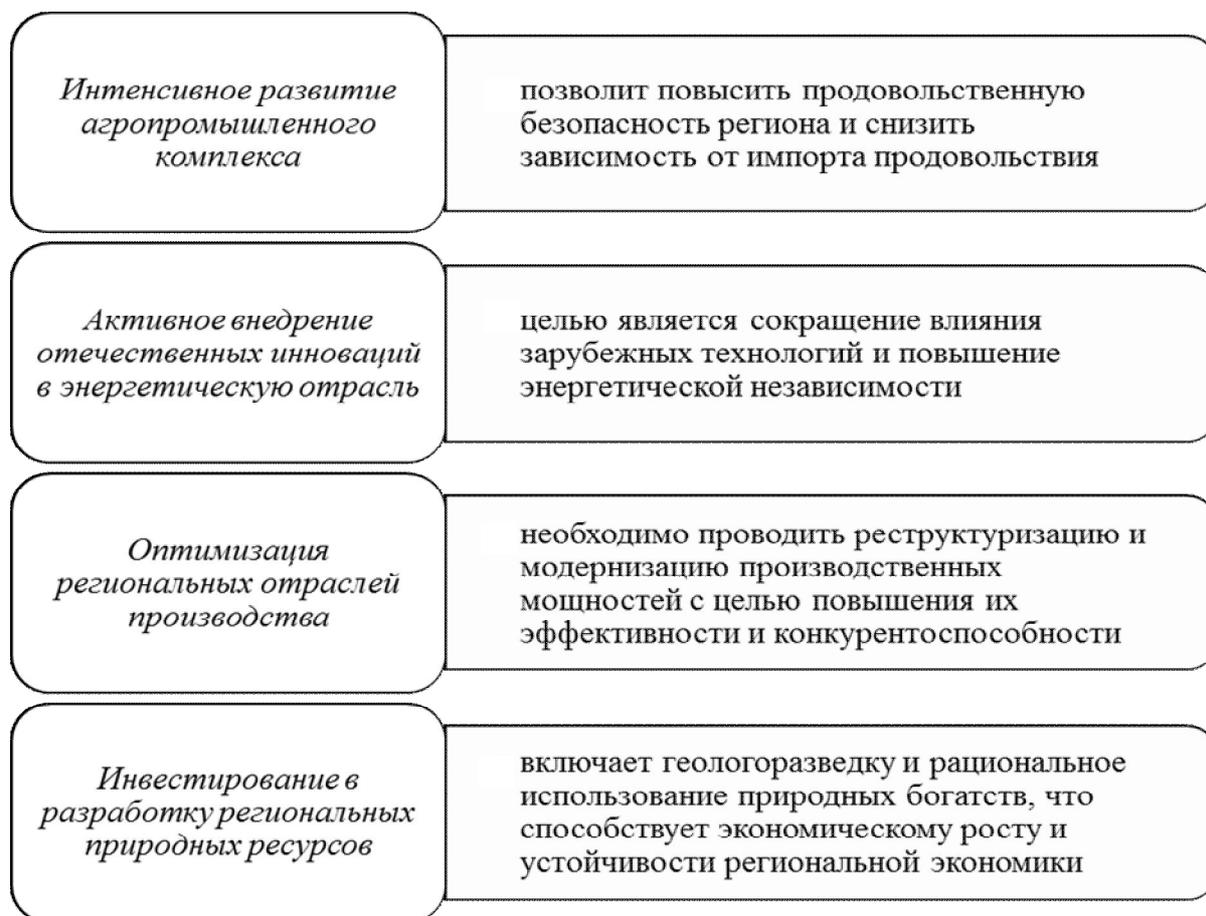


Рисунок 1 – Направления самообеспеченности региона

Примечание – Составлено автором на основе данных источников [2–4].

Одним из ключевых подходов к формированию ресурсной самообеспеченности является системный подход, который рассматривает регион как целостную систему, включающую экономические, социальные, политические и экологические подсистемы. Этот подход позволяет

учитывать взаимосвязи и взаимодействия между различными компонентами региональной экономики и разрабатывать стратегии для их оптимального использования.

Важным аспектом является учет факторов внешней среды, таких как экономические тенденции, политические условия и глобализация, которые влияют на способность региона к самообеспеченности. В условиях глобализации возрастает значимость территориальных факторов и необходимость интеграции регионов в международные экономические процессы.

Основные принципы формирования ресурсной самообеспеченности представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Принципы формирования ресурсной самообеспеченности региона

Примечание – Составлено автором на основе данных источников [3–4].

Для практической реализации принципов и методологических подходов необходимо разработать конкретные программы и проекты, направленные на повышение ресурсной самообеспеченности региона (рисунок 3).

<i>Создание региональных стратегий развития</i>	Определение приоритетных направлений и целей развития региона, а также мер по их достижению
<i>Разработка и внедрение инновационных технологий</i>	Содействие развитию научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также их внедрение в производственные процессы
<i>Формирование партнерств и кооперации</i>	Развитие сотрудничества между различными секторами экономики, государственными и частными организациями, а также с международными партнерами
<i>Инвестирование в инфраструктуру</i>	Развитие транспортной, энергетической и информационной инфраструктуры, которая обеспечивает доступ к ресурсам и их эффективное использование
<i>Мониторинг и оценка</i>	Постоянный мониторинг состояния ресурсов и оценка эффективности их использования с целью корректировки стратегий и мер по повышению ресурсной самообеспеченности

Рисунок 3 – Программы и технологии, направленные на повышение ресурсной самообеспеченности региона

Примечание – Составлено автором на основе данных источников [1–2; 5].

Представленные программы и технологии успешно применяются сельскохозяйственными организациями с целью повышения производительности, снижения издержек производства и улучшения качества готовой продукции.

Полученные результаты проведенного исследования представляют собой определенную аналитическую ценность для процесса организации и менеджмента регионального звена продовольственной безопасности.

Список использованной литературы

1. **Бекбергенева, Д. Е.** Эффективность деятельности предприятия: значение, определяющие факторы и методы оценки / Д. Е. Бекбергенева, А. В. Черноволенко // Вызовы глобализации и развитие цифрового общества в условиях новой реальности : сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф., Пятигорск, 10 июля 2023 г. – Пятигорск : АЛЕФ, 2023. – С. 134–138.
2. **Варганова, М. Л.** Теоретические основы формирования агропродовольственного рынка региона / М. Л. Варганова // Рос. предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 24. – С. 3487–3504.
3. **Иванова, И. А.** Оценка самообеспеченности региона стратегическими продовольственными ресурсами / И. А. Иванова, Л. И. Зинина // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – № 2 (359). – С. 288–303.
4. **Колесняк, А. А.** Оценка продовольственной самообеспеченности населения региона / А. А. Колесняк // Вестн. БГУ. Экономика и менеджмент. – 2021. – № 4. – С. 70–75.
5. **Рогова, Т. Н.** Ресурсообеспеченность региональной экономики / Т. Н. Рогова // Регион. экономика: теория и практика. – 2018. – № 9 (456). – С. 288–303.

ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

В работе исследованы особенности и возможные направления для реализации потенциала государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта.

The paper examines the features and possible directions for realizing the potential of public-private partnerships in the field of physical culture and sports.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; физическая культура и спорт; социально-экономическая система; человеческий капитал.

Key words: public-private partnership; physical culture and sports; socio-economic system; human capital.

Уровень развития сферы физической культуры и спорта (ФКиС) косвенно влияет на национальное благосостояние, посредством обеспечения здоровья и работоспособности человека, что особенно важно ввиду все большего его вовлечения в цифровую среду. Поэтому крайне важным на данный момент является использование эффективных инструментов и механизмов, направленных на развитие сферы. В Стратегии развития ФКиС Российской Федерации до 2030 г. обозначены цель и задачи развития сферы [1]. Одним из эффективных инструментов реализации проектов инфраструктурного развития сферы является государственно-(муниципально-) частное партнерство (Г(М)ЧП). За период с 2014 г. до настоящего времени по данным платформы Росинфра посредством механизма ГЧП в сфере ФКиС было реализовано 148 проектов на сумму 147,55 млрд р., с объемом частного финансирования 68,7% [2]. Рекордным по числу ГЧП-проектов в Российской Федерации стал 2022 г. Треть реализуемых проектов относится к сфере социального обслуживания и спорта. Однако проблема состоит в том, что данный инструмент в сфере ФКиС используется сегодня в основном для реализации крупных инфраструктурных проектов, а задачи развития сферы ФКиС сводятся не только лишь к реализации инфраструктурных проектов.

Вопросы понимания процесса «развитие» в целом и развития ГЧП в частности отражены в работах российских и зарубежных экспертов и ученых: Н. С. Розова [3], А. В. Коротаева, А. С. Малкова, Д. А. Халтуриной [4], Angus Deaton [5], С. В. Сливы [6].

Работа [5] указывает на необходимость изучения механизмов, лежащих в основе развития, для понимания его сути. В исследовании Н. С. Розова реализован классический подход к развитию, в котором источником развития является борьба противоположностей [3].

В другом исследовании о развитии фундаментального характера проанализированы закономерности общемирового развития, проведен анализ соотношения между циклическими и поступательными процессами развития [4].

В исследовании по вопросам и закономерностям развития социально-экономических систем утверждается, что среди типов экономического развития выделяют модификацию, трансформацию, модернизацию [6]. Сделан важный вывод о том, что все возрастающее потребление материальных ресурсов создало условия для перехода к интенсивному развитию – посредством продукта науки и новых знаний, технологий.

Целью исследования является презентация подхода к развитию ГЧП в сфере ФКиС.

Предлагаемый концептуальный подход к распространению механизма ГЧП в сфере ФКиС основан на одновременном учете положительно влияющих на распространение факторов и проблем, препятствующих диссеминации механизма. Для реализации данного подхода очень важна активная роль публичного партнера, перед которым стоит ряд масштабных задач развития сферы при ограниченном количестве ресурсов. Подход предполагает систематическую работу публичного партнера по мониторингу и определению новых видов объектов для вложений, формулировку предложения по инвестициям для частных инвесторов в рамках потенциального проекта в виде «матрицы», следование которой, с одной стороны, решает важную задачу развития сферы, а, с другой стороны, – предоставляет гарантии и является коммерчески привлекательным для частного инвестора. Важным отличием предлагаемого подхода к разви-

тию является умножение видов объектов для вложений и совместного партнерства в конкретной сфере. Перечень потенциально возможных видов объектов для вложений определяется направлениями реализации потенциала ГЧП в сфере.

Видение Российской Федерации как ведущей мировой спортивной державы четко обращает внимание на четыре направления действий, обеспечивающих такое позиционирование:

- имидж Российской Федерации (поддержание высокого авторитета Российской Федерации в международном спортивном сообществе);
- массовый спорт (активное вовлечение широких слоев населения в массовый спорт);
- профессиональный спорт (обеспечение экономической стабильности и коммерческой привлекательности профессионального спорта);
- чистота и честность спортивных результатов (нулевая терпимость к допингу).

Развитие предполагает, что со временем количественные изменения (в том числе за счет более активного использования механизма ГЧП/МЧП) приведут к появлению нового качества системы ФКиС, что обеспечит повышение качества человеческого капитала государства.

Рост числа реализуемых ГЧП проектов в сфере спорта возможно обеспечить за счет расширения направлений его применения (виды объектов для вложения), преследуя задачи развития сферы ФКиС.

Таким образом, возможными направлениями для реализации потенциала ГЧП в сфере ФКиС являются следующие:

- Создание и восстановление спортивных объектов. Механизм ГЧП может использоваться для возведения, модернизации и обслуживания спортивных сооружений (стадионов, арен и пр.).
- Развитие спортивной инфраструктуры. Посредством ГЧП возможно создавать тренировочные базы, центры спортивной медицины, спортивные школы. Такие объекты могут стать частью цепочки создания стоимости в профессиональном спорте.
- Организация спортивных мероприятий. Механизм ГЧП может быть полезен при организации спортивных соревнований, турниров.
- Поддержка спортсменов. Целью такого партнерства является финансирование подготовки и обучения спортсменов, тренеров для повышения спортивного потенциала страны.
- Развитие спортивной и реабилитационной медицины. Посредством ГЧП возможно создание соответствующих медицинских центров.
- Создание программ развития массового спорта и роста физической активности населения, направленных на увеличение доступности спорта и повышение вовлеченности широких слоев населения.
- Развитие спортивной индустрии. Целью такого партнерства является повышение коммерческой привлекательности сферы, поиск и формирование коммерческих ниш и занятие в них достойного места.
- Повышение эффективности управления и реализации государственной политики в сфере спорта. ГЧП может помочь в разработке более эффективных и прозрачных моделей управления спортивными проектами и программами.

Таким образом, подход к развитию Г(М)ЧП в сфере ФКиС предполагает максимальное распространение этого механизма за счет расширения направлений его применения и создания новых видов объектов для вложений. Среди новых объектов для совместного инвестирования в сфере ФКиС присутствует организация спортивных мероприятий, спортивной и реабилитационной медицины, развитие спортивной индустрии, а также создание новых программ развития массового спорта. Успешная реализация предложенного подхода к более широкому использованию ГЧП-механизма предполагает активную роль публичного партнера в организации такого сотрудничества, особенно на первоначальном преддоговорном этапе.

Список использованной литературы

1. **Стратегия** развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс] : утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 24 нояб. 2020 г. № 3081-р // Правительство России. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/131173/>. – Дата доступа: 06.10.2024.
2. **Государственно-частное партнерство в спорте** [Электронный ресурс] // Росинфра. – Режим доступа: <https://rosinfra.ru/spec/gcp-v-sporte>. – Дата доступа: 06.10.2024.

3. **Розов, Н. С.** Структура цивилизации и тенденции мирового развития / Н. С. Розов. – Новосибирск : НГУ, 1992. – 215 с.
4. **Корогаев, А. В.** Законы истории. Математическое моделирование развития мир-системы. Демография, экономика, культура / А. В. Корогаев, А. С. Малков, Д. А. Халтурина. – 2-е изд. – М. : УРСС, 2007.
5. **Deaton, A.** Understanding the Mechanisms of Economic Development [Электронный ресурс] / A. Deaton // American Economic Association. – Режим доступа: <http://www.aeweb.org>. – Дата доступа: 06.10.2024.
6. **Слива, С. В.** Развитие экономической системы как закономерный процесс / С. В. Слива // Общество: политика, экономика, право. – 2013. – № 1. – С. 74–81.

II. ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА, БЕЗОПАСНОСТИ, ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 658.62:664

М. Ф. Бань (maryban@rambler.ru),

канд. техн. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации*

Ж. В. Кадолич (cilodak@mail.ru),

канд. техн. наук, доцент

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого*

С. В. Тимошенко (maryban@rambler.ru),

студент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА МУЧНЫХ СЛАДОСТЕЙ, ВЫРАБАТЫВАЕМЫХ ОАО «ГОМЕЛЬХЛЕБПРОМ»

В статье рассматривается проблема совершенствования ассортимента мучных сладостей с позиций удовлетворения потребительского спроса в данных товарах. В статье приводится сравнительный анализ уровня качества мучных сладостей, реализуемых в розничной торговой сети. По результатам проведенных исследований выбраны образцы с более высоким качеством, даны рекомендации по формированию оптимального ассортимента.

The article examines the problem of improving the range of flour sweets from the standpoint of satisfying consumer demand for these products. The article provides a comparative analysis of the quality level of flour sweets sold in the retail trade network. Based on the results of the studies, samples with higher quality were selected, recommendations were given for the formation of an optimal range.

Ключевые слова: мучные сладости; кондитерские изделия; ассортимент; качество; уровень качества; покупательские предпочтения; конкурентоспособность.

Key words: flour sweets; confectionery; assortment; quality; quality level; consumer preferences; competitiveness.

Кондитерские изделия создаются для того, чтобы радовать своих покупателей, дарить им положительные эмоции и удивлять потрясающим вкусом и ароматным запахом.

Ассортимент кондитерских изделий весьма разнообразный и насчитывает более 10 000 наименований. Мучные сладости занимают второе место по объему производства в кондитерской промышленности и, кроме того, вырабатываются в значительном количестве на предприятиях хлебопекарной промышленности. Мучным сладостям принадлежит одно из ведущих мест по продажам среди всех видов кондитерской продукции.

Мучные сладости – кондитерские изделия, изготавливаемые из муки, сахара, жира, с добавлением или без добавления других пищевых ингредиентов.

Пищевая ценность мучных сладостей формируется за счет качественного и количественного содержания белков, жиров и углеводов в используемом сырье, а содержание в нем микроэлементов и витаминов составляет небольшой процент от суточной потребности для организма, что является отличительной особенностью мучных сладостей в целом.

На основании СТБ 927-2008 «Сладости мучные. Общие технические условия» в зависимости от рецептуры мучные сладости подразделяют на песочные, в том числе песочно-заварные, слоеные, бисквитные, пряничные, ореховые, воздушно-ореховые (с добавлением му-

ки), заварные, вафельные, воздушные, крошковые, дрожжевые, медовые, в том числе медово-заварные, медово-сбивные, комбинированные из различных полуфабрикатов. Их изготавливают с начинками и без начинок.

В зависимости от способа приготовления мучные сладости подразделяют на изготавливаемые на химических разрыхлителях, дрожжах, без химических разрыхлителей и дрожжей.

В зависимости от способа глазирования и отделки поверхности мучные сладости подразделяют на сладости с отделкой, глазированные, декорированные, без отделки.

Основные задачи кондитерской отрасли Беларуси – это поддержание конкурентоспособности продукции, насыщение внутреннего рынка отечественным ассортиментом, особенно в период возрастающего сезонного спроса (осень – зима), а также эффективное импортозамещение.

В настоящее время в Беларуси кондитерские изделия производятся шестью предприятиями концерна и около 200 других организаций, которые входят в систему Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Белкоопсоюза, организаций коммунальной и частной форм собственности. Производителями мучных сладостей в Республике Беларусь являются также предприятия хлебопекарной отрасли: открытое акционерное общество (ОАО) «Гомельхлебпром», ОАО «Минскхлебпром», общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Регион продукт», ООО «Смолевичский хлебозавод» и др.

Одной из задач исследования являлся анализ структуры ассортимента мучных сладостей, вырабатываемых ОАО «Гомельхлебпром» (производство № 4, цех № 1). Анализ проводился по следующим классификационным признакам: в зависимости от технологии производства и рецептуры, по виду упаковки, дополнительного сырья.

Ассортимент мучных сладостей, вырабатываемых ОАО «Гомельхлебпром» (производство № 4, цех № 1), в зависимости от рецептуры включал бисквитные, дрожжевые, медово-заварные, песочные и воздушные мучные сладости. По данным СТБ 927-2008 «Сладости мучные. Общие технические условия» можно сделать вывод, что в ОАО «Гомельхлебпром» (производство № 4, цех № 1) отсутствуют следующие виды мучных сладостей: пряничные, слоеные, ореховые, воздушно-ореховые (с добавлением муки), заварные, вафельные, крошковые, комбинированные. Наибольший удельный вес принадлежит бисквитным мучным сладостям (48,4%), а наименьший удельный вес представлен воздушными мучными сладостями (0,2%). Узкий ассортимент изделий из воздушного полуфабриката представлен мучными сладостями «Бисер с кокосом», «Бабье лето».

Ассортимент бисквитных сладостей представлен мучными сладостями «Маффин изюминка», «Маффин сливочный со льном», «Дальянс с вишнево-банановым вкусом», «Маффин карамелька».

В структуре ассортимента песочные мучные сладости занимают 10%. Ассортимент песочных сладостей представлен мучными сладостями «Для вас», «Кокосовый блюз», «Кольцо с арахисом», «Лесные грибочки».

За анализируемый период с июля по сентябрь 2023 г. объем производства мучных сладостей увеличился на 32% за счет мучных сладостей из песочного полуфабриката.

Несмотря на увеличение общего объема производства, стоит заметить, что при этом снизилось производство бисквитных мучных сладостей на 14,9%, а дрожжевых мучных сладостей – на 6,5%. Это связано с тем, что сроки хранения бисквитных и дрожжевых мучных сладостей меньше срока хранения мучных сладостей из песочного полуфабриката.

Наибольший удельный вес в производстве мучных сладостей занимают изделия без использования дополнительного сырья – 88,2%. В качестве дополнительного сырья применяют плодово-ягодные начинки (10,6%), ядра ореха – 0,7%, сухофрукты – 0,6%.

Таким образом, для формирования оптимальной структуры ассортимента мучных сладостей на предприятии необходимо было провести исследование потребительских предпочтений при выборе мучных сладостей.

В результате анкетирования было выявлено, что наибольшее влияние на выбор мучных сладостей при покупке оказывает товарный знак предприятия-изготовителя – 50%, цена – 21, внешний вид – 14, качество – 15%.

Приобретая мучные сладости, респонденты хотели бы улучшить качество мучных сладостей за счет качества начинки – 25%, вкуса – 20, низкой калорийности – 18, аромата – 10%.

Около половины респондентов предпочитают бисквитные сладости, 15% – песочные, 13% – воздушные, 12% – медово-заварные, 5% – дрожжевые.

Объектами исследования являлись мучные сладости, вырабатываемые ОАО «Гомельхлебпром» (производство № 4, цех № 1) (мучные сладости «Пирог Сорренто» с шоколадно-

сливочным вкусом), ОАО «Феретти Рус» (мучные сладости Faretti Classic «Ванильный»), ООО «Раменский кондитерский комбинат» (пирог с абрикосовым джемом Kovis), ООО «Регион продукт» (Венский пирог «Ягодная поляна») и ООО «Смолевичский хлебозавод», относящиеся к группе «бисквитные с начинкой» (торт «Венский пирог» киви-персик).

Качество мучных сладостей оценивали по таким органолептическим показателям, как внешний вид (форма, состояние поверхности), цвет, вкус и запах, вид в изломе (в изделиях на разрыхлителях) или на разрезе (в изделиях на дрожжах) и физико-химическим (массовая доля влаги, массовая доля общего сахара в перерасчете на сухое вещество, массовая доля жира в перерасчете на сухое вещество).

Была проведена документальная экспертиза, которая заключалась в правильности заполнения товарно-транспортных накладных (ТТН) и показала, что при заполнении ТТН № 1359587 не соблюдены все необходимые требования, а при заполнении ТТН № 1359540 и № 1359550 все требования были соблюдены.

Была проведена ассортиментная идентификация, которая установила, что все объекты исследования относятся к бисквитным мучным сладостям с начинкой, о чем свидетельствуют информация на этикетке, название, а также состав данных образцов, в которых указаны ингредиенты для приготовления бисквитных коржей (разрыхлители, яйца, мука и т. д.). Также о принадлежности данных образцов к бисквитным мучным сладостям свидетельствует их внешний вид, характерный для бисквитного полуфабриката с начинкой.

Проведенная оценка качества мучных сладостей по органолептическим и физико-химическим показателям позволила установить, что все образцы соответствуют требованиям технических нормативных правовых актов.

Для того, чтобы оценить уровень качества данных объектов исследования, была разработана балльная шкала, рассчитаны коэффициенты весомости органолептических показателей, определены комплексные показатели качества мучных сладостей.

Наиболее значимыми показателями, по мнению экспертов, являлись «вкус и запах» – 0,31, «вид в изломе» – 0,25. Именно данные показатели являются решающими при выборе мучных сладостей.

Установленные уровни качества показали, что мучные сладости «Пирог Сорренто» с шоколадно-сливочным вкусом, изготавливаемые производством № 4 ОАО «Гомельхлебпром», обладают хорошим качеством, также как и пирог с абрикосовым джемом Kovis и Венский пирог «Ягодная поляна». Удовлетворительное качество установлено у мучных сладостей Faretti Classic «Ванильный» и у торта «Венский пирог» киви-персик. Хорошее качество исследуемого образца от ОАО «Гомельхлебпром» производства № 4 цеха № 1 обусловлено более насыщенными вкусовыми показателями, более качественным сырьем для изготовления основы и начинки.

При сравнении показателей конкурентоспособности данных объектов исследования можно сделать вывод, что мучная сладость «Пирог Сорренто» с шоколадно-сливочным вкусом имеет высокий показатель конкурентоспособности, значительно превосходящий образцы конкурентов. Высокий показатель конкурентоспособности исследуемого образца обусловлен в большей степени низкой ценой по сравнению с остальными образцами.

Основным перспективным направлением по формированию современного ассортимента мучных сладостей на мировом рынке, как показывает анализ последних исследований отечественных и зарубежных ученых, является производство мучных изделий с более совершенным химическим составом, повышенным содержанием важнейших пищевых веществ, улучшенным сбалансированным составом основных незаменимых нутриентов, за счет внесения биологически ценного природного сырья. Одновременно с вопросом повышения качества и пищевой ценности мучных изделий решается вопрос о продлении их сроков сохранения в свежем виде.

Обогащение мучных изделий натуральными продуктами имеет преимущество по сравнению с химическими препаратами и их смесями. Для улучшения пищевой ценности мучных изделий необходимо повышение в них белков, витаминов, минеральных соединений, пищевых волокон.

Среди целого ряда разрабатываемых направлений по повышению биологической ценности мучных изделий таких, как более рациональное использование всех морфологических частей зерна пшеницы, обогащение отдельными веществами, наиболее перспективным направлением является разработка рецептур и технологии приготовления мучных изделий с добавкой белоксодержащего сырья. Преимуществом этого направления является комбинирование продуктов, взаимообогащающих как белковый состав, так и состав других ингредиентов мучных изделий.

Однако применение физиологически функциональных ингредиентов в качестве сырья с целью совершенствования ассортимента мучных сладостей, вырабатываемых ОАО «Гомель-хлебпром» (производство № 4, цех № 1), является невыгодным, так как значительно скажется на цене изделий, конкурентоспособности.

Проведенный анализ ассортимента и покупательских предпочтений позволил предложить в качестве нового изделия, не изготавливаемого ранее данным предприятием, традиционную мучную сладость «Орешки “Новобелицкие”», вкус которой знаком с детства.

Порядок разработки нового ассортимента включал в себя следующие этапы:

- разработка проекта рецептуры;
- отработка рецептуры и технологии производства;
- оформление рецептур и технологии производства;
- определение органолептических, физико-химических, микробиологических показателей;
- расчет пищевой ценности.

Сладости мучные «Орешки “Новобелицкие”» представляют собой штучно-выпеченный полуфабрикат песочный № 2 в форме орешек, который вырабатывается на химических разрыхлителях из муки высшего сорта, сахара-песка, масла сливочного, яиц куриных пищевых и другого сырья, заполненный вареным сгущенным молоком с сахаром, с дробленным грецким орехом и (или) дробленным орехом фундуком.

Использование грецкого ореха в мучных сладостях «Орешки “Новобелицкие”» позволяет увеличить пищевую ценность мучных сладостей. Вместо маргарина в новой рецептуре для улучшения пищевой ценности используется сливочное масло.

УДК 620.2:339.192

А. В. Виноградова (ann-vin@yandex.ru),

канд. техн. наук, доцент

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация*

КАЧЕСТВО ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Рассмотрены случаи нарушений обязательных требований к продукции легкой промышленности, находящейся в свободном обращении на российском рынке. В работе использован метод анализа правоприменительной практики, мониторинг соблюдения требований к маркировке, сырьевому составу различных изделий легкой промышленности, проводившийся в 2019–2024 гг. Установлено, что основное число случаев несоответствия требованиям связано с отсутствием надлежащей маркировки.

Cases of violations of mandatory requirements for light industry products that are in free circulation on the Russian market are considered. The work uses the method of analyzing law enforcement practice, monitoring compliance with requirements for labeling and the raw material composition of various light industry products, carried out in 2019–2024. It has been established that the majority of cases of non-compliance are due to lack of proper labeling.

Ключевые слова: проблемы рынка; товары легкой промышленности; нарушения обязательных требований; качество; маркировка.

Key words: market problems; light industry goods; violations of mandatory requirements; quality; labeling.

Для обеспечения качества товаров на рынке необходимо проводить мониторинг, выявлять и анализировать встречающиеся нарушения. В этой связи исследования, проводимые в рамках данной работы, актуальны и имеют практическую значимость.

Качество товаров легкой промышленности, находящихся в свободном обращении на территории Евразийского экономического союза (ЕАЭС), обеспечивается рядом обязательных требований. Кратко эти требования можно изложить как соответствие требованиям Технических регламентов Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности» или ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков»; конкретным стандартам на продукцию, в случаях, если производитель заявляет, что его продукция изготовлена по этим нормативным документам и при необходимости имеет наличие контрольных идентификационных знаков (КИЗ) в соответствии с Решением Совета Евразийской экономической комиссии «О введении маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации» от 18 ноября 2019 г. № 127 (в редакции от 12 апреля 2024 г.).

Цель исследования состояла в выявлении несоответствий требованиям товаров легкой промышленности при их реализации на российском потребительском рынке.

Объектами исследования являлись изделия легкой промышленности, в том числе пряжа для ручного и аппаратного вязания, ткани, столовое белье, платья для женщин, детская трикотажная одежда, чулочно-носочные изделия, женская обувь, спортивная обувь.

В ходе работы решены следующие задачи исследования:

– проанализирована правоприменительная практика законодательства в области технического регулирования производства и оборота изделий легкой промышленности;

– обобщены результаты оценки качества изделий легкой промышленности, реализуемых через розничную торговую сеть и посредством интернет-торговли за период 2019–2024 гг.;

– выявлены основные текущие проблемы, связанные с нарушениями обязательных требований к качеству, безопасности и предоставлению достоверной информации о товарах, обеспечивающих возможность их правильного выбора при реализации товаров легкой промышленности.

В работе применялись методы обобщения и анализа правоприменительной практики, стандартные методы оценки качества изделий легкой промышленности.

Обзор и анализ судебной практики дел, связанных с нарушениями законодательства в области технического регулирования изделий легкой промышленности, затрагивал информацию кроссплатформенной справочной правовой системы «КонсультантПлюс». Рассматривались постановления, решения и определения судов различных инстанций и регионов Российской Федерации за период с 1 января 2023 г. Документы затрагивали случаи, зафиксированные в 2021–2024 гг.

В работе использовались стандартные методы определения волокнистого состава изделий по ГОСТу 4659-79 «Ткани и пряжа чистшерстяные и полшерстяные. Методы химических испытаний», ГОСТу Р 56561-2015 (ISO/TR 11827:2012) «Материалы текстильные. Определение состава. Идентификация волокон», ГОСТу Р ИСО 17751-2016 «Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси». Исследования образцов проводились в период 2019–2024 гг.

С января 2023 г. судами различных инстанций рассмотрено 25 дел, связанных с нарушениями требований к качеству, безопасности, подтверждению соответствия, предоставлению достоверной информации при обороте товаров легкой промышленности (рисунок 1).



Рисунок 1 – Нарушения требований технического регулирования товаров легкой промышленности, рассмотренные в судах Российской Федерации с 1 января 2023 г.

Среди объектов, по которым выявлены нарушения, преобладают изделия из натурального меха (32%), обувь (24%), одежда, за исключением изделий из натурального меха, в том числе специальная (20%). Также за рассматриваемый период выявлены нарушения при обороте постельного, столового белья и постельных принадлежностей (12% случаев), кожгалантерейные товары, сумки, рюкзаки (8%), 4% случаев занимают товары легкой промышленности без указания конкретных видов.

Наибольшее число рассматриваемых в судах случаев связано с нарушениями требований к маркировке (64%). Выявлены случаи отсутствия КИЗ на изделиях из натурального меха, обуви, постельного белья, а также наличие изделий с недостоверными сведениями о товаре, переданными в информационный ресурс маркировки.

Отсутствует маркировка на изделии или есть маркировка, не соответствующая требованиям технического регламента. Выявлены случаи отсутствия в маркировке сведений о наименовании изготовителя, его юридическом адресе, страны изготовления, волокнистом составе изделий из текстильных материалов, знака обращения на рынке.

Таможенными органами выявляются случаи недекларирования или недостоверного декларирования товаров легкой промышленности. Вместо достоверного кода Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности указывается код на изделия легкой промышленности, не подлежащие обязательной маркировке КИЗ. Также выявляются случаи непредоставления документов, подтверждающих соответствие обязательным требованиям. Например, когда таможенным органам предоставляется документ о подтверждении соответствия, с которым не может быть идентифицирован товар из-за отсутствия в его маркировке данных об изготовителе или указания в маркировке другого изготовителя.

Проблемы, связанные с незаконным оборотом контрафактных товаров легкой промышленности, ранее рассматривались в работах [1] и [2]. Проведено исследование по выявлению фальсифицированных товаров на российском рынке [3], рассмотрены средства борьбы с фальсифицированной продукцией [4]. За период 2019–2024 гг. совместно со студентами выпускных курсов специальности «Товароведение» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого проведены исследования различных изделий легкой промышленности в рамках выпускных квалификационных работ, в данной статье обобщены их результаты по аспектам полноты и достоверности маркировки (таблица).

В нижеприведенной таблице представлены только установленные несоответствия требованиям технических регламентов при оценке маркировки, фактического волокнистого состава или применяемых материалов сведениям, заявленным в маркировке.

Установленные несоответствия образцов исследования требованиям технических регламентов в части маркировки и достоверности указания используемого сырья (материалов)

Номер	Изделия	Оценка маркировки	Оценка состава
1	Полушерстяная пряжа для ручного вязания (Турция)	Не указан юридический адрес изготовителя, или продавца, или уполномоченного изготовителем лица (далее – изготовителя)	Отклонение по содержанию шерсти (–8,4%)
2	Пряжа для ручного вязания из кенафа (Турция)	Отсутствие информации на русском языке	+
3	Носки женские с бамбуком (Латвия, Турция)	+	В маркировке использовано нестандартное наименование волокна, вводящее в заблуждение потребителя
4	Носки с бамбуком (Россия)	Не указано наименование изготовителя, его юридический адрес, наименование изделия, его принадлежность	
5	Платье женское (Китай)	Отсутствует юридический адрес изготовителя, наименование изделия, информация о подтверждении соответствия	+
6–7	Флок мебельный (Россия, Израиль)	Отсутствует юридический адрес изготовителя, информация о подтверждении соответствия, группа устойчивости окраски	+
8–9	Флок мебельный (Турция, Китай)	Дополнительно к недостаткам – символы по уходу за изделием	+
10	Рукавички для новорожденных, 100%-ный хлопок (Россия)	Не указано наименование изделия, размер	+
11	Рукавички для новорожденных, 100%-ный хлопок (Китай)	Отсутствует фраза «Предварительная стирка обязательна»	+
12–18	Ткань, 100%-ная пенька (Китай). Ткань, 100%-ное рами (Китай) Ткань, 100%-ный лен (Беларусь)	Оценивалась информация, предоставляемая потребителю на сайте интернет-магазина; у всех образцов отсутствовали наименование изготовителя, его юридический адрес, информация о подтверждении соответствия	+
Примечание – «+» – соответствие предъявляемым требованиям.			

Всего было исследовано 60 наименований изделий легкой промышленности, по результатам анализа маркировки несоответствия выявлены у 11 образцов, что составило 18% (рисунок 2).

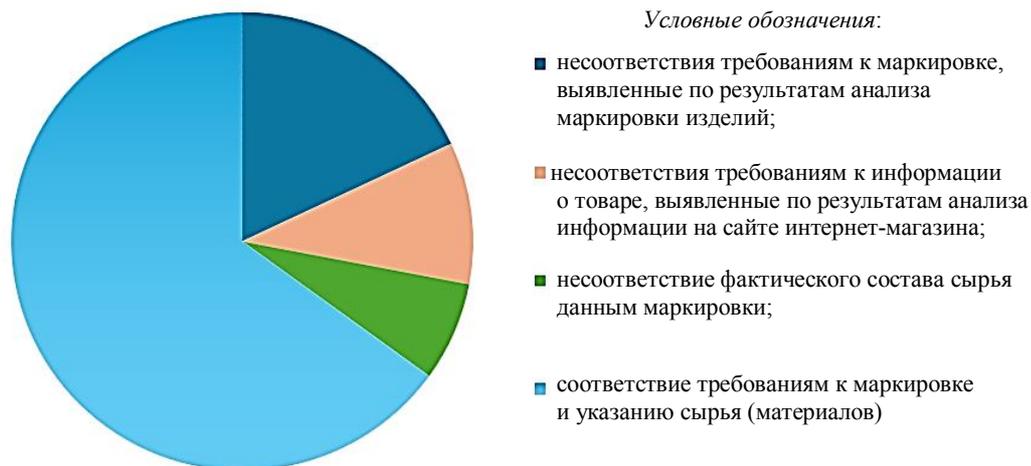


Рисунок 2 – Нарушения требований технического регулирования товаров легкой промышленности, рассмотренные в судах Российской Федерации с 1 января 2023 г.

Для шести образцов тканей, реализуемых в интернет-магазине, выявлена неполнота информации, предоставляемой потребителю. Следует отметить, что проблема с предоставлением информации производителя о тканях при их реализации населению существует как в онлайн-, так и в офлайн-торговле. Вопрос достоверности информации о волокнистом составе пряжи из лубяных волокон в интернет-магазине подробнее рассмотрен в публикации [5].

Таким образом, результаты оценки соответствия маркировки изделий легкой промышленности обязательным требованиям, оценки достоверности сведений, заявленных в маркировке товаров, в отношении применяемых материалов и сырья, проведенные за последние 5 лет, соответствуют результатам анализа результатов судебных производств по случаям нарушения законодательства в области технического регулирования изделий легкой промышленности в Российской Федерации. Наибольшее число выявленных несоответствий связано с нарушением требований к маркировке товаров.

Выявлены основные риски, связанные с оборотом товаров без указания изготовителя, юридического адреса изготовителя, наименования изделия. Отсутствие этих важных сведений зачастую не позволяет идентифицировать изделие по документу, подтверждающему его соответствие обязательным требованиям, так как эти документы выдаются на изделия конкретного наименования и изготовителя. Встречаются случаи незаконного оборота изделий легкой промышленности, реализация изделий без КИЗ, указание в базе данных маркировки недостоверных сведений о товарах, контрафактные товары.

Список использованной литературы

1. Белова, К. Ю. Контрафакция изделий легкой промышленности на российском рынке / К. Ю. Белова, А. В. Виноградова // *Международ. науч. журн.* – 2015. – № 3. – С. 49–53.
2. Виноградова, А. В. Проблема контрафакции изделий легкой промышленности на российском рынке / А. В. Виноградова, О. Г. Котоменкова // *Качество и безопасность продукции: проблемы и пути решения : материалы II Науч. школы-семинара для молодых ученых.* – СПб., 2015. – С. 20–23.
3. Виноградова, А. В. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке / А. В. Виноградова, О. Г. Котоменкова // *Международ. науч. журн.* – 2017. – № 4. – С. 61–66.
4. Виноградова, А. В. Маркировка товаров средствами идентификации как инструмент борьбы с фальсифицированной продукцией легкой промышленности из шерсти [Электронный ресурс] / А. В. Виноградова // *Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития : сб. науч. ст. Международ. науч.-практ. конф., посвящ. 55-летию ун-та, Гомель, 26–27 сент. 2019 г.* – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2019. – С. 376–380.
5. Анташкова, Е. А. Оценка достоверности информации о волокнистом составе пряжи из лубяных волокон в интернет-магазине / Е. А. Анташкова, А. В. Виноградова // *Оценка качества и безопасность потребительских товаров : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых, Иркутск, 25 нояб. 2023 г.* – Иркутск, 2023. – С. 119–124.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ХАССП НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Внедрение системы ХАССП на предприятиях ресторанного хозяйства с целью решения вопроса безопасности пищевой продукции весьма актуально на всей территории Российской Федерации, так как данная система позволяет контролировать весь технологический процесс от поставки на предприятие сырья до получения потребителем готовой продукции. Главной задачей системы ХАССП является определение контрольных точек и их контроля с целью уменьшения или ликвидации воздействия вредных факторов на готовую продукцию.

The introduction of the HACCP system at industrial enterprises of the restaurant industry in order to solve the issue of food safety is very relevant throughout the Russian Federation, since this system allows you to control the entire technological process from the supply of raw materials to the enterprise to the consumer receiving finished products. The main task of the HACCP system is to identify control points and control them in order to reduce or eliminate the effects of harmful factors on the finished product.

Ключевые слова: система ХАССП; безопасность; ресторанное хозяйство; продукция; нормативные документы; контроль; критическая контрольная точка.

Key words: HACCP system; safety; restaurant management; products; regulatory documents; control; critical control point.

ХАССП – это система, предназначенная для организации и управления безопасностью пищевой продукции на предприятиях соответствующих сфер деятельности. Она базируется на выявлении возможных рисков в процессе производства пищевой продукции предприятиями ресторанного хозяйства. Главной задачей системы ХАССП является сокращение и (или) недопущение появления рисков. Последние предопределяются до их возможного появления и устраняются на начальных этапах производства пищевой продукции.

Система ХАССП представляет собой совокупность документов как внутреннего, так и внешнего характера, направленных на снижение и (или) недопущение рисков, связанных со здоровьем потребителя.

На основании положения Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» с 15 февраля 2015 г. при осуществлении процессов производства (изготовления) пищевой продукции, связанных с требованиями безопасности такой продукции, изготовителями должны разрабатываться, внедряться и поддерживаться процедуры, основанные на принципах ХАССП (англ. HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points, анализ рисков и критические точки контроля) – системы управления безопасностью пищевых продуктов [1].

Основным назначением системы ХАССП является тотальный контроль на всех без исключения этапах производства пищевой продукции, т. е. происходит жесткая детекция по всей цепочке – от получения сырья, его хранения, переработки и дальнейшей реализации готовой продукции. Данная система направлена на выявление малейших признаков возникновения опасных ситуаций, связанных с безопасностью пищевых продуктов для потребителя. Предприятия ресторанного хозяйства (рестораны, кафе, пиццерии, закусочные, буфеты и т. п.) являются важным составным компонентом сферы услуг, что обуславливает необходимость предприятиями внедрять на своих производствах систему контроля и безопасности ХАССП.

На территории Российской Федерации с 1 января 2016 г. вступил в действие ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия», на основании которого были определены и установлены требования, направленные на обеспечение безопасности продукции общественного питания, которые в полном объеме отображают принципы и задачи системы ХАССП [2].

Согласно ГОСТу 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения», продукция общественного питания представляет собой совокупность кулинарной продукции, хлебобулочных, мучных кондитерских изделий [3].

Кулинарная продукция, хлебобулочные, кондитерские и мучные изделия являются скоропортящимися продуктами, которые необходимо как производить, так и реализовывать строго при определенных температурных режимах, в ограниченный временной интервал и т. д.

Система контроля безопасности выпускаемой продукции на предприятиях ресторанного хозяйства базируется на определении критических контрольных точек (ККТ) с целью раннего определения возможных факторов риска и постоянного их контроля. В современных условиях система ХАССП на предприятиях ресторанного хозяйства – это мощный рычаг обеспечения и контроля безопасности готовой пищевой продукции.

Уникальность данной системы заключается в том, что ее можно применять на всех этапах производства и на всех без исключения предприятиях ресторанного хозяйства, она гармонично вписывается во все технологические процессы.

В Российской Федерации в последнее время стали регулярно выявляться случаи отравления, что обусловило обязательную необходимость внедрения системы ХАССП на присоединенных территориях, в частности, в Донецкой Народной Республике.

Для получения сертификата об использовании системы ХАССП предприятия питания должны разработать индивидуальный пакет документов по системе пищевой безопасности в соответствии со своей спецификой и специализацией, а также своими технологическими процессами.

К важным задачам следует отнести контроль за поставками сырья, полуфабрикатов (целостность упаковки, температурные режимы при транспортировке, наличие и соответствие документации на поставляемую продукцию), соблюдение на предприятии в процессе переработки нормативных технико-технологических правил и норм.

Потребитель, который пользуется услугами предприятий ресторанного хозяйства, где внедрена система ХАССП, гарантированно получает безопасную и высококачественную продукцию и услуги; персонал, контактирующий с сырьем, полуфабрикатами и готовой продукцией в процессе производства, прошел медицинский контроль, кроме того, персонал соблюдает все необходимые санитарно-гигиенические условия труда.

При получении сертификата соответствия ХАССП для предприятия снижается количество проверок со стороны контролирующих органов (Роспотребнадзор, Россельхознадзор и т. д.).

Основными законодательными и нормативно-правовыми актами, регулирующими пищевую безопасность в Российской Федерации в рамках функционирования системы ХАССП, являются следующие:

- ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия»;
- ГОСТ 32691-2014 «Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания»;
- ГОСТ Р 54607.3-2012 «Услуги общественного питания. Методы лабораторного контроля продукции общественного питания. Часть 3. Методы контроля соблюдения процессов изготовления продукции общественного питания»;
- ГОСТ Р 54607.5-2015 «Услуги общественного питания. Методы лабораторного контроля продукции общественного питания. Часть 5. Методы определения жира»;
- Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;
- ГОСТ Р 56725-2015 «Услуги общественного питания. Хранение проб продукции общественного питания на предприятиях общественного питания»;
- ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу»;
- Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1036, с изменениями, внесенными постановлением Правительства Российской Федерации от 4 октября 2012 г. № 1007;
- Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания;
- Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий [4].

Главной сложностью для внедрения системы ХАССП является большой объем документации, которую необходимо вести, а также разработка на каждое блюдо отдельных блок-схем по приготовлению и описанию всех ингредиентов, входящих в состав всех выпускаемых блюд.

Кроме того, необходимо описать ингредиенты и упаковочные материалы, которые не входят в состав, но могут контактировать с продукцией в процессе приготовления (например,

различные жиры, картон, пищевой пластик и т. д.). Для готовой продукции также обязательное условие – указывать ее состав, физические, органолептические, химические и микробиологические показатели; методы обработки; упаковку; срок годности; условия хранения; методы транспортировки и дистрибуции [4].

Разработка блок-схем, в первую очередь, зависит от большого числа разнообразных факторов. В самой блок-схеме обязательно нужно указать все подготовительные и технологические операции, которым подвергается сырье в процессе производства. Правильное и грамотное описание позволяет на начальных этапах выявлять возможные опасные и вредные факторы. К опасным факторам следует отнести физические, биологические и химические факторы. Среди опасных факторов есть некоторые достаточно значимые. Для таких факторов определяют меры, которые нужно использовать на каждом этапе производства продукции с целью выявления ККТ.

Пример технологической схемы приготовления супов представлен на нижеприведенном рисунке.

Технологическая схема приготовления супов (пример)



В процессе внедрения системы ХАССП на предприятиях ресторанного хозяйства следует отметить часто встречающиеся ККТ. Основной проблемой для всех является приемка сырья по количеству и качеству, хранение сырья, дефростация (для замороженных видов сырья), тепловая кулинарная обработка, реализация готовой продукции и т. д. В зависимости от специфики деятельности предприятия питания используются различные методы, направленные на снижение или полное сведение к нулю воздействия вредных факторов.

На предприятии ресторанного хозяйства необходимо производить регулярный мониторинг всех контрольных точек, вне зависимости от их значимости. Например, самым простым способом контроля контрольных точек для обслуживающего персонала выступает внешний вид сырья и составных компонентов, запах, а также срок годности пищевого продукта.

Исполнитель, который занимается мониторингом контрольных точек, должен заранее владеть уже известной информацией или разработать собственные методы решения проблем, связанных с изменениями контрольных точек.

Несмотря на всю сложность внедрения и использования системы ХАССП на предприятиях, занимающихся переработкой и производством пищевой продукции, проведенный аналитический обзор имеющейся информации по данной проблеме позволяет сделать вывод о том, что внедрение системы ХАССП на предприятиях ресторанного хозяйства происходит гораздо проще и легче, чем на предприятиях пищевой промышленности. Данный вывод объясняется достаточно просто и обусловлен небольшим количеством технологических операций, использованием стандартного оборудования, эксплуатируемого предприятиями ресторанного хозяйства, а также малым количеством обслуживающего персонала. При этом следует обратить внимание на то, что при грамотном подходе к производству и регулярном повышении уровня квалификации и профессионализма персонала можно снизить и (или) полностью исключить большое число вредных и опасных факторов.

Список использованной литературы

1. **Киек, О. В.** Опыт внедрения системы ХАССП в сети ресторанов премиум-класса г. Краснодара / О. В. Киек, Е. А. Стасюк // Актуальные вопросы профилактической медицины и обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения Краснодарского края : материалы науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию медико-профилактич. фак. ФГБОУ ВО КубГМУ М-ва здравоохранения Рос. Федерации, Краснодар, 16–17 нояб. 2018 г. – Краснодар : КГМУ, 2018. – С. 50–53.
2. **Услуги** общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия : ГОСТ 30390-2013. – Введ. 01.01.2016. – М. : Стандартинформ, 2019.
3. **Услуги** общественного питания. Термины и определения : ГОСТ 31985-2013. – Введ. 01.01.2015. – М. : Стандартинформ, 2020.
4. **Жамсоев, З. Ж.** Внедрение ХАССП в ресторане / З. Ж. Жамсоев, Ю. А. Лубсанова, С. В. Цырендоржиева // Пищевая индустрия и общественное питание: современное состояние и перспективы развития : сб. ст. I Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Улан-Удэ, 21–22 дек. 2017 г. – Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2017. – С. 116–121.

УДК 658.788.4:691.175:620.2

О. Г. Котоменкова (kot-og@yandex.ru),

канд. техн. наук, доцент

*Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация*

ВЫБОР ПОЛИМЕРНОЙ УПАКОВКИ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Основной критерий выбора полимерной упаковки – максимальный срок хранения реализуемой продукции. Для поиска оптимальных решений функцию, описывающую срок хранения продукции (на примере мучных кондитерских изделий) с учетом шести ранее определенных факторов (параметров), исследовали на максимум. При этом при исследовании методом однофакторного эксперимента все факторы (параметры), кроме одного, стабилизировали на постоянном уровне. Предложенная математическая модель оптимизации параметров продукции позволяет максимально увеличить сроки хранения в зависимости от качества исходного продукта и показателей потребительских свойств готовой продукции.

The main criterion for choosing polymer packaging is the maximum shelf life of the products sold. To find optimal solutions, the function describing the shelf life of products (for example, flour confectionery products), taking into account six previously defined factors (parameters), was studied to the maximum. At the same time, when studied by a single-factor experiment, all factors (parameters), except one, were stabilized at a constant level. The proposed mathematical model for optimizing product parameters makes it possible to maximize the shelf life depending on the quality of the initial product and the consumer properties of the finished product.

Ключевые слова: пищевые продукты; упаковка для пищевых продуктов; полимерная упаковка; органолептический контроль; массовая доля влаги; срок хранения.

Key words: food products; food packaging; polymer packaging; organoleptic control; mass fraction of moisture; shelf life.

Сохранения потребительской свежести пищевых продуктов можно достичь за счет их своевременного упаковывания с использованием различных материалов.

При этом любая упаковка выполняет несколько функций [1]. В первую очередь, она защищает продукт от воздействия внешней среды и механических повреждений. Вторая функция – маркетинговая. При помощи яркой упаковки можно привлечь внимание покупателей. Третьей функцией является информационная. Состав продукта, дата изготовления, сроки хранения и другая информация позволяют покупателю сделать правильный выбор.

На выбор упаковочного материала для пищевой продукции оказывают влияние множество факторов (параметров).

При этом при выборе упаковочных материалов для пищевых продуктов основным фактором являются эксплуатационные свойства материалов и их способность предотвращать порчу продуктов питания в зависимости от состава полимерной композиции [2].

При выборе упаковки необходимо учитывать проблемы утилизации отходов полимерной упаковки и мировые тенденции к сокращению использования полимерных материалов в целом [3].

Выбор продукции может осуществляться с помощью методов математического программирования.

Цель работы заключается в разработке математической модели оптимизации факторов (параметров) продукции при выборе оптимальной полимерной упаковки для пищевых продуктов (на примере мучных кондитерских изделий), способствующей максимальному сроку их хранения.

Выбор полимерной упаковки для пищевых продуктов, используя методы ранее проведенных исследований [4; 5], целесообразно проводить, исходя из ее качественных характеристик. В связи с этим на выбор, главным образом, оказывают влияние шесть факторов (параметров), из них три – характеризуются показателями качества и безопасности реализуемой продукции (совокупность органолептических показателей (G_1), массовая доля влаги (G_2), микробиологическая чистота (G_3), три – показателями качества и безопасности упаковки (вместимость (G_4), герметичность (G_5), органолептический контроль (G_6)).

Основной критерий выбора полимерной упаковки – максимальный срок хранения реализуемой продукции. При этом совокупные качество и безопасность продукции и упаковки рассчитываются по формуле (1)

$$Q = \sum_{i=1}^n Q_i, \quad (1)$$

где Q – комплексный показатель качества продукции и упаковки, баллов;

Q_i – комплексный показатель качества i -го фактора (параметра n), баллов.

С учетом $n = 6$ (1) примет вид (2):

$$Q = \sum_{i=1}^6 Q_i. \quad (2)$$

Решение уравнения (1) в общем виде будет следующим (3):

$$E = Y(G_1 \dots G_6) \rightarrow \text{extr}. \quad (3)$$

Для поиска оптимальных решений полученную функцию, описывающую срок хранения продукции (на примере мучных кондитерских изделий), с учетом шести ранее определенных факторов (параметров) необходимо исследовать на максимум (4):

$$E = Y(G_1 \dots G_6) \rightarrow \text{max}. \quad (4)$$

В настоящем исследовании доказать нормальность закона распределения не предоставляется возможным. В связи с этим возникает необходимость проведения однофакторного эксперимента с целью сгладить влияние случайных причин на экспериментальные данные и получить математическую модель выбора в виде полинома той или иной степени.

При определении срока хранения продукции (мучных кондитерских изделий) важное значение имеет массовая доля влаги, снижение содержания которой свидетельствует о процессе влагопереноса между частями изделий, увеличении количества «свободной» влаги в результате деградации крахмала.

При исследовании методом однофакторного эксперимента все факторы (параметры), кроме одного, стабилизируются на постоянном уровне, т. е. при $E = Y(G_1, G_3, G_4, G_5, G_6) = \text{const}$ уравнение (4) примет вид (5):

$$E = Y(G_2) \rightarrow \text{max}. \quad (5)$$

Одной из важнейших задач в процессе математического моделирования является вычисление функций, входящих в математическое описание модели.

Рассмотрим функции $\varphi(x)$ (влияние, например, массовой доли влаги (параметр 2) на срок хранения продукции (мучные кондитерские изделия) и $q(x)$ (влияние, например, массовой доли влаги (параметр 2) на среднюю температуру хранения продукции (мучные кондитерские изделия), заданные матрицей значений, полученных из экспериментальных данных. Введем ап-

проксимирующие функции $f(x, a_0, a_1, \dots, a_n)$ и $g(x, \epsilon_0, \epsilon_1, \dots, \epsilon_n)$ так, чтобы они совпадали с матричными значениями заданных функций $\Phi(x)$ и $g(x)$ во всех узлах x_i , т. е. (6) и (7):

$$f(x, a_0, a_1, \dots, a_n) = \Phi_i, \quad 0 \leq i \leq n, \quad (6)$$

$$g(x, \epsilon_0, \epsilon_1, \dots, \epsilon_n) = g_i, \quad 0 \leq i \leq n. \quad (7)$$

В качестве аппроксимирующей функции $f(x)$ выберем полином Ньютона $P_n(x)$ в виде (8):

$$f(x) = P_n(x) = a_0 + a_1(x - x_0) + a_2(x - x_0)(x - x_1) + a_n(x - x_0)(x - x_1)(x - x_{n-1}). \quad (8)$$

Коэффициенты полинома определим из условия Лагранжа (9):

$$P_n(x_i) = f_i, \quad 0 \leq i \leq n. \quad (9)$$

Полагаем $x = x_0$, тогда в формуле (8) все слагаемые, кроме a_0 , обращаются в нуль, следовательно (10):

$$a_0 = f_0. \quad (10)$$

Для коэффициента a_n методом математической индукции запишем следующее выражение (11):

$$a_n = \frac{f_{01\dots n-1} - f_{01\dots n}}{x_{n-1} - x_n}. \quad (11)$$

В качестве аппроксимирующей функции $g(x)$ выберем полином Ньютона $Q_n(x)$ в виде (12):

$$g(x) = Q(x) = \epsilon_0 + \epsilon_1(x - x_0) + \epsilon_2(x - x_0)(x - x_1) + \epsilon_n(x - x_0)(x - x_1)(x - x_{n-1}). \quad (12)$$

Коэффициенты полинома $Q_n(x)$ определим из условия Лагранжа (13):

$$Q_n(x) = g_i, \quad 0 \leq i \leq n. \quad (13)$$

Рассчитаем аналогично коэффициентам полинома $P_n(x)$.

После вычисления коэффициентов полинома Ньютона $P_n(x)$ и $Q_n(x)$ формулы (8) и (12) примут вид соответствующих уравнений с одной переменной.

Выбор степени полиномов производим, исходя из величины коэффициентов аппроксимации (14).

$$K_{P_n(x)} = \sum_{i=1}^h \frac{\sqrt{(P_n(x_i) - \Phi(x_i))^2}}{\Phi(x_i)}, \quad K_{Q_n(x)} = \sum_{i=1}^h \frac{\sqrt{(Q_n(x_i) - g(x_i))^2}}{g(x_i)}. \quad (14)$$

В качестве оптимальной степени h выбираем ту, коэффициент аппроксимации которой наименьший.

Исходя из этого уравнения функций, характеризующих математическую модель влияния массовой доли влаги (параметр 2) на сроки и среднюю температуру хранения продукции (мучные кондитерские изделия), представим в виде уравнений степени h с одной переменной.

Для оптимизации зависимости (5) $E = Y(G_2) \rightarrow \max$ найдем экстремумы функций (8) и (12):

$$\frac{df}{dx} = 0, \quad \frac{dg}{dx} = 0, \quad (15)$$

$$\frac{d(f + g)}{dx} = 0. \quad (16)$$

Анализ зависимостей (15) свидетельствует об оптимальной массовой доле влаги в изделии для обеспечения максимальных сроков и средней температуры хранения продукции.

Оптимальная массовая доля влаги изделий при условии, что срок хранения изделий должен быть предельно максимальным, обуславливается, исходя из зависимости (16).

Таким образом, предложенная математическая модель оптимизации параметров продукции (на примере мучных кондитерских изделий) позволяет максимально увеличить сроки хранения в зависимости от качества исходного продукта и показателей потребительских свойств готовой продукции.

Список использованной литературы

1. **Васильева, А. А.** Упаковочные материалы для хлебобулочных изделий: проблемы и пути решения / А. А. Васильева, О. Г. Котоменкова // Проблемы и приоритетные направления развития товароведения, технологии, организации и гигиены питания : сб. науч. тр. профессорско-преподават. состава и аспирантов. – СПб., 2015. – С. 15–17.

2. **Разработка** упаковочных материалов для пролонгации сроков хранения пищевых продуктов / И. А. Кириш [и др.] // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации. – Махачкала, 2023. – С. 119–121.

3. **Багрянцева, Е. П.** Экономические стимулы перехода к экоупаковке в Беларуси [Электронный ресурс] / Е. П. Багрянцева, О. Г. Котоменкова, Н. В. Кузьменкова // Молодежь в науке и предпринимательстве : сб. науч. ст. XI Междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2022 г. – Гомель, 2022. – С. 178–181.

4. **Вытовтов, А. А.** Оценка качества результатов экспертизы потребительских товаров в соответствии с требованиями международных стандартов / А. А. Вытовтов, О. Г. Котоменкова // Качество и безопасность продукции в рамках государственной политики в области здорового питания населения : моногр. – СПб. : ЛЕМА, 2012. – С. 44–55.

5. **Петрова, Т. Б.** Моделирование компонентного состава сырья в хлебопекарном производстве / Т. Б. Петрова, О. Г. Котоменкова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : сб. тр. науч. и учебно-практ. конф. – СПб., 2017. – С. 464–468.

УДК (339.564+339.562):637.5(470+571)

О. П. Матеева (kaf-td-zav@buket.ru),

канд. экон. наук, доцент

Белгородский университет

кооперации, экономики и права

г. Белгород, Российская Федерация

ЭКСПОРТ И ИМПОРТ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Политика импортозамещения в производстве мясной продукции, с одной стороны, – это гарантия обеспечения населения страны мясопродуктами в соответствии с рекомендуемыми рациональными нормами их потребления, с другой, – потенциал роста ее экспорта как фактор повышения конкурентоспособности и устойчивого развития российской экономики, не исключая при этом импорт как эффективный результат международного разделения труда.

The policy of import substitution in the production of meat products, on the one hand, is a guarantee of providing the country's population with meat products in accordance with the recommended rational standards of their consumption, and on the other hand, the potential for growth in its exports as a factor in increasing the competitiveness and sustainable development of the Russian economy, without excluding imports as an effective result of the international division of labor.

Ключевые слова: экспорт; импорт; мясная продукция; квота; таможенно-тарифное регулирование.

Key words: export; import; meat products; quota; customs and tariff regulation.

Экспорт товаров является драйвером устойчивого развития экономики любой страны, включая Российскую Федерацию. Одним из таких направлений устойчивого развития российской экономики является экспорт продукции животноводства в виде мясной продукции. Развитию данного направления экспорта в Российской Федерации способствовала политика импортозамещения в части не только удовлетворения спроса отечественных потребителей в соответствии с рекомендуемыми рациональными нормами мясопродуктов, но и последующего выхода на внешний рынок как одного из главных поставщиков мясной продукции.

В 2023 г., по данным Национальной мясной ассоциации, Российская Федерация установила исторический рекорд в экспорте мясной продукции. Так, общий объем экспортных поставок мяса и пищевых мясных субпродуктов, включая живой скот и непищевые категории, превысил 1 млн т и составил 2 млрд долл. США [1].

Таким образом, удовлетворение отечественного промышленного и производственного спроса позволяет мясной отрасли Российской Федерации наращивать экспорт своей продукции, ее задача на 2024 г. – прирост экспорта на 10%, учитывая при этом тот факт, что экспорт мясной продукции в Российской Федерации достаточно диверсифицирован [1].

По данным федерального государственного бюджетного учреждения (ФГБУ) «Агроэкспорт», экспорт российского мяса в 2023 г. составил 0,743 млн т, он превысил значение 2022 г. в 0,612 млн т, на 22% [1].

Цель мясной отрасли Российской Федерации в перспективе (в следующие 10 лет) – попасть в топ-5 главных мировых поставщиков данной продукции. Для этого Российская Федерация должна как минимум ежегодно экспортировать 350–400 тыс. т свинины, которая занимает второе место после экспорта мяса птицы и мясных субпродуктов [1].

В контексте экспорта мясной продукции можно отметить, что в 2024 г. на потребительском рынке Российской Федерации наблюдался рост цен на мясо птицы, но возникающие в данной ситуации предложения об ограничении его экспорта не являлись целесообразными, так как товарная структура экспорта данного вида существенно отличается от товарной структуры на отечественном рынке. На 85% экспорт мясной отрасли – это то, что не потребляется в Российской Федерации. Рост экспортных продаж мясной продукции – это результат деятельности производителей по освоению рынка Ближнего Востока, особенно Саудовской Аравии. Уход Российской Федерации с внешнего рынка мясной продукции даже на полгода – это предоставление реальной возможности занять его другим экспортерам, таким как Бразилия, Соединенные Штаты Америки (США), Украина [1].

В 2023 г. экспорт свинины как одно из перспективных направлений в Российской Федерации достиг рекордных 255 тыс. т, т. е. прирост составил 66% в сравнении со значением данного показателя в 2022 г. При этом в 2023 г. производство 20 основных производителей свинины составило 4,3 млн т, или 76% от всего промышленного производства свинины на убой в живом весе [1].

В 2024 г. для роста экспорта свинины появился новый стимул – открытие китайского рынка. Реализация данного потенциала даже в незначительной степени – это возможность попасть в число топ-5 мировых экспортеров свинины [1].

Относительно основного направления развития экспорта мясной отрасли – продукции птицеводства, можно отметить, что в 2025 г. у российских птицеводческих предприятий может появиться возможность получения зоосанитарного статуса. Данная мера позволит облегчить экспорт наиболее ответственным птицеводам, учитывая, что отрасль во многом ориентируется на экспорт своей продукции.

В апреле 2024 г. Гонконг снял ограничения на ввоз российской продукции птицеводства, таким образом, началось рассмотрение заявок на экспортные поставки данного вида мясной продукции.

В 2023 г. 25 предприятий птицеводства произвели 5,9 млн т мяса бройлеров в живом весе. По оценке информационно-аналитического агентства «ИМИТ», 87% экспортных поставок мяса птицы приходится на 5 агрохолдингов: группу агропредприятий «Ресурс», публичное акционерное общество «Черкизово», группу компаний «Дамате», агропромышленный холдинг «Мираторг», акционерное общество «Дружба народов Нова» [1].

По итогам первого полугодия 2024 г., экспорт мяса и мясopодуков составил 365,7 тыс. т, из них 172,4 тыс. т – мясо и пищевые субпродукты птицы; 92,1 тыс. т – свинина; 29,1 тыс. т – пищевые субпродукты мелкого и крупного рогатого скота, свиней; 41,5 тыс. т – готовая мясная продукция; более 19 тыс. т – говядина [1].

Таким образом, за первое полугодие 2024 г. экспорт мясной продукции в целом составил 365,7 тыс. т против 743 млн т его годового значения в 2023 г., т. е. во втором полугодии должен быть значительный прирост для обеспечения годового прироста на 10%.

По данным Россельхознадзора, в первом полугодии 2024 г. основными странами-потребителями российского мяса и пищевых субпродуктов птицы явились Китай (73,7 тыс. т); Саудовская Аравия (29,7 тыс. т); Казахстан (18,8 тыс. т) [1].

Российской свинины поступило на внешний рынок 92,1 тыс. т, в том числе в Беларусь – 40,9, во Вьетнам – 18,7 тыс. т, Беларусь и Вьетнам являются основными покупателями, в Китай поставлено 8,4 тыс. т впервые за долгое время [2].

В 2023 г. Россельхознадзор добился снятия китайских ограничений на ввоз свинины из Российской Федерации, которые действовали в последние 15 лет [2].

Так, в октябре 2023 г. Россельхознадзор получил от китайской стороны проект Протокола об инспекционных, карантинных и ветеринарно-санитарных требованиях к свинине, которую можно будет экспортировать в Китай [2].

19 декабря 2023 г. документ был подписан руководителями двух ведомств, этот документ открыл возможности для поставок российской свинины на рынок Китая впервые с 2008 г. Также в декабре 2023 г. Российскую Федерацию посетили представители Главного таможенного управления Китая, они ознакомились с системой ветеринарного надзора и деятельностью научно-исследовательских институтов Россельхознадзора, посетили фермы по выращиванию свиней, провели инспекцию производителей [2].

В январе 2024 г. Главное таможенное управления Китая уведомило о разрешении импорта из Российской Федерации свинины (включая пищевые свиные субпродукты), отвечающие соответствующим требованиям [2].

Таким образом, Главное таможенное управление Китая зарегистрировало три российских предприятия по производству свинины и разрешило ее экспорт с 28 февраля 2024 г., т. е. к экспортным поставкам была допущена продукция, выработанная после даты регистрации [2].

Заявки российских предприятий были одобрены китайской стороной в системе регистрации CIFER. Россельхознадзор начал регистрировать экспортеров свинины, которые прошли проверку китайских аудиторов в декабре 2023 г. [2].

Право на экспорт своей свиноводческой продукции в Китай получили АПХ «Мираторг», Великолукский мясокомбинат и «Тамбовский бекон» [2].

Российская Федерация – нетто-экспортер свинины. Входит в топ-5 производителей с 3,5% рынка, а Китай – главный импортер свинины в мире [1].

Российские поставщики свинины рассчитывают на экспорт в Китай минимум 150–200 тыс. т продукции в год в 2024–2025 гг. Это 5–10% от общего объема китайского импорта данного вида мяса [1].

Кроме того, по данным китайской таможни, в июле 2024 г. российские свиноводы поставили на рынок Китая продукции на 9,6 млн долл. США, в 4,3 раза больше, чем в июне, по итогам месяца Российская Федерация попала в топ-5 поставщиков с долей 5% [1].

Экспорт российской свинины в 2024 г. может достичь 318 тыс. т, или прирост составит 42,6% по сравнению с 2023 г., а поставки в Китай оцениваются примерно в 60 тыс. т [1].

Пищевые субпродукты мелкого и крупного рогатого скота, свиней российского производства в основном востребованы во Вьетнаме (20 тыс. т) и Китае (5,4 тыс. т), всего в первом полугодии 2024 г. их поставлено на внешний рынок 29,1 тыс. т [1].

Экспорт Российской Федерации готовой мясной продукции в первом полугодии 2024 г. в основном пришелся на Казахстан (25,8 тыс. т из 41,5 тыс. т), а также Беларусь, Азербайджан и Армению [1].

На внешнем рынке есть спрос на российские колбасные изделия. Так, в январе – апреле 2024 г. российский экспорт колбасных изделий увеличился на 21% относительно аналогичного периода 2023 г. и достиг почти 15 тыс. т. Драйвером роста экспорта колбасных изделий является Казахстан – традиционно ведущий рынок сбыта отечественной мясной продукции глубокой переработки. За 4 мес. в Казахстан поставлено более 11 тыс. т колбасных изделий – на 21% больше соответствующего периода 2023 г. Также в топ-3 импортеров колбасных изделий из Российской Федерации входят Азербайджан и Абхазия [3].

Среди покупателей дальнего зарубежья готовой мясной продукции лидерами являются африканские страны – Демократическая Республика Конго и Ангола. В начале 2024 г. значительно выросли поставки готовой мясной продукции в Китай, Монголию, Вьетнам, Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ). В 2024 г. возобновился экспорт в Перу, прерванный в 2020 г., а также впервые осуществлены отгрузки в Эквадор [3]. Однако в целом продажи Российской Федерации готовых изделий из мяса на мировой рынок существенно меньше, чем продажи свежего мяса. Среди перспективных рынков готовой мясной продукции дальнего зарубежья это страны Азии, Ближнего Востока, Африки [3].

В Российской Федерации среди переработчиков мяса есть крупные, современные и нацеленные на экспорт производители. Многие из них поставляют мясо на мировой рынок, хорошо знают особенности и требования конкретных сегментов внешнего рынка и одновременно развивают линейку готовых изделий. Однако экспорт товаров глубокой переработки требует огромных маркетинговых усилий и инвестиций в создание брендов для локальных рынков, про-

движение, организацию дегустационных мероприятий, а также определенные изменения в рецептурах, которые бы учитывали особенности и предпочтения того или иного рынка.

Существенная часть экспорта говядины в первом полугодии 2024 г. пришлась на Китай (9,2 тыс. т). Экспорт в Саудовскую Аравию вырос в 1,9 раза, достигнув 2,6 тыс. т, в Беларусь – в 4,9 раза до 2,1 тыс. т, в Узбекистан – в 2 раза до 1,4 тыс. т [1].

К 2030 г., по прогнозу ФГБУ «Агроэкспорт», объем экспорта российской мясной продукции может превысить 1,5 млн т (3,5 млрд долл. США), по прогнозам Продовольственной и сельскохозяйственной организации Организации Объединенных Наций, к 2032 г. мировое потребление мяса птицы вырастет на 15%, свинины – на 11, говядины – на 10, баранины – на 15% [1].

Следовательно, имеются резервы в Российской Федерации для роста производства, экспорта мясной продукции, обусловленные мировым потреблением мясной продукции.

Таким образом, в Российской Федерации по итогам 2024 г. возможен не только рост экспортной поставки мясной продукции по всей товарной номенклатуре, но и расширение географии ее поставок. Достижение этой цели предусматривает существенный прирост объема российского производства продукции мясной отрасли, активизацию деятельности производителей мясной индустрии на целевых рынках и поиск новых стран-покупателей для организации ее экспорта.

Российская Федерация занимает 20-е место среди стран мира по доступности мяса на основе сопоставления данных по среднемесячной зарплате и стоимости килограмма говядины. Первые три места по доступности говядины занимают Катар (391 кг на одну зарплату за месяц), ОАЭ (336 кг) и Кувейт (295 кг) [1].

Жители топ-15 стран могут себе позволить приобретать более 200 кг говядины. Показатель Российской Федерации – 161 кг. На соседних позициях рейтинга – Швеция (175 кг) и Франция (153 кг). Замыкает список Куба, где на среднюю зарплату можно купить лишь 3 кг мяса [1].

По прогнозам Российского сельскохозяйственного банка, в 2024 г. потребление мяса в Российской Федерации достигнет 83 кг на человека в год, этот показатель почти на 3% превысит рекорд 2023 г. – 80,8 кг на человека [1].

Потребление свинины в 2024 г. достигнет 31,9 кг/чел. (+1,3 кг), мяса бройлера – 33 кг/чел. (+0,5 кг), говядины – 12,6 кг/чел. (+0,2 кг), мяса индейки и утки – суммарно 3,7 кг/чел. (+0,3 кг) [1].

В Российской Федерации растет импорт мяса. За январь – август 2024 г. Российская Федерация импортировала из Бразилии мяса на 269 млн долл. США (рост в 1,5 раза). Это максимальный показатель с 2019 г. Одним из факторов импорта мяса является рост цен в 2023 г., на говядину он составил 7,7%, свинину – на 12,5, мясо птицы – на 27,1, на колбасные изделия – в среднем на 6,45% [1].

Общий объем импорта мясной продукции в 2023 г. в Российской Федерации, по данным Россельхознадзора, составил 586 тыс. т, из них Беларусь поставила на российский рынок 293 тыс. т, Бразилия – более чем 111, Парагвай – более чем 42, Аргентина – почти 42, Китай – почти 19, Индия – 10, Уругвай – 8, Турция – 7, Колумбия – 2 тыс. т [2].

Основную долю в товарной структуре импорта в Российской Федерации занимают мясо и субпродукты крупного рогатого скота (65%), а мясо и субпродукты птицы – 32%. По данным Россельхознадзора, Российская Федерация импортировала свинины 1,4 тыс. т, говядины – 201, мяса и субпродуктов птицы – 232 тыс. т [2].

Собственное производство мяса в Российской Федерации в 2023 г., по данным Россельхознадзора, составило 11,7 млн т. Из них мяса птицы было произведено на 5,3 млн т, свинины – на 4,8, а говядины – на 1,7 млн т [2].

Бразилия в июне 2024 г. увеличила поставки мяса в Российскую Федерацию. Возросли поставки мяса крупного рогатого скота с 12,1 до 21 млн долл. США. Вдвое увеличились закупки Российской Федерацией мясных субпродуктов (до 2,7 млн долл. США), по остальным видам мяса существенных изменений не произошло. Птицы было поставлено на 2,5 млн долл. США, свинины – на 420 тыс. долл. США [1].

В итоге за первое полугодие 2024 г. Бразилия поставила в Российскую Федерацию мяса на 167,5 млн долл. США, т. е. по отношению к аналогичному периоду 2023 г. произошел рост в 1,5 раза. Российская Федерация в этом году входит во вторую десятку крупнейших покупателей мяса из Бразилии [1].

По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, в стране мяса достаточно, цены стабильны. Эксперты считают, что льготный импорт демотивирует инвесторов

вкладывать в развитие отрасли, что может явиться основой для возвращения зависимости от внешних поставок мясной продукции на отечественный рынок [1].

В 2024 г. в Российской Федерации был разрешен беспошлинный ввоз 140 тыс. т мяса птицы и 100 тыс. т говядины. Эта мера была введена в конце 2023 г. и направлена на пополнение мясного рынка Российской Федерации сырьем для производства готовой продукции и сдерживание роста цен на нее. Эти меры позволили сбалансировать предложение мяса птицы и говядины на российском рынке и, как следствие, стабилизировать рост цен на мясную продукцию.

С 2003 г. Российская Федерация квотирует импорт мяса, но в 2019 г. в соответствии с обязательствами Российской Федерации перед Всемирной торговой организацией квота на импорт свинины была заменена на ввозную таможенную пошлину в размере 25% [4].

Суть квотирования состоит в том, что в рамках квоты размер пошлин значительно ниже, чем за ее пределами, или нулевой.

В 2024 г. в Российской Федерации квота на импорт охлажденного мяса крупного рогатого скота сохранилась на уровне 2023 г. – 40 тыс. т, в том числе 29 тыс. т предусмотрено для стран Европейского союза, 11 тыс. т – для других стран [4].

Для замороженного мяса говядины предусмотрена квота в 530 тыс. т, из которых по 60 тыс. т приходится на поставки из США и Европейского союза, 3 тыс. т – на Коста-Рику [4].

В 2024 г. в Российской Федерации квота на импорт мяса птицы сохранилась и составила 364 тыс. т, в том числе 100 тыс. т фарша, 250 тыс. т – половины или четвертины тушек, 14 тыс. т – замороженное обваленное мясо индейки. В 2024 г. также действует беспошлинная квота на импорт 140 тыс. т мяса птицы [5].

В 2024 г. в Российской Федерации в рамках разработки мер тарифно-таможенного регулирования в отношении говядины рассматривался вариант отмены квоты на импорт говядины в 2025 г. и переход на ввоз этого мяса с уплатой ввозной таможенной пошлины в размере 27,5%. Это было предусмотрено в разделе «Разрабатываемые меры регулирования». Это системная мера, направленная на защиту внутреннего рынка, развитие мясного скотоводства в долгосрочном периоде, т. е. на поддержку российских производителей крупного рогатого скота. Данная мера была поддержана подкомиссией Министерства экономического развития Российской Федерации по таможенно-тарифному регулированию, а в дальнейшем ожидалось ее рассмотрение на площадке Евразийской экономической комиссии [5].

Для Российской Федерации на 2025 г. по-прежнему утверждена квота: по мясу крупного рогатого скота – 570 тыс. т, а по мясу и субпродукции – 364 тыс. т, т. е. на уровне 2024 г.

При этом Министерство сельского хозяйства Российской Федерации отмечает, что в первом полугодии 2024 г. производство крупного рогатого скота на убой в хозяйствах всех категорий составило более 1,1 млн т, что на 3,1% выше показателя аналогичного периода 2023 г., т. е. возможна положительная динамика производства по итогам 2024 г. [2].

Следовательно, в Российской Федерации увеличиваются импортные закупки мясной продукции на фоне ее потребления и роста собственного производства по основным направлениям животноводства.

Таким образом, на фоне роста экспорта мясной продукции российского производства растет импорт, но при тенденции увеличения двух составляющих внешней торговли отличается их товарная структура. Устойчивый рост отечественного производства мясной продукции, с одной стороны, – это фактор роста экспорта. С другой, ее импорт – это фактор роста потребления конкретных наименований, обусловленный повышенным спросом на потребительском рынке на говядину и мясо птицы.

Список использованной литературы

1. **Все** о сельском хозяйстве и АПК в России и мире [Электронный ресурс] // Agrotrend. – Режим доступа: <https://agrotrend.ru>. – Дата доступа: 12.08.2024.
2. **Федеральная** служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору [Электронный ресурс] // Россельхознадзор. – Режим доступа: <https://fsvps.gov.ru>. – Дата доступа: 12.08.2024.
3. **За 4 мес.** 2024 г. Россия на 21% нарастила экспорт колбасных изделий [Электронный ресурс] // Агрэкспорт. – Режим доступа: <https://aemcx.ru/2024/06/26/za-4-mesyacza-2024-goda-rossiya-na-21-narastila-eksport-kolbasnyh-izdelij/>. – Дата доступа: 12.08.2024.
4. **Кабмин** сохранил на прежнем уровне квоты на импорт мяса в 2024 г. // Альта-Софт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alt.ru/external_news/106393/. – Дата доступа: 12.08.2024.
5. **Российская** Федерация с 2025 г. может отменить квоты на импорт говядины и перейти на пошлину в 27,5% [Электронный ресурс] // Интерфакс. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/971631>. – Дата доступа: 12.08.2024.

ВЛИЯНИЕ СОСТАВА ИНГРЕДИЕНТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ЗЕРНОВЫХ БАТОНЧИКОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОИЗВОДСТВА

Представлены результаты формирования качества зерновых батончиков на основе гречневой крупы с сушеной морковью и структурообразователем (мальтодекстрином). Качество сиропа после набухания мальтодекстрина в воде или меде контролировали по вязкости на вибрационном вискозиметре, а качество готовых зерновых батончиков – по пластичности на структуромере. Оптимальное качество батончиков обеспечивается при использовании меда в составе сиропа, снижение количества которого возможно при частичной замене гречневой крупы овсяными хлопьями.

The results of formation of quality of grain bars based on buckwheat with dried carrots and structure-forming agent (maltodextrin) are presented. The quality of syrup after swelling of maltodextrin in water or honey was controlled by viscosity on a vibration viscometer, and the quality of finished grain bars by plasticity on a structurometer. Optimum quality of bars is provided by using honey in the syrup, the reduction of the amount of which is possible by partial replacement of buckwheat with oat flakes.

Ключевые слова: зерновой батончик; качество; гречневая крупа; сушеная морковь; овсяные хлопья; мальтодекстрин; вязкость; пластичность.

Key words: cereal bar; quality; buckwheat; dried carrot; oat flakes; maltodextrin; viscosity; plasticity.

Современный ритм жизни привел к развитию сегмента снековой продукции («еда на ходу»), в которой широкий ассортимент принадлежит зерновым батончикам. Они представляют собой формованные изделия из смеси зернового и фруктово-ягодного и (или) орехоплодного сырья со структурообразователем. В качестве последнего обычно выступает карамелизованный сахар самостоятельно или с добавлением глицерина [1]. Такой состав батончиков предполагает «сладкий перекус», его можно рассматривать как десерт. В сегменте зерновых батончиков полностью отсутствует ассортимент для обеденного перекуса, хотя компоненты зернового сырья (крупы, хлопья) являются частью рациона обеденных блюд.

Инновационные решения в рецептурах и технологиях зерновых батончиков направлены на использование нетрадиционного растительного сырья с высокой водопоглощательной способностью (семена киноа и амаранта) [2] или экструдированных зерновых [3], которые оставляют их в группе высокоэнергетических продуктов. Сочетание экструдированного зерна с CO₂-экстрактами оказывает влияние на формирование консистенции батончика [3] с одновременным формированием антиоксидантных свойств, которые характерны для фруктово-ягодного сырья [4]. На рынке уже реализуется ассортимент батончиков «Здоровый перекус», в которых взамен лимонной кислоты используют сок клюквы, повышающий пользу батончиков для здоровья [1; 4]. Используют также пектинсодержащее растительное сырье (черная смородина), позволяющее снизить содержанием структурообразователя в пищевой системе, но это не предполагает отсутствие сахара в рецептуре зернового батончика [5]. Гречневую крупу из-за низкого содержания пищевых волокон [5] в качестве зернового сырья не используют, хотя она в составе зернового батончика повысила бы его пользу для здоровья и могла служить основой для зернового батончика для обеденного перекуса.

Цель работы – исследование влияния использования гречневой крупы в качестве зерновой основы на формирование качества зернового батончика.

При разработке зернового батончика использовали гречневую крупу, предварительно сваренную и обжаренную до хрустящего состояния. Из овощного сырья использовали морковный полуфабрикат, представляющий собой кусочки моркови, высушенные при температуре +60 °С до необходимой консистенции. В качестве структурообразователя использовали мальтодекстрин средней декстринизации ДЭ 12–14 и 18–20%, как нейтральный носитель вкуса. Для повышения вязкости с целью формирования оптимальной структуры и консистенции зернового батончика использовали натуральный липовый мед и овсяные хлопья.

Технология производства зернового батончика включала подготовку основных ингредиентов. Гречневую крупу отваривали до готовности, а потом обжаривали в растительном масле до формирования хрустящей консистенции; морковь мелко нарезали кубиками и высушивали в сушильном шкафу при температуре не выше +60 °С, определяя продолжительность сушки ор-

ганолептически. Подготовка структурообразователя (мальтодекстрина) заключалась в смешивании с водой при температуре +40 °С в разных концентрациях с определением вязкости системы на вибрационном вискозиметре сразу после смешивания и по истечении 10 минут. Второй вариант подготовки структурообразователя заключался в смешивании мальтодекстрина с медом, подогретым до температуры +40 °С. Окончательное формирование консистенции зернового батончика происходило по истечении 3 ч после смешивания всех ингредиентов, после чего пласт системы определенной высоты выпекался в духовом шкафу, а после его остывания до комнатной температуры происходила нарезка изделий прямоугольной формы длиной 9 см и шириной 3 см, как у зерновых батончиков, использованных для сравнения. Пластичность зерновых батончиков определяли на структурометре «Структурометр СТ-2». В качестве объекта сравнения использовали зерновые батончики «Fitness» с инвертным сахарным сиропом, мальтодекстрином и батончики «Здоровый перекус» с клюквенным соком, реализуемые в розничной торговле.

Формирование качества зерновых батончиков после смешивания подготовленных ингредиентов согласно рецептуре зависит от качества выбранного структурообразователя и его подготовки для формирования нужной консистенции. Мальтодекстрин средней декстринизации, представляющий собой мелкодисперсный порошок, должен быть растворен в жидкости и набухнуть, чтобы обеспечить необходимую вязкость сиропа для объединения всех ингредиентов. Мальтодекстрин растворяли в воде при температуре +40 °С, определяя вязкость сразу после растворения и через 10 минут после набухания (таблица 1).

Таблица 1 – Вязкость (мПа·с) сиропа из мальтодекстрина при растворении и набухании в разных системах

Вид мальтодекстрина	Продолжительность набухания, мин	
	0	10
В воде (1:2)		
МД ДЭ 12-14	32,4	34,9
МД ДЭ 18-20	38,4	38,8
В меде (1:2)		
МД ДЭ 12-14	421,0	645,0
МД ДЭ 18-20	515,1	872,0

В теплой воде мальтодекстрин при соотношении 1:2 плохо растворялся и имел комковатость, но дальнейшее набухание привело к отсутствию комочков. Однако вязкость получаемого сиропа была низкой и мало чем отличалась в зависимости от вида мальтодекстрина и времени набухания. В отличие от воды использование липового меда температурой +40 °С для набухания повысило вязкость сиропа в 10–20 раз, даже без периода набухания и независимо от вида мальтодекстрина. Чем выше была степень декстринизации мальтодекстрина, тем быстрее возрастали показатели вязкости сиропа. Это позволило обеспечить полное обволакивание частиц ингредиентов зернового батончика согласно рецептуре и равномерное их распределение (таблица 2).

Таблица 2 – Количественный состав ингредиентов разработанных зерновых батончиков

Ингредиенты, %	Наименование зернового батончика	
	Гречневый с морковью	Гречневый с морковью и овсяными хлопьями
Гречневая крупа	60	40
Овсяные хлопья	–	20
Сушеная морковь	21	21
Сироп-связка (мальтодекстрин + мед)	19	19

Только по истечении 3 ч выстойки после выпекания сформировалась окончательная структура и консистенция, которая позволила произвести резку на зерновые батончики прямоугольной формы определенного размера.

Для снижения количества меда при формировании сиропа из мальтодекстрина была исследована возможность использования овсяных хлопьев, как в составе ингредиентов самого батончика, так и в виде связующего компонента в сиропе. Общее количество овсяных хлопьев составило 20% (см. таблицу 2), часть из которых была измельчена, введена в сироп при уменьшении количества меда на 50%, что увеличило вязкость системы и изменило пластичность зернового батончика (таблица 3).

Таблица 3 – Максимальное усилие, прилагаемое для деформации зерновых батончиков на 5 мм

Разработанные зерновые батончики	Усилие, г	Батончики, использованные для сравнения	Усилие, г
Гречневый с морковью	800	Fitness	2 100
Гречневый с морковью и овсяными хлопьями	590	Здоровый перекус	780

Пластичность зерновых батончиков, измеряемая максимальным усилием их деформации в данном исследовании на 5 мм, зависела от связующего компонента всех ингредиентов. Так, в батончике «Fitness», использованном для сравнения, где был использован инвертный сахар, который при термической обработке в процессе выпечки пласта интенсивно полимеризуется, максимальное усилие для деформации достигло 2 100 г. При этом влажность этого зернового батончика не отличалась от экспериментальных образцов (таблица 4).

Таблица 4 – Физико-химические показатели зерновых батончиков

Зерновые батончики	Массовая доля влаги, %	Титруемая кислотность, Т°
Гречневый с морковью	7,87	2,67
Гречневый с овсяными хлопьями и морковью	7,44	2,83
Батончик «Fitness», использованный для сравнения	7,61	3,12
Батончик «Здоровый перекус с клюквой», использованный для сравнения	8,50	6,58

Зерновой батончик «Здоровый перекус», использованный для сравнения, за счет сока клюквы, черноплодной рябины и структурообразователя патоки был более пластичным, максимальное усилие деформации которого было почти в 3 раза меньше, чем у зернового батончика «Fitness». Предлагаемый состав ингредиентов в гречневом батончике с морковью со структурообразователем (мальтодекстрином) с медом обладал пластичностью, сравнимой с зерновыми батончиками «Здоровый перекус». Измельченные овсяные хлопья, используемые для снижения количества дорогостоящего липового меда в сиропе, привели к более выраженной пластичности готового продукта, для деформации которого требовалось максимальное усилие на 26,25 и 24,36% меньше по сравнению с гречневым батончиком с мальтодекстрином и медом и батончиком «Здоровый перекус», использованном для сравнения, соответственно. Содержание в меде около 7% сахарозы обуславливает процессы полимеризации, которые происходят в меньшей степени, чем при использовании инвертного сахара для связки ингредиентов зернового батончика. Поэтому разница в усилиях деформации между зерновыми батончиками «Fitness» и гречневым с овсяными хлопьями огромна и составляет более 3,5 раз. При этом батончики при одинаковых размерах практически не отличаются массовой долей влаги и кислотностью, последняя зависит от исходного ингредиентного состава (см. таблицу 4). Например, более высокие значения кислотности у батончика «Здоровый перекус с клюквой», использованного для сравнения, связаны с использованием в их составе ягод клюквы и черноплодной рябины, имеющих высокую кислотность.

Отличия в значениях кислотности экспериментальных батончиков с гречневой крупой связаны с более высокой кислотностью овсяных хлопьев, количество которых в составе было 20%. При этом влажность у зернового батончика с гречневой крупой и овсяными хлопьями была ниже, также связана с более низкими значениями овсяных хлопьев, чем гречневой крупы.

Таким образом, проведенные исследования показали, что на основе гречневой крупы можно вырабатывать зерновые батончики для обеденного перекуса, используя в составе овощные ингредиенты, минимизируя при этом количество сахара.

Более высокое содержание пищевых волокон в овсяных хлопьях, чем в гречневой крупе, обуславливает повышение водопоглотительной способности системы и позволяет уменьшить количество липового меда в сиропе-структурообразователе на основе мальтодекстрина со средней декстринизацией с невыраженной сладостью.

Список использованной литературы

1. **Нилова, Л. П.** Диверсификация ассортимента снековой продукции / Л. П. Нилова, С. М. Малютенкова // *Международ. науч. журн.* – 2018. – № 1. – С. 38–44.
2. **Влияние** соотношения базовых компонентов на качество зерновых энергетических батончиков / Е. В. Красина [и др.] // *Изв. высш. учеб. заведений. Пищевая технология.* – 2021. – № 1. – С. 90–93.

3. **Зотова, Л. В.** Инновационные технологические решения в производстве снековой продукции / Л. В. Зотова // Науч. тр. КубГТУ. – 2018. – № 5. – С. 224–233.

4. **Нилова, Л. П.** Растительное сырье в формировании антиоксидантных свойств сокодержущих напитков / Л. П. Нилова, А. А. Выговтов, С. М. Малютенкова // Междунар. науч. журн. – 2017. – № 4. – С. 83–87.

5. **Бакуменко, О. Е.** Научные аспекты конструирования рецептуры зернового батончика с использованием нетрадиционного растительного сырья / О. Е. Бакуменко, Е. В. Алексеенко, Н. В. Рубан // Хранение и переработка сельскохозяйственного сырья. – 2022. – № 1. – С. 157–172.

УДК 663.8

М. М. Петухов (1mi@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

А. Н. Лилишенцева (lilishenceva@yandex.by),
канд. техн. наук, доцент
Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

И. В. Кривко (dir_production@gammavkusa.by),
зам. директора по производству
ОАО «Гамма вкуса»
г. Клецк, Республика Беларусь

О ФАЛЬСИФИКАЦИИ СОКОВОЙ ПРОДУКЦИИ И МЕТОДАХ ЕЕ ВЫЯВЛЕНИЯ

В статье представлены данные о фальсификации соковой продукции на основе фруктов, проведен анализ требований нормативных документов, в том числе региональных и международных. Авторами показано, что определение антоцианового состава для подтверждения аутентичности ягодного сырья и продуктов из него является актуальным для выявления фальсификаций соковой продукции. Представлены результаты изучения количественного состава антоцианов ягод черники, клубники, малины, крыжовника, голубики, черной и красной смородины, вишни, выращенных в 2024 г. в ягодах Минской области.

The article presents data on the falsification of fruit-based juice products, analyzes the requirements of regulatory documents, including regional and international ones. The authors have shown that the determination of anthocyanin composition to confirm the authenticity of berry raw materials and products from it is relevant to identify falsifications of juice products. The results of studying the quantitative composition of anthocyanins of blueberries, strawberries, raspberries, gooseberries, black and red currants, cherries grown in 2024 in the berry fields of the Minsk region are presented.

Ключевые слова: соковая продукция; фальсификация; идентификация; ягоды; антоцианы.

Key words: juice products; adulteration; identification; berries; anthocyanins.

Рынок соковой продукции Республики Беларусь является развивающимся, а производство соков растет с каждым годом. Рост рынка фруктовых соков обусловлен растущим спросом на полезные для здоровья напитки со стороны потребителей, которые все больше заботятся о своем здоровье. Несмотря на то, что потребление соков растет с каждым годом, оно все равно остается на невысоком уровне, особенно по сравнению со странами Европейского союза.

Производство плодоовощных консервов осуществляется 35 организациями различных форм собственности и подчиненности, в том числе в Брестской области – 6 организациями, Витебской – 4, Гомельской – 6, Гродненской – 3, Минской – 10, Могилевской – 4 организациями. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в стране в структуре производства плодоовощных консервов первое место занимает соковая продукция (65% в общем объеме). В структуре производимых соков на долю фруктовых соков и нектаров приходится 74%, соков на основе березового – 13, яблочных соков – 7, овощных соков и нектаров – 5, фруктовых напитков и морсов – 1%. В общем объеме соковой продукции 65–70% приходится на нектарную группу, а остальные 30–35% – на соки. Основными производителями соков и нектаров являются компании «Оазис групп» (29% общереспубликанского объема выпуска соковой продукции), «Вланпак» (17%), «Фирма АВС» (13%), открытое акционерное общество (ОАО) «Гамма вкуса» (8%).

Необходимо отметить, что соки и нектары – это достаточно дорогие продукты, доступные не всем слоям населения. В связи с высокой популярностью соковой продукции существует риск реализации фальсифицированной продукции. Бизнес по фальсификации фруктовых соков является прибыльным, поскольку позволяет заработать деньги, продавая дешевый, некачественный сок под видом настоящего фруктового сока. Это можно сделать, например, разбавляя сок водой, заменяя его другими соками или добавляя наполнители и подсластители. Фальсификацию фруктовых соков трудно обнаружить, поэтому она часто остается невыявленной.

Нормативные требования к подлинности соков и нектаров установлены в международном стандарте Комиссии Кодекс Алиментариус ФАО/ВОЗ CODEX STAN 247-2005 «Единый стандарт на фруктовые соки и нектары» (разделы 3.2, 3.3 и 3.4). В соответствии с разделом 3.3 стандарта: «Подлинность – сохранение в продукте необходимых физико-химических, органолептических и питательных свойств фруктов, из которых он получен». Контроль подлинности соков с целью установления соответствия заявленному наименованию проводится путем идентификации.

Принципы контроля и обеспечения добросовестной практики и конкуренции в производстве и торговле пищевыми продуктами установлены также в таких международных нормативных документах Комиссии Кодекс Алиментариус ФАО/ВОЗ, как «Свод правил о соблюдении принципов этики в международной торговле пищевыми продуктами» (CAC/RCP 20-1979 с изменениями от 1985 г.) и «Руководство об основных принципах прослеживаемости как средстве инспекции и сертификации пищевых продуктов» (CAC/GL 60-2006).

В настоящее время на территории Республики Беларусь действует Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей». Этот нормативный документ учитывает специфику производства современных соков и соответствует требованиям Ассоциации производителей соков и нектаров Европейского союза. Также с 1 июля 2014 г. действует государственный стандарт на соковую продукцию для питания детей дошкольного и школьного возраста СТБ 2346-2013 «Консервы. Соковая продукция для детского питания для детей дошкольного и школьного возраста. Общие технические условия». Данный стандарт учитывает требования технических регламентов Таможенного союза, а также международные требования [1].

Технический регламент Таможенного союза устанавливает обязательные требования к соковой продукции из фруктов и (или) овощей, находящейся в обращении на единой таможенной территории Таможенного союза, а также обязательные требования к процессам производства, хранения, перевозки и реализации соковой продукции. В этом документе даны четкие определения соков, нектаров и сокосодержащих напитков.

Требования к органолептическим и физико-химическим показателям соков установлены в национальных стандартах (СТБ), согласно которым, нормируемыми органолептическими показателями являются внешний вид и консистенция, вкус и запах, цвет. Из физико-химических показателей нормируются массовая доля растворимых сухих веществ (не менее, %), массовая доля титруемых кислот (не менее, %), рН, объемная доля мякоти для соков с мякотью (не менее, %), массовая доля этилового спирта (не более, %), массовая доля осадка в осветленных соках (не более, %), массовая доля диоксида серы в виноградном соке (не более, мг/кг), массовая доля минеральных примесей (не более, %), примеси растительного происхождения, посторонние примеси (кроме примесей растительного происхождения и минеральных) [2].

К показателям безопасности соковой продукции относятся содержание токсичных элементов (мышьяк, свинец, ртуть, кадмий, хром и олово), пестицидов, нитратов, микотоксина патулина, предельные концентрации которых установлены в Гигиеническом нормативе «Требования к продовольственному сырью и пищевым продуктам», утвержденным постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 21 июня 2013 г. № 52.

Содержание радионуклидов в соках не должно превышать допустимые уровни, установленные в Техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», ГН 10-117-99 «Республиканские допустимые уровни содержания радионуклидов цезия-137 и стронция-90 в пищевых продуктах и питьевой воде» (РДУ-99), утвержденном постановлением главного государственного санитарного врача Республики Беларусь от 26 апреля 1999 г. № 16.

В соках не допускается использование консервантов, красителей, натуральных, идентичных натуральным или искусственных ароматизаторов.

Изготовление фальсифицированных пищевых продуктов является способом ведения недобросовестной конкуренции, однако в системе нормативно-правовых актов, включая Техни-

ческий регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей», отсутствуют нормы прямой ответственности за производство и выпуск в оборот фальсифицированной соковой продукции.

Технический регламент на соковую продукцию не определяет место идентификации соковой оценке соответствия, участников идентификации и риски процессов производства, оказывающие влияние на результат идентификации продукции.

Для установления подлинности соковой продукции национальные и международные стандарты предлагают проведение идентификации соковой продукции заявленному наименованию.

В целях установления соответствия соковой продукции из фруктов своему наименованию идентификация соковой продукции из фруктов осуществляется путем совокупной оценки физико-химических, органолептических и других показателей такой продукции, к которым относятся признаки видов соковой продукции из фруктов; наименования фруктов, применяемых для производства соответствующей соковой продукции; содержание растворимых сухих веществ в соках; минимальная объемная доля сока и (или) фруктового пюре во фруктовых нектарах, в морсах и сокосодержащих напитках, а также при подозрении на введение потребителя (приобретателя) в заблуждение сведения о возможных природных особенностях химического состава соков с учетом характерных для них сортовых, географических, климатических, сельскохозяйственных и технологических факторов. Однако конкретных значений для фруктовых соков стандарт не устанавливает.

Проанализировав действующую международную и нормативную документацию (СТБ 1824-2008 «Консервы. Соки фруктовые восстановленные. Общие технические условия», CODEX STAN 247-2005 «Общий стандарт для фруктовых соков и нектаров», Свод правил для оценки качества фруктовых и овощных соков Ассоциации соковой промышленности Европейского союза (AIJN.), Council Directive 2001/112/EC “Relating to fruit juices and certain similar products intended for human consumption”, Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей») на соки, было установлено, что не существует единого показателя качества продукции, который бы позволял установить ее подлинность, поэтому их следует рассматривать в совокупности [3; 4].

Среди наиболее частых фальсификаций соковой продукции – разбавление водой, добавление искусственных подсластителей или менее дорогих фруктовых соков. Последние очень популярны из-за того, что их труднее обнаружить. Важно осознавать, что добавление других фруктовых соков без информирования потребителя влечет за собой дополнительный риск аллергических реакций. Таким образом, это мошенничество с пищевыми продуктами в целях получения экономической выгоды, которое также может повлиять на здоровье потребителя.

В настоящее время методы аналитического разделения, включая жидкостную и газовую хроматографию, являются наиболее широко используемыми методами обнаружения примесей в соках. Однако рекомендуется использовать методы, основанные на изотопах и элементах, физико-химический анализ, методы, основанные на ДНК, спектроскопические методы. Среди них спектроскопические методы приобретают все большее значение благодаря своим многочисленным преимуществам, таким как сокращение времени и затрат на анализ, простота использования, высокая воспроизводимость и большая мобильность, что позволяет проводить анализ на месте. В этом контексте спектрофотометрия является одним из методов успешного обнаружения фальсификатов в соках.

Определение антоцианового состава для подтверждения аутентичности ягодного сырья и продуктов из него является актуальным при выявлении фальсификаций соковой продукции. С помощью этого показателя можно подтверждать наличие в продукте компонентов, задекларированных в составе, а также выявлять содержащиеся вещества и компоненты, нехарактерные для ягодного сырья, – синтетические красители и натуральные красящие пигменты другого ботанического вида.

На кафедре товароведения и экспертизы товаров Белорусского государственного экономического университета проводятся работы по изучению антоцианового состава ягодного сырья для соковой продукции с учетом региональной идентичности.

Целью исследований являлось изучение количественного состава антоцианов ягод черники, клубники, малины, крыжовника, голубики, черной и красной смородины, вишни, позволяющих идентифицировать соковую продукцию на их основе. Ягоды выращены в 2024 г. в ягодах ОАО «Гамма вкуса» на территории Клецкого района Минской области.

Для определения антоцианов в свежих ягодах, используемых для производства соковой продукции, в том числе для детского питания, использовали методики по ГОСТу 32709-2014 «Продукция соковая. Методы определения антоцианов». Количественный состав антоцианов определяли методом рН-дифференциальной спектрофотометрии. Результаты измерений представлены в нижеприведенной таблице.

Содержание антоцианов в ягодах

Ягоды	Массовая концентрация антоцианов, мг/100 г
Черника	121,5 ± 10,4
Клубника	66,2 ± 5,4
Малина	105,4 ± 8,5
Крыжовник	61,6 ± 2,3
Голубика	132,1 ± 8,0
Черная смородина	156,62 ± 18,4
Красная смородина	85,45 ± 12,5
Вишня	110,3 ± 8,8

Анализируя полученные данные, можно сделать вывод, что количество антоцианов во всех ягодах находилось в пределах 61,6–156,6 мг/100 г. По содержанию антоцианов лидером оказались ягоды черной смородины, их содержание составляет 156,62 ± 18,4 мг/100 г, немного уступают голубика (132,1 ± 8,0 мг/100 г) и черника (121,5 ± 10,4 мг/100 г), в красном крыжовнике, клубнике, вишне, малине содержание антоцианов значительно меньше.

Качественный состав антоцианов, как правило, специфичен для каждого окрашенного пигментами растения и довольно стабилен, что позволило считать его визитной карточкой или «отпечатками пальцев» конкретного вида растений. Данный факт обусловлен тем, что уровни концентрации отдельных антоцианов могут изменяться, но общая картина антоцианового состава для определенного вида очень характерна и практически не зависит от сорта, условий произрастания.

Большое влияние на превращение антоцианов наряду с температурой в процессе получения соков оказывает температурный режим и продолжительность хранения сырья. Данный факт обусловлен тем, что антоцианы нестойки к процессам окисления, действию ферментов, чувствительны к кислотности среды, температуре, при длительном хранении достаточно быстро происходит их деструкция.

На кафедре продолжают работы по изучению качественного и количественного состава антоцианов ягод черники, клубники, малины, крыжовника, голубики, черной и красной смородины, вишни, а также соковой продукции на их основе, что позволит получить новые данные по антоциановому профилю ягодного сырья для соковой продукции и установить трудно фальсифицируемые критерии подлинности соковой продукции.

В представленной статье обобщены результаты исследования химического состава ягодных культур, произрастающих на территории Республики Беларусь и используемых в производстве соковой продукции. Определение антоцианового состава для подтверждения аутентичности ягодного сырья и продуктов из него является актуальным для выявления фальсификаций соковой продукции. С помощью этого показателя можно подтверждать наличие в продукте компонентов, задекларированных в составе, а также выявлять содержащиеся вещества и компоненты, нехарактерные для ягодного сырья, – синтетические красители и натуральные красящие пигменты другого ботанического вида. Полученные данные позволят создать современную нормативную базу для проведения идентификации соковой продукции и выявления фальсификации.

Список использованной литературы

1. **Технический** регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/db/techreglam/Documents/TR%20TS%20SokovayaProd.pdf>. – Дата доступа: 07.09.2024.
2. **Консервы.** Соки фруктовые восстановленные. Общие технические условия : СТБ 1824-2008. – Введ. 21.01.2008. – Минск : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2008. – 22 с.

3. **Лилишенцева, А. Н.** Современные подходы к идентификации соковой продукции / А. Н. Лилишенцева // Науч. тр. Бел. гос. экон. ун-та / под ред. В. Н. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2017. – С. 266–271.

4. **Петухов, М. М.** Качество фруктовых соков для детского питания, реализуемых в Республике Беларусь / М. М. Петухов, А. В. Буткевич // Потребит. кооп. – 2022. – № 4 (79). – С. 43–46.

УДК 664.859:634.11:634.739.2

Н. А. Попова (hiora75@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

И. И. Медведкова (hiora75@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

А. А. Перец (hiora75@mail.ru),
студент

Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ ЯБЛОЧНОГО ПОРЕ С КЛЮКВЕННЫМ КОМПОНЕНТОМ

В статье акцентируется внимание на росте числа аутоиммунных и аллергических заболеваний в последние десятилетия, установлении причинной связи с несбалансированным питанием. Предложено создание плодово-ягодного пюре на основе яблочного пюре, обогащенного комплексом биологически активных веществ, за счет добавления пюре из клюквы.

The article focuses on the growth of autoimmune and allergic diseases in recent decades and the establishment of a causal relationship with unbalanced nutrition. It is proposed to create a fruit and berry puree based on apple puree, enriched with a complex of biologically active substances, by adding cranberry puree.

Ключевые слова: инновационный продукт; функциональное питание; пюре из плодов и ягод; обмен веществ; витамины; минералы; сенсорный анализ.

Key words: innovative product; functional food; fruit and berry puree; metabolism; vitamins; minerals; sensory analysis.

На протяжении большей части истории человечества пища в основном использовалась для утоления голода, удовлетворения аппетита и наслаждения вкусом. В последние десятилетия из-за роста числа хронических заболеваний и установления причинной связи с несбалансированным питанием к пищевым продуктам стали относиться как к эффективному средству поддержания физического и психического здоровья и снижения риска возникновения многих заболеваний. Эпидемиологические наблюдения показали, что у жителей стран, принявших западноевропейский образ жизни, частота возникновения сердечно-сосудистых заболеваний возросла в 8–12 раз, эндокринных нарушений – в 5 раз по сравнению с теми, кто сохранил старый уклад жизни. Среди этнического населения, которое продолжает сохранять традиционный для них образ жизни, практически отсутствуют аутоиммунные и аллергические заболевания, значительно реже есть сахарный диабет, мочекаменная и желчнокаменная болезнь, ожирение, артериальная гипертония и другие «болезни цивилизации» [1].

Трудно переоценить важность витаминов и минералов, ведь их дефицит неизбежно приводит к серьезным проблемам со здоровьем, негативно сказывается на внешности и эмоционально-психологическом состоянии, а также ощутимо снижает качество жизни. На первый взгляд это парадоксально, так как сами по себе они не участвуют в жизненно важных процессах и не имеют пищевой или энергетической ценности. Однако в биохимических реакциях и всех обменных процессах, протекающих в организме, витамины и минералы выступают в роли катализаторов и органических посредников. Недостаток витаминов или отсутствие их в организме вызывает нарушение обмена веществ и приводит к развитию различных заболеваний.

Из-за особых экологических условий проблема потребления витаминов особенно актуальна в нашем регионе.

Исследования показывают, что рацион россиян дефицитный по содержанию большинства витаминов. Поэтому чтобы улучшить обеспеченность населения витаминами, нужно чтобы питание было разнообразным, содержало все основные группы продуктов: овощи, фрукты и соки, зерновые продукты, молоко и молочные продукты, мясо, птицу, рыбу, продукты, содержащие жир. При этом в каждой группе предпочтение следует отдавать продуктам, наименее калорийным и наиболее богатым витаминами [2].

Помочь решить проблему нехватки витаминов могут пюре. Фруктово-овощные пюре полезны растущему организму, так как имеют богатый витаминно-минеральный состав. Чаще всего в фруктово-овощных пюре сочетают яблоки, груши с морковью, тыквой. Необычными вкусовыми качествами отличается фруктово-ягодное пюре из яблока и клюквы. Употребление фруктово-ягодных пюре в пищу насыщает организм человека необходимыми витаминами и минералами, укрепляет его, способствует улучшению работы желудочно-кишечного тракта, кровеносной и иммунной системы [3].

Известны яблочно-вишневые, грушевые, малиновые и другие пюре с добавлением и без добавления сахара. Пюре производят из фруктов и ягод с различным содержанием составных частей, с добавлением или без добавления сахара.

И. Ж. Жумашова и Ж. Н. Сманалиева разработали и запатентовали фруктово-ягодное пюре с добавлением риса и меда при следующем соотношении компонентов: фруктовое пюре – 61,8–66,8%; ягодное пюре – 33,0–38,0; рисовая мука – 0,10–0,15; мед – 0,02–0,03%.

Указанное пюре содержит сравнительно небольшое содержание витаминов. Это не дает возможности достаточного расширения адаптационных возможностей организма и влияния на регуляцию психонейроиммуноэндокринной системы.

Основной целью приведенных в данной статье исследований является создание плодово-ягодного пюре на основе яблочного пюре, обогащенного комплексом биологически активных веществ, за счет добавления пюре из клюквы [4].

О важности проблемы нехватки витаминов и микроэлементов свидетельствуют многочисленные научные разработки по созданию изделий с предоставленными свойствами и специального назначения. Поиски решения осуществляются по нескольким направлениям.

Витаминация – обогащение продуктов дополнительно витаминными комплексами, что позволяет ликвидировать их дефицит в пищевых рационах и повысить сопротивление организма к воздействию неблагоприятных факторов окружающей среды.

Сбалансированность минерального состава. В соответствии с изменением структуры питания населения и дефицита минеральных веществ, разрабатываются продукты, обогащенные йодом и железом.

Использование премиксов – обогащение продукта витаминами и минералами одновременно. Смеси витаминов и минеральных веществ в разных соотношениях называют «премиксами». В зависимости от доли веществ в общем количестве премиксы бывают витаминно-минеральными и минерально-витаминными.

Использование нетрадиционного сырья, в том числе дикорастущих растений. Это направление приобрело уже достаточную широту, но продолжает развиваться до сих пор [5–6].

Большой интерес имеет создание фруктово-ягодного пюре функционального назначения, которое содержит в своем составе пюре из клюквы.

Использование клюквенного пюре для создания нового фруктово-ягодного пюре обосновано тем, что клюквенное пюре содержит витамины А, С и группы В, калий, кальций и фосфор. Благодаря бактерицидным свойствам продукт помогает поддерживать иммунитет и бороться с простудой. Пюре будет полезно для укрепления сердечно-сосудистой системы, выведения холестерина или лишней жидкости из организма.

За основу для изготовления фруктово-ягодного пюре было взято яблочное пюре, выбранное из-за того, что оно содержит минимальное количество калорий, легкодоступно и имеет высокие биологические качества, помогает выводить камни из почек, содержит много железа. Пектиновые вещества, содержащиеся в яблочном соке, способны действовать как адсорбенты и очищают организм от шлаков. Яблочное пюре полезно употреблять людям с частыми бронхитами, проблемами с легкими, а также заядлым курильщикам.

Для получения оптимальных органолептических свойств была изготовлена серия экспериментальных композиций на основе яблочного и клюквенного пюре. Начинали с композиции, в которую было введено 60% яблочного пюре и 40% клюквенного пюре. Введение такого количества клюквенного пюре нецелесообразно, поскольку полученная смесь имела очень выра-

женный кислый вкус клюквы и сильное несвойственное послевкусие. Вкус яблок был неотчетливый.

Из-за этого нами была изготовлена экспериментальная серия композиций на основе яблочного пюре, в котором содержание клюквенного пюре уменьшалось от максимального на каждые 4% (36%, 32%, 28% и т. д.) до минимального.

Результаты балльной оценки исследуемых композиций представлены на рисунке 1.

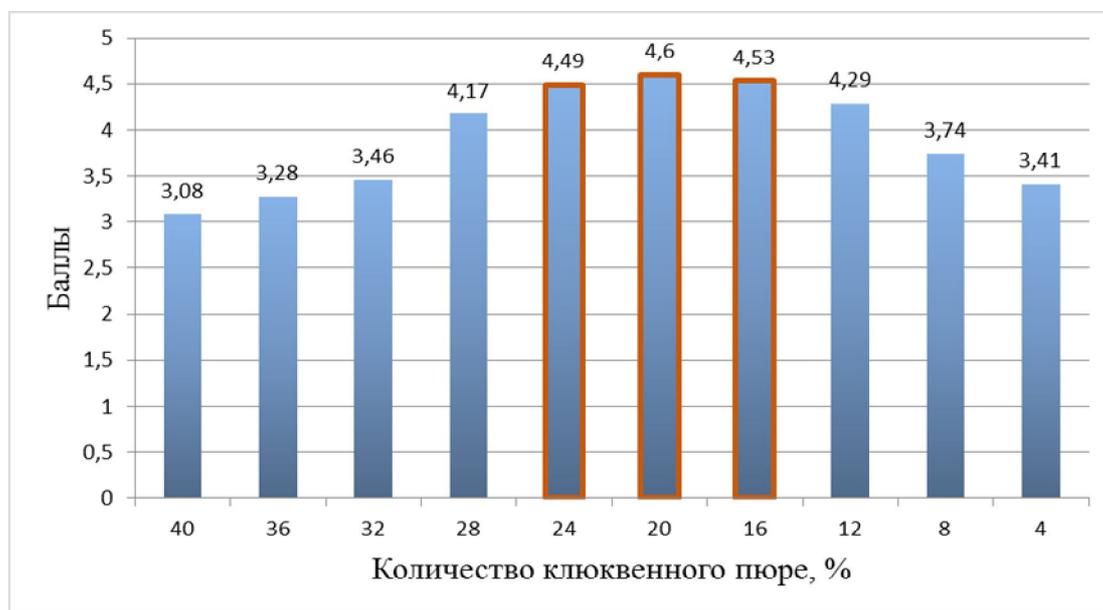


Рисунок 1 – Балльная оценка исследуемых композиций фруктово-ягодного пюре

В результате проведенной работы мы получили три рекомендуемые рецептуры нового продукта (таблица).

Рекомендуемые рецептуры фруктово-ягодных пюре, г/100 г продукта

Сырьевые компоненты	Рецептуры		
	Первая	Вторая	Третья
Яблочное пюре	76	80	84
Клюквенное пюре	24	20	16

Фруктово-ягодные пюре, изготовленные по указанным рецептурам, характеризовались определенными различиями в отношении органолептических показателей.

С целью выявления отличительных особенностей сенсорных свойств был осуществлен профильный анализ изготовленных образцов. Из органолептических показателей выбраны лишь те, на которые существенно влияет количество рецептурных ингредиентов, в первую очередь, клюквенного пюре. По результатам групповой экспертной оценки построен сенсорный профиль опытных образцов фруктово-ягодных пюре (рисунок 2).

Анализ профилей опытных образцов фруктово-ягодного пюре показал, что образец, изготовленный по рецептуре № 2, характеризуется гармоничным вкусом, несколько кисловатый, умеренно сладкий, имеет приятный вкус яблок и клюквы, несколько терпкий, без посторонних привкусов. У образцов, изготовленных по рецептурам № 1 и № 3, желаемые характеристики были выражены в меньшей степени. Цвет всех образцов был равномерным, нежно-фиолетовым, который усиливался с увеличением содержания пюре клюквы.

Таким образом, профильный анализ позволил осуществить сравнительную оценку сенсорных свойств фруктово-ягодного пюре и выделить наилучшую рецептуру (№ 2).

Образец фруктово-ягодного пюре (яблочно-клюквенное пюре), который содержит 80% яблочного пюре и 20% клюквенного пюре, проанализирован на содержание микроэлементов по сравнению с содержанием микроэлементов в яблочном пюре (100%) (рисунок 3).

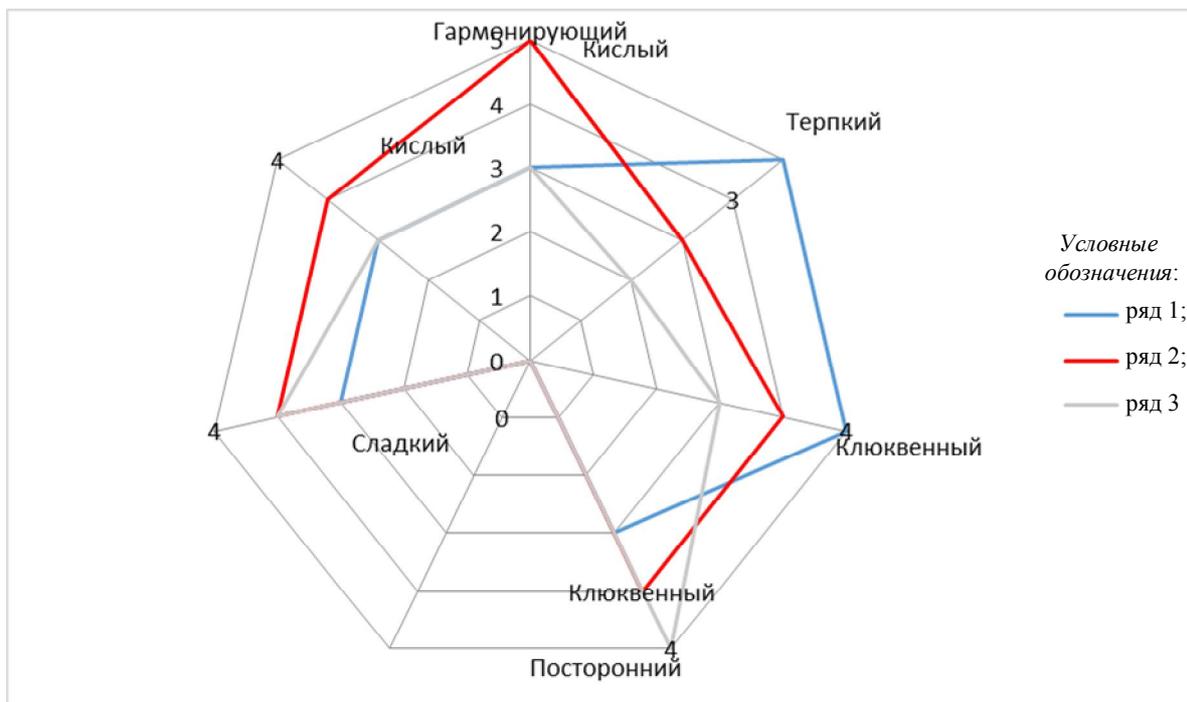


Рисунок 2 – Сенсорный профиль вкуса опытных образцов фруктово-ягодных пюре

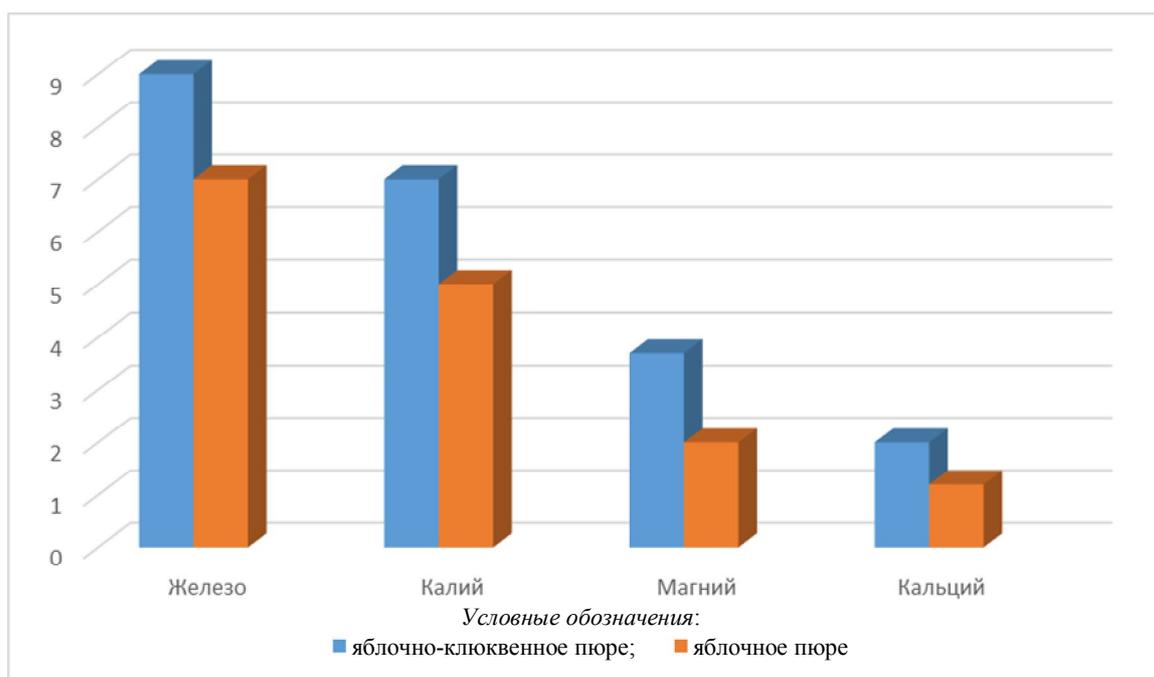


Рисунок 3 – Сравнительный анализ содержания макроэлементов и микроэлементов в исследуемых образцах, %

Лабораторные исследования показали, что яблочно-клюквенное пюре, которое содержит 20% клюквенного пюре, по содержанию макроэлементов и микроэлементов значительно превышает яблочное пюре.

Результаты проведенных исследований позволяют сделать вывод о возможности и целесообразности использования пюре из клюквы для создания новых продуктов с его использованием, которым будет присущ гармоничный вкус и аромат, будет присутствовать повышенное содержание микроэлементов.

Данное пюре может быть использовано для повышения общего тонуса организма у человека, усиления умственной и физической работоспособности учащихся и студентов.

Список использованной литературы

1. **Изменение** физико-химических и органолептических характеристик яблочного пюре при повышенных температурах хранения / А. И. Сергеев [и др.] // Техника и технология пищевых пр-в. – 2023. – № 2. – С. 21.
2. **Технология** переработки яблок на сок прямого отжима и пюре / О. В. Перфилова [и др.] // ТППП АПК. – 2016. – № 3. – С. 15.
3. **Комплексная** переработка ягод брусники и клюквы / А. Ю. Четкина [и др.] // Ползунов. вестн. – 2021. – № 2. – С. 61.
4. **Светличная, О. В.** Сравнительная характеристика показателей качества плодоовощных консервов для детского питания / О. В. Светличная // Междунар. журн. гуманитар. и естеств. наук. – 2023. – № 4. – С. 39.
5. **Васильева, Е. Е.** Технология производства плодово-фруктового пюре / Е. Е. Васильева, Н. Л. Лопаева // Урал. гос. аграр. ун-т. – 2021. – № 12. – С. 29.
6. **Полуфабрикаты.** Пюре фруктовые и овощные, консервированные асептическим способом. Технические условия : ГОСТ 32742-2014. – Введ. 01.01.2016. – М. : Стандартинформ, 2019.

УДК 664.664.33:006

Е. В. Рощина (oomoni2020@gmail.com),
канд. техн. наук, доцент

Д. В. Жакун (duana2003d@gmail.com),
студент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПОНИЖЕННОЙ ВЛАЖНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье показана роль производственного контроля в обеспечении качества вырабатываемой продукции, представлены результаты контроля качества хлебобулочных изделий пониженной влажности по органолептическим и физико-химическим показателям.

The article shows the role of production control in ensuring the quality of manufactured products, presents the results of quality control of low-humidity bakery products according to organoleptic and physico-chemical indicators.

Ключевые слова: качество; контроль; безопасность; показатели; хлебобулочные изделия пониженной влажности.

Key words: quality; control; safety; indicators; low-humidity bakery products.

Качество товаров напрямую оказывает влияние на многие составляющие качества жизни, поскольку призвано удовлетворять потребности населения. Основной задачей пищевых производственных предприятий является выпуск продукции высокого качества, расширение ассортимента изделий, минимальный процент потерь сырья и вспомогательных материалов, сведение к минимуму отходов и брака.

Разработка нового продукта всегда требует оценки качества с целью выбора лучшего образца [1]. Каждое предприятие в условиях рынка стремится производить те товары и услуги, которые дают наибольшую прибыль. При этом в условиях рынка нет гарантии, что предприятие ее получит. Все это зависит от многих обстоятельств: правильного определения неудовлетворенных желаний покупателей и ориентации предприятия на их производство, уровня издержек производства, которые должны быть меньше, чем доходы, полученные от продажи своей продукции. Последнее зависит от производительности системы, уровня организации производства и труда, степени конкуренции и т. п.

Производственный контроль – основное средство наблюдения за соблюдением условий ведения технологического процесса. При этом данные производственного контроля играют роль основания для принятия оперативных мер борьбы с потерями.

Своевременный и правильно организованный контроль на производстве позволяет отслеживать качество готовой продукции, не допускать отклонений от физико-химических показателей, а также обеспечить выпуск продукции, отвечающей требованиям технических нормативных правовых актов (ТНПА).

Производственно-технологическая лаборатория открытого акционерного общества (ОАО) «Гроднохлебпром» является структурным подразделением предприятия, предназначенным для контроля качества готовой продукции, основного и дополнительного сырья. Работа лаборатории направлена на улучшение качества продукции, внедрение рациональной технологии, соблюдение рецептур, стандартов, организацию контроля производства, снижение технологических затрат и т. д.

Также в данной лаборатории проводится целый комплекс исследований, направленных на совершенствование технологических процессов и изучение материалов. Здесь же осуществляются работы по освоению и внедрению новых технологий, изыскиваются более экономичные и эффективные материалы, создаются инновационные продукты, проводится их анализ и испытание. Это дает возможность улучшать качество выпускаемой продукции, расширять ассортимент, снижать расход сырья и материалов.

Выделяют следующие основные задачи производственно-технологической лаборатории:

- укрепление технологической дисциплины и повышение ответственности всех звеньев производства за качество продукции;
- предотвращение выпуска предприятием продукции, не соответствующей требованиям стандартов технических условий, технологической документации, условиям поставки и договоров;
- обеспечение проведения совершенствования теххимического микробиологического контроля и внутрипроизводственной стандартизации.

В деятельности производственно-технологической лаборатории ОАО «Гроднохлебпром» внедрена система менеджмента качества (СМК) и система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points).

Благодаря СМК лаборатория может выполнять следующее:

- контролировать риски, уменьшать или избегать их последствий;
- находить новые возможности;
- получать точные результаты работы, повышать результативность лаборатории;
- гармонично выстраивать сотрудничество с заказчиками, регулирующими органами и сторонними организациями.

Система НАССР на производстве способствует проведению планово-предупредительных мероприятий; выявлению перечня опасных производственных факторов; составлению программы производственного контроля; анализу возможных рисков во время изготовления продукции и проведения планово-предупредительных мероприятий; определению критических контрольных точек; разработке корректирующих мероприятий и процедуры устранения несоответствий.

Деятельность лаборатории направлена на совершенствование производственных процессов и разработку продуктов, соответствующих установленным стандартам. В связи с этим определенные требования предъявляются к персоналу лаборатории. Сотрудники имеют соответствующую квалификацию, досконально владеют техникой эксперимента, в совершенстве знают методы контроля качества, действующие нормативные документы.

Чтобы на должном уровне осуществлять контроль сырья и продукции, важно организовать проведение качественных исследований и гарантировать достоверность результатов. Особенно это важно, когда приходится работать с новыми материалами и технологиями. Учитывая многофункциональность производственно-технологической лаборатории, сделать это довольно сложно.

Немаловажное значение имеет оснащение. Производственно-технологическая лаборатория ОАО «Гроднохлебпром» имеет специализированные устройства для испытания материалов, различные контрольно-измерительные приборы, комплекс аналитического оборудования, включая современные приборы для проведения физических и химических исследований, информационные системы. Использование последних позволяет автоматизировать многие рутинные процессы, производить статистическую обработку результатов, принимать решения по утверждению или отклонению новых продуктов, формировать отчетные документы и организовывать их хранение, интегрировать полученные данные в информационное пространство предприятия.

Для оценки качества готовых изделий и своевременного обеспечения регулирования технологического процесса производится выборочный контроль готовых хлебобулочных изделий на соответствие их требованиям действующей нормативной документации в соответствии со схемой лабораторного контроля сырья, полуфабрикатов и готовой продукции. Периодичность отбора проб (образцов) и проведение анализа устанавливается специальным графиком, разра-

ботанным лабораторией в соответствии с ведомственной схемой, утвержденным главным инженером предприятия.

Результаты контроля фиксируются в лабораторных журналах.

В лаборатории на данный момент используется только действующая нормативная документация, что гарантирует потребителю качество и безопасность вырабатываемой продукции (таблица 1).

Таблица 1 – Виды нормативной документации на хлебобулочные изделия пониженной влажности

Вид и номер нормативной документации	Дата введения, срок действия	Название
СТБ 912-98	1 июля 1999 г., действует на данный момент	«Изделия хлебобулочные бараночные. Общие технические условия»
ГОСТ 5670-96	1 августа 1997 г., действует на данный момент	«Хлебобулочные изделия. Методы определения кислотности»
ГОСТ 5668-68	1 июля 1969 г. – 1 июля 2023 г.	«Хлеб и хлебобулочные изделия, методы определения массовой доли жира»
ГОСТ 5668-2022	1 июля 2023 г., действует на данный момент	«Хлеб и хлебобулочные изделия, методы определения массовой доли жира»

С целью проверки качества на базе производственно-технологической лаборатории ОАО «Гроднохлебпром» нами были проведены испытания отдельных образцов хлебобулочных изделий пониженной влажности по органолептическим и физико-химическим показателям. Такими образцами явились образец № 1 (сушки «Гармония»); образец № 2 (сушки «Славянские»); образец № 3 (сушки «Белоснежка»); образец № 4 (сушки «Апрельские»); образец № 5 (сушки «Летние»).

Достоверность и точность полученных результатов при оценке физико-химических показателей определялись путем проведения испытаний в двух параллелях.

Результаты испытаний продукции по показателям качества представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты испытаний продукции по показателям качества

Наименование показателя	Значения показателей					
	По ТНПА (СТБ 912-98)	Сушки «Гармония»	Сушки «Славянские»	Сушки «Белоснежка»	Сушки «Апрельские»	Сушки «Летние»
<i>Органолептические показатели</i>						
Форма	В виде овального или округлого кольца	В виде овального кольца	В виде овального кольца	В виде овального кольца	В виде круглого кольца	В виде круглого кольца
Поверхность	Соответствующая виду изделия, глянцевиная, без загрязнений, вздутий и трещин	Глянцевая, гладкая, без вздутий и трещин	Глянцевая, гладкая, без вздутий и трещин	Глянцевая, гладкая, без вздутий и трещин	Глянцевая, гладкая, без вздутий и трещин	Глянцевая, гладкая, без вздутий и трещин
Хрупкость	Должны быть хрупкие	Хрупкие	Хрупкие	Хрупкие	Хрупкие	Хрупкие
Внутреннее состояние	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса	Разрыхленные, пропеченные, без признаков непромеса
Цвет	От светло-желтого до темно-коричневого, без подгорелости	Желтый, без подгорелостей				
Вкус и запах	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха	Свойственные данному виду изделий, без посторонних привкуса и запаха
Количество лома, %	Не более 6	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует

Окончание таблицы 2

Наименование показателя	Значения показателей					
	По ТНПА (СТБ 912-98)	Сушки «Гармония»	Сушки «Славянские»	Сушки «Белоснежка»	Сушки «Апрельские»	Сушки «Летние»
<i>Физико-химические показатели</i>						
Влажность, %	Не более 14,0	8,0	7,0	11,0	13,0	11,0
Кислотность, °	Не более 3,5	2,0	2,0	2,5	2,5	2,5
Коэффициент набухаемости	Не менее 2,0	2,6	2,5	4,7	4,1	4,0
Массовая доля сахара в пересчете на сухое вещество, %	В соответствии с рецептурой с учетом допустимого отклонения $\pm 1,0\%$	13,6	13,4	14,0	10,8	9,8
Массовая доля жира в пересчете на сухое вещество, %	В соответствии с рецептурой с учетом допустимого отклонения $\pm 0,5\%$	4,5	4,3	7,1	6,2	5,3

Анализируя результаты исследований, представленные в таблице 2, можно сделать вывод, о том, что все исследуемые образцы соответствуют требованиям, изложенным в СТБ 912-98 «Изделия хлебобулочные бараночные. Общие технические условия», что подтверждает высокое качество данной продукции [2].

Микробиологические показатели для данной группы изделий (содержание токсичных элементов (свинца, мышьяка, ртути и др.; микотоксинов и пестицидов) определяются только в аккредитованных лабораториях. Процедура состоит из подачи заявления на проведение испытания, отбора проб и их отправления в лабораторию.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что система правил, своевременный контроль и соблюдение условий хранения и использования средств измерений, реактивов и оборудования на предприятии для проведения анализа обеспечивает максимальную точность измерения, что позволяет дать более объективную оценку качества изготавливаемой продукции. Своевременный контроль качества сырья и готовой продукции на производственном предприятии позволяет обеспечить не только безопасность для потребителя, но и конкурентоспособность товара на рынке, что способствует увеличению финансовых показателей.

Список использованной литературы

1. **Рощина, Е. В.** Экспертная оценка уровня качества разработанных видов печенья улучшенной пищевой ценности / Е. В. Рощина, Е. А. Крашенинникова // Потребит. кооп. – 2023. – № 3 (82). – С. 9–13.
2. **Изделия** хлебобулочные бараночные. Общие технические условия : СТБ 912-98. – Введ. 01.01.1998. – Минск : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 1998. – 9 с.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШАМПУНЕЙ

В данной статье рассматриваются вопросы методики и оценки качества и конкурентоспособности шампуней отечественного и импортного производства.

This article examines the issues of methodology and assessment of the quality and competitiveness of domestic and imported shampoos.

Ключевые слова: качество; конкурентоспособность; шампунь; потребительские свойства.

Key words: quality; competitiveness; shampoo; consumer properties.

Нами разработана методика оценки потребительских свойств и конкурентоспособности шампуней [1–3].

Органолептический метод – метод определения показателей качества продукции на основе анализа восприятий органов чувств (зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса).

При оценке шампуней определяют сначала внешний вид, форму, цвет, блеск, прозрачность и другие свойства в соответствии с ГОСТом 29188.0-2014 «Продукция парфюмерно-косметическая. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний».

Измерительные методы – методы определения (измерения) действительных значений показателей качества с помощью технических устройств. Они широко применяются для установления химического состава, физико-химических показателей, доброкачественности, физических и других свойств товаров.

В отличие от органолептических показателей физико-химические показатели специфичны и характерны для товаров однородных групп.

Поэтому эти показатели более многочисленны, что требует применения разнообразных измерительных методов для их определения.

В зависимости от способов получения результатов эти методы подразделяют на физические, физико-химические и химические, биохимические, микробиологические, физиологические, товароведно-технические [1].

При исследовании качества товаров редко используют все методы анализа; чаще ограничиваются теми, которые соответствуют целям исследования.

На стадии разработки показателей качества шампуней проводят оценку органолептических показателей: внешнего вида; консистенции; цвета; запаха [1].

Эти показатели определяются путем сенсорной (органолептической) оценки.

Кроме того, исследуют физико-химические характеристики, в том числе показатели безопасности: значение показателя рН с помощью рН-метра; массовую долю сухого вещества – методом высушивания; пенообразующую способность, используя метод Росс – Майлса (оценивают высоту столба пены и его устойчивость); реологические характеристики (вязкость), которые определяют на вискозиметре ротационного типа; содержание тяжелых металлов – на фотоэлектроколориметре, полярографическом вольтамперметре или используют атомноадсорбционный метод; микробиологическую устойчивость.

Были использованы органолептический, социологический, экспертный, измерительный методы исследования.

Нами исследовались физико-химические методы определения показателей качества шампуней: водородный показатель рН (показатель активности водородных ионов), содержание поверхностно-активных веществ (ПАВ) (%) [1].

Блеск волос определяется по показателям преломления светового луча.

Косвенно о состоянии волос можно судить путем измерения показателей кожи головы, например, влажности (влагометрия), показателя рН, жирности (себуметрия).

Показатели безопасности определяются нормативными документами и подтверждаются результатами испытаний. Особое внимание уделяется изучению токсикологических свойств шампуней.

Конкурентоспособность товара – это его сравнительная характеристика, содержащая комплексную оценку всей совокупности показателей качества и экономических показателей (затрат) относительно выявленных свойств другого товара, взятого в качестве базового изделия, имеющегося в данный момент на рынке и принятого за эталон. При расчете экономических показателей конкурентоспособности сопоставляются цены потребления оцениваемого товара и базового образца. Один из методов комплексной оценки уровня конкурентоспособности основан на сопоставлении интегральных показателей качества оцениваемого товара и базового образца. В данном случае оценка уровня качества и конкурентоспособности проводилась в соответствии с методикой [2–3].

Оценка конкурентоспособности продукции необходима для обоснования принимаемых решений: при комплексном изучении рынка; оценки перспектив продаж конкретных видов товаров, вырабатываемыми отечественными предприятиями для внутреннего и внешнего рынков; оценки перспектив закупки отдельных импортных и отечественных образцов товаров; установлении и корректировке цен на закупаемые и экспортируемые товары, партии нового товара; подготовке информации для рекламы новых товаров отечественного производства, закупаемых импортных товаров, товаров для экспорта; оптимизации торгового ассортимента; позиционировании продукции.

В получении информации о результатах оценки конкурентоспособности заинтересованы не только товаропроизводители и торговые организации, она необходима потребителям. Во многих странах мира, в том числе и в Беларуси, в руки потребителя попадают периодические издания, в которых имеется информация о сравнительном качестве товаров-аналогов, поступающих на рынок страны. Публикации результатов сравнительного теста конкурирующих товаров облегчают потребителям выбор товаров, а производителей стимулируют к выпуску конкурентоспособной продукции.

Нами разработана шкала оценки качества и конкурентоспособности, представленная в таблице 1.

Таблица 1 – Шкала оценки качества и конкурентоспособности

Показатели	Уровень качества (конкурентоспособности)
0,0–0,50	Неудовлетворительный
0,51–0,70	Удовлетворительный
0,71–0,95	Хороший
0,96–1,00	Отличный

Экспертная оценка уровня качества и конкурентоспособности шампуней проводилась на пяти экспериментальных образцах шампуней.

Товароведная характеристика оцениваемых образцов шампуней представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Товароведная характеристика экспериментальных образцов шампуней

Наименование показателей	Характеристика показателей				
	«Белита. Крапива. Аргинин» (базовый, № 1)	«Pantene Pro-V» (№ 2)	«Head&Shoulders» (№ 3)	«ELSEVE Loreal Paris. Роскошь 6 масел» (№ 4)	«Чистая линия» (№ 5)
Внешний вид	Прозрачная жидкость, без осадка и мути, посторонних включений	Прозрачная жидкость, без осадка и мути, посторонних включений	Прозрачная жидкость, без осадка и мути, посторонних включений	Прозрачная жидкость, без осадка и мути, посторонних включений	Прозрачная жидкость, без осадка и мути, посторонних включений
Цвет	Белого цвета с перламутровым отливом	Белого цвета с перламутровым отливом	Бирюзового цвета	Белого цвета с перламутровым отливом	Зеленого цвета
Запах	С ароматом трав	С приятным цветочным ароматом	С приятным, свежим ароматом	С приятным фруктовым ароматом	С ароматом трав
Консистенция	Кремообразная	Кремообразная	Кремообразная	Кремообразная	Кремообразная

Окончание таблицы 2

Наименование показателя	Характеристика показателей				
	«Белита. Крапива. Аргинин» (базовый, № 1)	«Pantene Pro-V» (№ 2)	«Head&Shoulders» (№ 3)	«ELSEVE Loreal Paris. Роскошь 6 масел» (№ 4)	«Чистая линия» (№ 5)
Срок годности	24 мес.	36 мес.	36 мес.	36 мес.	36 мес.
Безопасность	Подходит для мытья истонченных волос с секущимися кончиками. Шампунь бережно и деликатно очищает волосы, которые требуют особой осторожности в обращении	Формула с технологией Pro-V бережно очищает и одновременно лечит структуру волоса, восстанавливает объем. После применения шампунь подарит волосам природный блеск и здоровый внешний вид	Очищает, защищает и увлажняет волосы и кожу головы, обеспечивая до 100%-ной свободы от перхоти. Перхоть исчезнет уже при первом использовании. Подходит для жирных волос и ежедневного использования	Деликатный уход за волосами, увлажнит и восстанавливает здоровую структуру по всей длине. Подходит для всех типов волос и ежедневного использования	Не раздражает чувствительную кожу головы, сохраняет ее гидролипидный баланс и не пересушивает волосы, даже при ежедневном мытье. Подходит для волос, требующих особого ухода
Популярность	Очень популярен	Очень популярен	Очень популярен	Очень популярен	Известен
Товарный вид упаковки	Полимерный флакон черного цвета, непрозрачный, с плотно посаженной крышкой, с откидывающейся частью для использования товара. Флакон без наружных повреждений, с наклеивающимися ярлыками с двух сторон	Полимерный флакон белого цвета, непрозрачный, с плотно посаженной крышкой, с откидывающейся частью для использования товара. Флакон без наружных повреждений, с наклеивающимися ярлыками с двух сторон	Полимерный флакон с краями овальной формы. Непрозрачный, с синей непрозрачной крышкой, плотно посаженной, с откидывающейся центральной частью. Флакон без повреждений, потёков, с двумя ярлыками на клеящей основе с двух сторон	Полимерный флакон с краями овальной формы, с более широким верхом. Прозрачный, с коричневой непрозрачной крышкой, плотно посаженной, с откидывающейся центральной частью. Флакон без повреждений, с двумя ярлыками на клеящей основе с двух сторон	Полимерный флакон с краями овальной формы, с более узким верхом. Прозрачный, с зеленой непрозрачной крышкой, плотно посаженной, с откидывающейся центральной частью. Флакон без повреждений, потёков, с двумя ярлыками на клеящей основе с двух сторон

Нами разработана оценочная шкала показателей качества шампуней. Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Оценочная шкала показателей качества шампуней

Наименование показателя	Градации оценки			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Моющая способность	Оптимальное содержание ПАВ (5–10%), оптимальный водородный показатель – от 5,2 до 7,2 ед., наличие ланолина, силиконовых масел	Содержание ПАВ (10–12%), водородный показатель – 7,5 ед., наличие ланолина, силиконовых масел	Содержание ПАВ (17–18%), водородный показатель – 8 ед., наличие силиконовых масел	Содержание ПАВ (2–3%), водородный показатель – 8 ед. и больше, смазывающих веществ нет
Запах	Приятный аромат, свойственный входящему в состав сырью (натуральный, травяной, фруктовый, цветочный)	Не слишком выраженный аромат, свойственный входящему в состав сырью	Резкий или слабый запах, но ощутимый	Слабый запах, не свойственный сырью
Придание блеска	Обусловлено свойствами сырья: натуральные вещества – растительные экстракты, коллаген, витамины, протеины шелка	Наличие натуральных веществ – коллагена, растительных экстрактов, витаминов	Более низкое содержание натуральных веществ, наличие кондиционера	Входящее в состав сырье не способствует приданию блеска

Окончание таблицы 3

Наименование показателя	Градации оценки			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Пенообразующая способность	Образуется обильная дисперсная пена кремообразной консистенции, легко смываемая, не сползающая самопроизвольно на лицо	Образуется достаточное количество кремообразной мелкодисперсной пены, смывается дольше, не сползает на лицо	Пена образуется при использовании большого количества шампуня, не сползает на лицо самопроизвольно	Недостаточно образуется пены при использовании шампуня
Длительность состояния чистоты	3 дня и более	2 дня и более	1–2 дня	К концу дня ощущение «грязных волос»
Рецептура шампуня	В состав входит большое количество компонентов (натуральных, минеральных, экстрактов растений, экстрактов фруктов, витаминов, смазывающих веществ)	В состав входит необходимое количество компонентов, благотворно воздействующих на кожу и волосы	В состав входит небольшое количество компонентов, благотворно воздействующих на кожу и волосы	Состав шампуня беден, обладает лишь очищающими свойствами
Информативность этикетки	Этикетка содержит всю необходимую информацию для потребителя и позволяет определить потребительские свойства шампуня	Этикетка содержит достаточно необходимой информации для потребителя и позволяет определить потребительские свойства	Этикетка содержит неполную информацию для потребителя	Этикетка не содержит информации для потребителя, кроме наименования и производителя
Возможность дозирования и оригинальность формы флакона	Флакон с устойчивым дном, удобно открываемой крышкой, легко подающей нужное количество шампуня	Флакон с устойчивым дном, удобной подачей нужного количества шампуня	Недостаточно удобный флакон, нет регулятора количества подачи шампуня	Неудобный флакон в использовании
Способность увеличивать объем	Заметное увеличение объема после первого применения	Не слишком заметно увеличение объема	Слабо заметно увеличение объема	Незаметно увеличение объема

Для оценки свойств образцов шампуней были отобраны показатели с учетом мнений потребителей, оценены группой экспертов, состоящей из квалифицированных специалистов, которые определили значимость каждого отобранного показателя.

На основании таблиц 2 и 3 методом ранжирования определили коэффициенты весомости единичных свойств товара.

Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Определение коэффициентов весомости показателей качества шампуней

Свойство	Ранги, проставленные экспертами					Сумма рангов	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5		
Моющая способность	9	9	9	9	9	45	0,200
Запах	8	8	8	7	8	39	0,1733
Придание блеска	7	7	7	8	7	36	0,1600
Пенообразующая способность	6	5	6	6	6	29	0,1289
Длительность состояния чистоты	5	6	5	5	5	26	0,1156
Рецептура шампуня	4	4	4	4	4	20	0,0889
Информативность этикетки	3	3	2	3	3	14	0,0622
Возможность дозирования и оригинальность флакона	2	2	3	2	2	11	0,0489
Способность увеличивать объем	1	1	1	1	1	5	0,0222
Итого						225	1,0

Данные таблицы 4 свидетельствуют о том, что наибольший коэффициент весомости принадлежит следующим показателям: моющая способность, запах, придание блеска волосам.

Наименее значимыми факторами являются возможность дозирования, оригинальность формы флакона и способность увеличивать объем волос.

Комплексные показатели качества экспериментальных образцов и расчеты уровня качества определяли по программе «ОЦЕНКА» на электронно-вычислительной машине. Установлено, что $Q_{об} = 5$, $Q_2 = 4,53$, $Q_3 = 4,05$, $Q_4 = 4,15$, $Q_5 = 3,80$.

В таблице 5 представлены результаты физико-химических исследований показателей качества экспериментальных образцов шампуней.

Таблица 5 – Исследование физико-химических показателей качества образцов шампуней

Наименование шампуня	Изготовитель	Водородный показатель, pH	Массовая доля ПАВ, %	Соответствие ГОСТу, нормам pH, ПАВ
Базовый образец № 1 (шампунь «Белита. Крапива. Аргинин»)	Совместное предприятие общество с ограниченной ответственностью (СП ООО) «Белита», Республика Беларусь	5,35	5,9	Соответствует
Образец № 2 (шампунь «Pantene Pro-V»)	S.C.Detergenti S.A., Румыния	5,8	7,2	Соответствует
Образец № 3 (шампунь «Head&Shoulders»)	S.C. Detergenti S.A., Румыния	6,9	8,6	Соответствует
Образец № 4 (шампунь «ELSEVE Loreal Paris. Роскошь 6 масел»)	Л'Ореаль С.А., Франция	7,2	13,7	Соответствует
Образец № 5 (шампунь «Чистая линия»)	ООО «ЮНИЛЕВЕР РУСЬ», Российская Федерация	7,65	8,8	Соответствует

Данные таблицы 5 подтверждают соответствие экспериментальных образцов шампуней физико-химическим показателям технических нормативных правовых актов.

Расчет уровня конкурентоспособности экспериментальных образцов шампуней представлен в таблице 6 [2–4].

Таблица 6 – Расчет уровня конкурентоспособности экспериментальных образцов шампуней

Товар	Предприятие-изготовитель	Цена потребления (С), р. за 400 мл	Комплексный показатель качества (Q)	Интегральный показатель (U)	Уровень конкурентоспособности (K)
Базовый образец № 1 (шампунь «Белита. Крапива. Аргинин»)	СП ООО «Белита», Республика Беларусь	7,80	5,0	0,00641026	1
Образец № 2 (шампунь «Pantene Pro-V»)	S.C.Detergenti S.A., Румыния	12,09	4,53	0,00374690	0,58
Образец № 3 (шампунь «Head&Shoulders»)	S.C.Detergenti S.A., Румыния	12,99	4,05	0,00311624	0,49
Образец № 4 (шампунь «ELSEVE Loreal Paris. Роскошь 6 масел»)	Л'Ореаль С.А., Франция	12,78	4,15	0,00324883	0,51
Образец № 5 (шампунь «Чистая линия»)	ООО «ЮНИЛЕВЕР РУСЬ», Российская Федерация	8,99	3,80	0,00423137	0,66

По данным таблицы 6 можно сделать вывод, что экспериментальные образцы требуют совершенствования по следующим показателям качества: образец № 2 – по запаху, пенообразующей способности, информативности упаковки, возможности дозирования и оригинальности флакона. В образце № 3 необходимо улучшить показатели качества по рецептуре шампуня, приданию блеска, способности увеличивать объем. В образце № 4 необходимо совершенствовать следующие показатели: пенообразующая способность, длительность состояния чистоты, информативность этикетки, способность увеличивать объем. Образец № 5 требует совершенствования всех показателей качества.

Из полученных расчетов установлено, что все образцы шампуней не превосходят базовый по уровню качества и конкурентоспособности. Это объясняется приемлемой ценой и высокими показателями качества в сравнении с экспериментальными образцами.

Стоит отдельно отметить высокую конкурентоспособность отечественного шампуня «Белита. Крапива. Аргинин. Для истонченных и секущихся волос», соотношение цены и качества которого превзошло импортные шампуни, что позволяет сделать вывод о возможности успешного их импортозамещения шампунями отечественного производства.

Достоверность экспериментальных данных подтверждена методами математической статистики, коэффициент вариации (V) находится в пределах от 4,2 до 7,9%, что определяет достаточно высокую согласованность экспертов.

Нами разработаны рекомендации по формированию ассортимента парфюмерно-косметических товаров для Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества (ОблПО) на 2024 г.

Ассортимент парфюмерно-косметических товаров в магазинах Гомельского филиала Гомельского ОблПО полный и достаточно устойчивый.

Для повышения рациональности данного ассортимента, оптимизации продаж и повышения прибыли следует добавить декоративную косметику; расширить ассортимент косметических товаров (особенно средства для бритья и после); пополнить ассортимент косметических товаров (в частности средства для ухода за полостью рта); чаще и в больших количествах обновлять все виды косметических товаров, в том числе шампуней.

Для обеспечения устойчивого ассортимента товаров и, следовательно, более полного удовлетворения спроса покупателей в магазинах должна проводиться работа по управлению и формированию оптимальной структуры ассортимента и стимулирования продаж парфюмерно-косметических товаров.

Стимулирование продажи товаров представляет собой комплекс мероприятий, направленных на привлечение большего числа покупателей с целью увеличения сбыта товаров.

Основными целями проведения таких мероприятий являются увеличение числа покупателей; ускорение оборачиваемости товаров; устранение излишних товарных запасов; увеличение розничного товарооборота.

В магазинах Гомельского филиала Гомельского ОблПО для управления товарными запасами могут применяться следующие методы стимулирования продажи товаров:

– Продажа товаров со скидкой.

Продажа товаров определенной торговой марки со скидкой может быть приурочена к праздничным датам или проведению фирмой-изготовителем рекламной кампании. В магазинах могут быть установлены скидки на сопутствующие товары в случае приобретения основного товара.

Возможны скидки с определенной суммы покупки: чем больше стоимость приобретенных товаров, тем выше скидка. Скидки могут быть предназначены только для определенной категории покупателей, например, пенсионеров. Правом получения скидок могут пользоваться постоянные покупатели магазина или сети магазинов. В данном случае применяются дисконтные магазинные пластиковые карты.

– Предоставление образцов товаров.

Предоставление образцов товаров – еще один метод стимулирования продажи товаров. Он позволяет покупателям познакомиться с новыми товарами или товарами еще неизвестных им товарных марок. Образцы (в упаковках небольшой емкости) косметических товаров распространяются, как правило, бесплатно во время презентаций товаров-новинок или торговых марок, а также в качестве дополнения к другим товарам.

Кроме перечисленных, в магазинах могут применяться и другие методы стимулирования продажи: промоакции; предоставление бесплатной подарочной или фирменной упаковки; прием заказов на товары по телефону; доставка товаров на дом покупателю и др.

Также одним из эффективных методов стимулирования продажи товаров является реклама. Посредством рекламы покупатели приобретают сведения об основных правилах обращения с товарами, способах их применения и хранения. Магазины «Родны кут» можно создать свои рекламные печатные издания: плакаты, каталоги, проспекты, буклеты, листовки, памятки, рекламу на упаковке, фирменные календари. Также можно осуществлять рекламу в транспорте и по телевидению.

Список использованной литературы

1. **Вилкова, С. А.** Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров : учеб. / С. А. Вилкова. – М. : Деловая лит., 2011. – 286 с.

2. **Методология** товароведных экспертиз непродовольственных товаров : моногр. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2017. – 228 с.

3. **Экспресс-методики** идентификации и установления подлинности непродовольственных товаров : моногр. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко, Л. В. Целиковой. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2019. – 264 с.

4. **Критерии** проведения товароведной экспертизы косметических товаров [Электронный ресурс] / В. Е. Сыцко [и др.] // Молодежь и наука : сб. науч. ст. XII Междунар. форума молодых ученых, Гомель, 19 мая 2023 г. / редкол. : С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – С. 156–159.

УДК 637.144:637.146

А. Н. Табаторович (alex.tab68@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

Е. Н. Степанова (alex.tab68@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

В. И. Бакайтис (rektor@sibupk.nsk.su),
д-р техн. наук, профессор
Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ОБОГАЩЕННЫХ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Рассмотрен ассортимент обогащенных и специализированных молочных продуктов, представленных в торговых предприятиях г. Омска. Ассортимент разделен на группы по функциональным ингредиентам и назначению. В сегменте обогащенных продуктов наибольшая доля приходится на био-йогурты «Актибио» и «Био-баланс» с добавлением бифидобактерий. Продукты местных изготовителей – бифилайф, бифидок, биолакт-Д. Специализированные продукты – для детского питания и безлактозные. Органолептические показатели образцов соответствуют стандартам для продукции традиционных технологий.

The range of enriched and specialized dairy products presented in Omsk trading enterprises is considered. The range is divided into groups according to functional ingredients and purpose. In the segment of fortified products, the largest share is accounted for by bio-yoghurts “Aktibio” and “Bio-balance” with the addition of bifidobacteria. Products from local manufacturers – bifilife, bifidoc, biolact-D. Specialized products – for baby food and lactose-free. The organoleptic parameters of the samples comply with the standards for the products of traditional technologies.

Ключевые слова: обогащенные молочные продукты; специализированные молочные продукты; функциональные пищевые ингредиенты.

Key words: fortified dairy products; specialized dairy products; functional food ingredients.

Молоко и молочные продукты являются важной составной частью пищевого рациона, обеспечивая организм полноценными белками, кальцием, фосфором, важными микронутриентами.

Большинство ассортиментных позиций молочных продуктов приобретаются населением практически ежедневно или несколько раз в неделю. Тем не менее, фактический уровень потребления существенно отстает от рациональной нормы: 325 кг на человека в год. Рост потребления сдерживается достаточно высокими розничными ценами на готовую молочную продукцию.

Учитывая характер потребления и особенности состава кисломолочных продуктов в части их положительного влияния на иммунитет и деятельность желудочно-кишечного тракта, наряду с освоением ассортимента продуктов «традиционной» технологии, важно развивать производство продуктов, дополнительно обогащенных функциональными пищевыми ингредиентами. Большое значение имеет также развитие ассортимента специализированных молочных продуктов для детей и отдельных категорий населения.

Целью работы являлось изучение современного ассортимента обогащенных и специализированных молочных продуктов на региональном уровне, установление их состава на основа-

нии маркировки, определение органолептических показателей качества, а также выявление тенденций и закономерностей состава.

Ассортимент обогащенных и специализированных молочных продуктов изучался при помощи метода выборочного наблюдения в течение июля – августа 2024 г. в гипермаркетах «Лента», «О'Кей», «Ашан», супермаркетах «Магнит» и «Пятерочка» г. Омска. Всего было обследовано 12 торговых предприятий.

Рассмотрим терминологию обогащенных и специализированных продуктов питания.

Начиная с середины 90-х гг. прошлого века, в массовых кругах и научной литературе широко применялся термин «функциональные пищевые продукты». Делался акцент на наличие в составе таких продуктов определенных компонентов (функциональных пищевых ингредиентов), способных воздействовать на ту или иную функцию организма с доказанным позитивным клиническим эффектом на репрезентативной выборке населения. Такие функциональные продукты предназначены для регулярного массового питания всех категорий здорового населения. Этот термин подходит применительно к ряду кисломолочных продуктов традиционных технологий, которые изначально функциональны (кефир, йогурт, мечниковская простокваша, ацидофилин).

Согласно действующему ГОСТу Р 52349-2005 «Продукты пищевые функциональные. Термины и определения», обогащенные продукты рассматриваются как функциональные продукты, в которых дополнительно введен один или несколько функциональных пищевых ингредиентов с целью коррекции состава и пищевой ценности. Выделяют следующие функциональные ингредиенты для молочных продуктов, применяемые чаще всего: витамины, макро- и микроэлементы, пищевые волокна, пробиотики, пребиотики, синбиотики. Функциональные пищевые ингредиенты должны быть безопасны, иметь четкие идентифицирующие физико-химические и микробиологические критерии, научно обоснованный и практически подтвержденный позитивный эффект, рекомендуемые суточные нормы потребления в составе обогащенных продуктов для разных категорий потребителей. В измененной редакции стандарта указано, что количество функциональных пищевых ингредиентов в обогащенном продукте должно составлять «...не менее 15% от суточной физиологической потребности в расчете на одну порцию продукта...» [1]. Таким образом, обогащенные продукты также предназначены для всех категорий здорового населения.

В Техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» (ст. 4) определения функционального пищевого продукта и функционального ингредиента отсутствуют, а для обогащенной пищевой продукции указано, что в ее состав должны быть добавлены «...одно или более пищевые и (или) биологически активные вещества и (или) пробиотические микроорганизмы, не присутствующие в ней изначально, либо присутствующие в недостаточном количестве...» [2].

Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» детализирует определения обогащенного молока и обогащенных продуктов на его основе.

Обогащенное молоко – «...питьевое молоко, в которое для повышения пищевой ценности продукта по сравнению с естественным (исходным) содержанием введены дополнительно, отдельно или в комплексе молочный белок, витамины, микро- и макроэлементы, пищевые волокна...» [3].

Обогащенный продукт переработки молока – продукт, изготовленный «...с добавлением таких веществ, как молочный белок, витамины, микро- и макроэлементы, пищевые волокна, полиненасыщенные жирные кислоты, фосфолипиды, пробиотические микроорганизмы, пребиотики отдельно или в комплексе...» [3].

Специализированные молочные продукты предназначены для определенной возрастной категории (детское питание) либо для потребителей, у которых имеются противопоказания по продуктам традиционных технологий (безлактозные или низколактозные продукты). Так, в безлактозных продуктах лактоза (молочный сахар) полностью элиминируется или гидролизуется до ее содержания не более 0,1 г/1 л готового продукта; в низколактозных молочных продуктах лактоза удалена частично [3].

К специализированным продуктам можно отнести продукты без добавления сахара (содержащие только молочный сахар и (или) природные сахара фруктовых наполнителей).

Специализированные молочные продукты могут быть дополнительно обогащены функциональными пищевыми ингредиентами, поэтому при анализе ассортимента выделили эту группу продуктов.

Таким образом, для проведения анализа определены следующие группы молочных продуктов:

- обогащенные лакто- и (или) бифидобактериями (пробиотиками) (группа А);
- обогащенные витаминами и (или) микроэлементами (группа Б);
- специализированные для детского питания (группа В);
- специализированные без сахара и (или) безлактозные и (или) с заменой на лактулозу (группа Г);
- специализированные для детского питания, обогащенные функциональными ингредиентами (группа Д).

В статье не рассматривается ассортимент сухих адаптированных молочных смесей для детского питания.

В каждой выделенной ассортиментной группе определяли вид молочного продукта, торговую марку (изготовитель), технологические особенности, фирменное (придуманное) наименование (при наличии), число наименований (разновидностей), в молочных продуктах с наполнителями – их природу, какие функциональные ингредиенты были добавлены, заявленный срок годности. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ассортимент обогащенных и специализированных молочных продуктов в розничных торговых предприятиях г. Омска

Вид продукта	Торговая марка	Изготовитель	Функциональный ингредиент	Число наименований, ед.	Срок годности, сут.
<i>Обогащенные лакто- и (или) бифидобактериями (пробиотиками) (группа А)</i>					
Бийогурт	Актибио	Акционерное общество (АО) «Эйч энд Эн» (бывшее «Данон Россия»)	Бифидобактерии (Bifidobacterium lactis; bioregularis)	47	35
Бийогурт	Віо баланс	АО «Эйч энд Эн»	Бифидобактерии (B. lactis)	5	30
Бийогурт	ВНИМИ-Сибирь	Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «ВНИМИ-Сибирь», Омск	Бифидобактерии	3	21
Бийогурт	Лузинская крыночка	ООО «Лузинское молоко», Омская область	Бифидобактерии	3	10
Биолакт-Д сладкий	ВНИМИ-Сибирь	ООО «ВНИМИ-Сибирь», Омск	Ацидофильная палочка (Lactobacillus acidophilus)	1	21
Бифидок	Лузинская крыночка	ООО «Лузинское молоко», Омская область	Бифидобактерии (B. bifidum)	1	14
Бифилайф	Любимое молоко	АО «Любинский молочноконсервный комбинат», Омская область	Симбиотический консорциум пяти выделенных штаммов бифидобактерий	2	21
<i>Обогащенные витаминами и (или) микроэлементами (группа Б)</i>					
Молоко ультрапастеризованное	Parmalat® Dietalat®	АО «Белгородский молочный комбинат»	Комплекс витаминов А, D, E	1	120
<i>Специализированные для детского питания (группа В)</i>					
Молоко ультрапастеризованное	Тема	АО «Эйч энд Эн» (изготовлено в г. Ялуторовске)	–	2	180
Йогурт питьевой	Агуша	АО «ВБД» (изготовлен в г. Омске)	–	7	27
Ряженка	Агуша	АО «ВБД» (изготовлена в г. Омске)	–	1	21
Творог	Агуша	АО «ВБД» (изготовлен в г. Омске)	–	3	21
<i>Специализированные без сахара и (или) безлактозные и (или) с заменой на лактулозу (группа Г)</i>					
Молоко ультрапастеризованное	Parmalat® Comfort Lactose free®	АО «Белгородский молочный комбинат»	Без лактозы (лактозы менее 0,01 г/100 г)	2	180

Окончание таблицы 1

Вид продукта	Торговая марка	Изготовитель	Функциональный ингредиент	Число наименований, ед.	Срок годности, сут.
Биоюгурт	Актибио	АО «Эйч энд Эн» (изготовлен в г. Самаре)	Без добавления сахарозы, бифидобактерии (<i>B. lactis</i> ; <i>bioregularis</i>)	3	35
Биоюгурт	Актибио	АО «Эйч энд Эн» (изготовлен в г. Самаре)	Без лактозы (лактозы менее 0,01 г/100 г)	2	35
<i>Специализированные для детского питания, обогащенные функциональными ингредиентами (группа Д)</i>					
Молоко ультрапастеризованное	Тема	АО «Эйч энд Эн» (изготовлено в г. Кемерово)	Витаминно-минеральный комплекс (С, В ₁ , D ₃ , фолиевая кислота, цинк, йод, железо)	1	90
Йогурт с лактулозой	Медвежонок	ООО «Центр питательных смесей», г. Омск	Содержание лактулозы – 0,65 г/100 г	4	7
Биотворог	Тема	АО «Эйч энд Эн» (изготовлен в г. Кемерово)	Бифидобактерии	4	30
Творог	Растишка	АО «Эйч энд Эн»	Кальций (цитрат кальция) + витамин D ₃	3	35
Йогурт	Растишка	АО «Эйч энд Эн»	Кальций (цитрат кальция) + витамин D ₃	2	30
Кисломолочный напиток	Имунеле Kids	АО «ВБД» (изготовлен в г. Москве)	Витаминный премикс (А, Е, D ₃ , В ₆ , В ₁₂ , фолиевая кислота), лактобактерии <i>L. casei</i> и <i>L. rhamnosus</i>	3	40

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что в рамках выделенных ассортиментных групп обогащенных и специализированных молочных продуктов наибольшее число позиций зафиксировано в группе А (52 наименования пробиотиков).

Безусловным лидером практически во всех группах является компания «Эйч энд Эн», которая является правопреемником АО «Данон Россия» с 2024 г. Товары были отмечены во всех исследуемых торговых предприятиях. Уже более 30 лет компания является ведущей на российском рынке йогуртов и молочных десертов. Стратегия компании «Эйч энд Эн» в настоящее время направлена на развитие ассортимента, выпуск биоюгуртов торговых марок «Актибио» и «Био баланс» с различными фруктовыми ингредиентами или их сочетаниями, в разных типах потребительской тары и емкости. Также в компании делается акцент на производство низкокалорийных продуктов и специализированных обогащенных продуктов для детского питания (торговые марки «Тема» и «Растишка»). Продукция компании представлена во всех регионах. В нашем исследовании были представлены питьевые и пастообразные, а также термостатные биоюгурты в потребительских упаковках от 130 до 870 г, без наполнителей и сахара, с фруктовыми компонентами.

Достойную конкуренцию в сегменте пробиотиков на омском рынке составляет продукция местных предприятий торговых марок «Лузинская крыночка», «Любимое молоко» и «ВНИМИ». Это биоюгурты, бифидок, биолакт-Д, бифилайф. По глубине ассортимента они уступают йогуртам «Актибио», но пользуются лояльностью потребителей по причине более низких розничных цен, сравнительно коротких сроков годности (от 10 до 21 дня). Кисломолочный продукт «бифидок» появился в России еще в 1992 г., в его составе – кефирная закваска и бифидобактерии *B. bifidum*.

В составе бифилайфа присутствует лиофилизированный концентрат из 5 выделенных элитных штаммов бифидобактерий (*B. bifidum*, *B. longum*, *B. adolescentis*, *B. breve*, *B. infantis*). Этот симбиотический комплекс бифидобактерий присутствует в нормофлоре кишечника, оказывает позитивное воздействие на организм, продукт разработан ООО «Мир биотехнологий». В начале 2000-х гг. бифилайф признавался продуктом функционального питания № 1. Было отмечено 2 наименования бифилайфа (без сахара и сладкий) только в двух гипермаркетах «Лента» и «Ашан».

В составе кисломолочного напитка «Биолакт-Д» (торговая марка «ВНИМИ») содержится ацидофильная палочка – представитель нормофлоры кишечника.

В группе Б отмечен только один продукт, молоко, обогащенное комплексом витаминов А, D, Е. Молоко ультрапастеризованное со сроком годности 120 суток представлено в гипермаркетах «Лента» под маркой Parmalat® (суббренд Diatalat®) в двух наименованиях: жирностью 3,5 и 0,5%.

В группе Г – специализированных продуктов для питания детей (без дополнительного обогащения) было представлено 2 наименования питьевого ультрапастеризованного молока, произведенного согласно ГОСТу 32252-2013 «Молоко питьевое для питания детей дошкольного и школьного возраста. Технические условия». Наибольшая доля в этой группе приходилась на йогурты торговой марки «Агуша» компании «Вимм-Билль-Данн» (ВБД). К молочной продукции для детского питания предъявляются особые требования по безопасности и качеству сырого молока. Анализ состава исследуемых йогуртов и творожков для детского питания подтверждает отсутствие красителей и синтетических ароматизаторов.

Группа D представлена для потребителей с непереносимостью лактозы или лактазной недостаточностью. Чтобы удалить лактозу, применяется метод мембранной фильтрации с последующим удалением оставшейся лактозы ферментацией или с целью предварительного гидролиза лактозы вводится фермент «лактаза». По данным маркировки, в состав безлактозных йогуртов торговой марки «Актибио» был добавлен фермент «лактаза». Также изготовитель указывает, что по сравнению с йогуртами с аналогичными наполнителями традиционной технологии, эти йогурты содержат меньше сахарозы, так как образующаяся при распаде лактозы глюкоза имеет сладкий вкус. Безлактозные продукты были отмечены только в гипермаркетах «Лента» и «Ашан».

По результатам наблюдений, группа E – специализированные продукты для детского питания, обогащенные функциональными пищевыми ингредиентами, насчитывала 17 наименований. Более 20 лет на российском рынке имеется кисломолочный напиток «Имунеле» (разработка компании «ВБД»). Двойное обогащение за счет витаминно-минерального комплекса и лактобактериями сделало этот продукт уникальным для питания детей и взрослых. Йогурты и творог торговой марки «Растишка» дополнительно обогащены кальцием (в форме цитрата) и витамином D₃ для лучшей усвояемости. Омское предприятие «Центр питательных смесей», специализирующееся на молочной продукции детского питания, выпускает сладкие питьевые йогурты с лактулозой (без элиминации лактозы) торговой марки «Медвежонок», отмечены 4 наименования с фруктовыми наполнителями в 5 из 12 исследуемых торговых предприятий. Добавление в состав лактулозы (пребиотика и изомера лактозы) в данном случае продиктовано необходимостью контроля моторики кишечника.

Для изучения органолептических показателей качества исследуемых обогащенных и специализированных молочных продуктов были взяты 4 наименования из разных ассортиментных групп. Оценивались традиционные показатели качества, регламентируемые стандартами на соответствующую продукцию (таблица 2).

Таблица 2 – Органолептические показатели качества обогащенных и специализированных молочных продуктов

Наименование продукта, группа	Характеристика показателей			Степень соответствия базовой основе
	Вкус и запах	Цвет	Консистенция и внешний вид	
Бийогурт термостатный «Актибио» с клубникой массовой долей молочного жира 1,7% (А)	Вкус умеренно-сладкий с привкусом клубники, аромат чистый	Нежно-розовый однородный	Умеренно вязкая желеобразная масса с нарушенным сгустком, имеются включения частиц клубники	Соответствует определению бийогурта и показателям качества по ГОСТу 31981-2013 «Йогурты. Общие технические условия»
Бифилайф без сахара массовой долей молочного жира 2,5% «Любимое молоко» (А)	Вкус и аромат оригинальный кисломолочный, с едва заметным привкусом уксуса	Молочно-белый однородный	Однородная густая масса с нарушенным сгустком без каких-либо включений	Оригинальный продукт
Молоко массовой долей молочного жира 3,5% без лактозы ультрапастеризованное Parmalat® Comfort Lactose free® (Г)	Характерные для молока, без посторонних привкусов, сладковатый со сливочным послевкусием	Белый однородный	Непрозрачная однородная текучая жидкость без каких-либо включений	Соответствует показателям качества по ГОСТу 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия»
Биотворог «Тема» массовой долей молочного жира 4% для детского питания с банановым пюре	Вкус сладкий с привкусом банана, аромат чистый банановый	Светло-желтый однородный	Нежная мажущаяся масса без частиц молочного белка	Соответствует показателям качества по ГОСТу 32927-2014 «Творог для детского питания. Технические условия»

Таким образом, можно сделать вывод, что на потребительском рынке г. Омска представлен достаточно широкий ассортимент обогащенных молочных продуктов: в основном, биоюгурты и биотворог с различными сочетаниями фруктовых наполнителей с добавлением в состав бифидобактерий торговых марок «Актибио» и «Био-баланс» компанией общероссийского уровня «Эйч энд Эн». В настоящее время в рамках выбранной специализации она применяет базовую стратегию развития продукта (расширения товарной номенклатуры). Обогащенное питьевое молоко представлено компанией «Parmalat®». Предприятия Омской области также производят обогащенную продукцию в небольших объемах как часть основного ассортимента. Следует отметить отсутствие на рынке популярных в 2000-х гг. биокефира, биоряженки без наполнителей.

Специализированная молочная продукция, включая обогащенную, представлена только для детского питания с 6 или 8 мес. торговых марок «Тема» и «Растишка», а также молоком и йогуртами без лактозы.

Оценка качества по органолептическим показателям некоторых образцов не выявила каких-то отклонений от базовой основы. Проблемой остается определение в обогащенных продуктах функциональных ингредиентов и их соответствие номинальным значениям на конец срока годности.

Список использованной литературы

1. **Продукты** пищевые функциональные. Термины и определения : ГОСТ Р 52349-2005. – Введ. 01.07.2006. – М. : Стандартинформ, 2008. – 8 с.
2. **Технический** регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [Электронный ресурс] // Документы системы «Гарант». – Режим доступа: <https://www.base.garant.ru>. – Дата доступа: 27.08.2024.
3. **Технический** регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» [Электронный ресурс] // Документы системы «Гарант». – Режим доступа: <https://www.base.garant.ru>. – Дата доступа: 27.08.2024.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ОБОГАЩАЮЩИХ ДОБАВОК В КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЯХ

Представлены основные направления обогащения кондитерских изделий. Отмечен статус обогащенных продуктов. Указаны критерии эффективности применения обогащающих добавок, содержащих функциональные пищевые ингредиенты. Наиболее удобными для обогащения являются сахаристые кондитерские изделия мармеладно-пастильной группы, в которых технологические стадии производства позволяют вносить добавки с минимальными потерями. Рассмотрены адекватные нормы потребления важнейших функциональных ингредиентов и результаты исследований по их сохранности в обогащенных продуктах.

The main directions of confectionery fortification are presented. The status of fortified products is marked. The criteria for the effectiveness of the use of enriching additives containing functional food ingredients are indicated. The most convenient for enrichment are sugary confectionery products of the marmalade-pastille group, in which the technological stages of manufacture allow additives to be added with minimal losses. Recommended consumption rates of the most important functional ingredients and the results of research on their safety in fortified products are considered.

Ключевые слова: кондитерские изделия; микронутриенты; обогащающие добавки; адекватные нормы потребления.

Key words: confectionery; micronutrients; enriching additives; adequate consumption standards.

Необходимость обогащения кондитерских изделий микронутриентами обусловлена, в первую очередь, их низкой витаминно-минеральной ценностью на фоне высокого содержания легкоусвояемых углеводов и (или) липидов.

В настоящее время, наряду с другими группами продуктов, кондитерские изделия рассматриваются в качестве удобного объекта для обогащения микронутриентами. Микронутриенты – класс пищевых веществ, оказывающих выраженные биологические эффекты на различные функции организма; их содержание в пищевых объектах исчисляется милли- и микрограммами.

Класс микронутриентов объединяет витамины, предшественники витаминов и витаминоподобные вещества, а также микроэлементы, в том числе незаменимые. Помимо этих биологически активных компонентов пищи, к этому классу (по А. А. Покровскому) относятся некоторые пищевые вещества, выделенные из отдельных групп макронутриентов. В их число входят полиненасыщенные жирные кислоты и фосфолипиды, некоторые аминокислоты, отдельные олигосахариды.

Из класса микронутриентов в особую группу, объединяемую названием «парафармацевтики», выделяют вещества пищи, оказывающие выраженное фармакологическое действие. Парафармацевтики – это минорные компоненты пищи. К ним могут быть отнесены полифенольные вещества (антоцианы, катехины, флавонолы), органические кислоты, фитостерины, гликозиды, алкалоиды, кофеин, биогенные амины, зубиотики, эфирные масла и некоторые другие соединения.

К эффектам, определяющим функциональную роль парафармацевтиков, относятся регуляция микробиоценоза желудочно-кишечного тракта, регуляция нервной деятельности, регуляция (в физиологических границах нормы) функциональной активности органов и систем, адаптогенный эффект.

Следует подчеркнуть, что эффективность регуляторных и адаптогенных эффектов парафармацевтиков ограничивается рамками физиологической нормы. Эффекты воздействия, превышающие эти границы, относятся к лекарственным препаратам. Для многих парафармацевтиков на законодательном уровне определены адекватные суточные и предельно допустимые уровни потребления. В этой связи существенно расширился перечень функциональных ингредиентов, предназначенных для обогащения пищевых продуктов.

Микронутриенты, как и другие функциональные ингредиенты, составляют основу обогащающих добавок. При обосновании выбора вносимой добавки необходима четкая и последовательная аргументация ее введения в основной продукт (рисунок).

Критерии оценки эффективности применения обогащающих добавок в кондитерских изделиях



Функциональные пищевые ингредиенты должны быть безопасны, иметь четкие идентифицирующие физико-химические и микробиологические критерии, научно обоснованный и практически подтвержденный позитивный эффект, рекомендуемые суточные нормы потребления в составе обогащенных продуктов для разных категорий потребителей. В измененной редакции стандарта ГОСТ Р 52349-2005 «Продукты пищевые функциональные. Термины и определения» указано, что количество функциональных пищевых ингредиентов в обогащенном продукте должно составлять «...не менее 15% от суточной физиологической потребности в расчете на одну порцию продукта...» [1]. Таким образом, обогащенные продукты также предназначены для всех категорий здорового населения.

В Техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» (ст. 4) для обогащенной пищевой продукции указано, что в ее состав должны быть добавлены «...одно или более пищевые и (или) биологически активные вещества и (или) пробиотические микроорганизмы, не присутствующие в ней изначально, либо присутствующие в недостаточном количестве...» [2].

При разработке состава поликомпонентных добавок необходимо учитывать возможность химического воздействия ингредиентов друг с другом, ведущие к изменению цвета, запаха, pH, к утрате функциональной ценности добавок.

Для обогащения сахаристых кондитерских изделий предпочтительнее использовать добавки, содержащие в качестве нейтрального носителя сахарную пудру, для мучных изделий – муку или крахмал.

Вводимая добавка не должна изменять основные органолептические свойства готового продукта, если это заранее не предусмотрено разработчиками.

Норма закладки, или масса вносимой добавки, зависит от химического состава, количественного соотношения компонентов добавки. При этом количество вводимых функциональных ингредиентов должно быть рассчитано с учетом их возможного естественного содержания в исходном сырье или продукте, а также их потерь в процессе производства и хранения обогащенного продукта. Это необходимо для того, чтобы обеспечить содержание вводимых функциональных ингредиентов на уровне, не ниже регламентируемого, в течение всего срока годности продукта. Норма закладки определяется технологами, разработчиками соответствующего обогащаемого продукта.

С целью повышения сохранности функциональных ингредиентов стадию внесения добавки следует выбирать таким образом, чтобы максимально исключить технологические воздействия, разрушающие эти ингредиенты. Анализ разработанных технологий обогащенных мармеладно-пастильных изделий показывает, что наиболее эффективными для внесения добавок оказываются стадии темперирования (охлаждения) мармеладных масс и окончание процесса аэрирования пастильных масс [1].

Способы обогащения технологически связаны с формой внесения добавок. Наиболее распространенными формами являются сухое смешивание микронутриентов, предварительное их растворение в воде с получением истинного раствора или суспензии, адгезия на поверхность продукта, введение в форме жидких экстрактов, настоев, пюре и припасов, предварительно обогащенных микронутриентами.

Сухое смешивание микронутриентов обогащающих добавок с носителем предпочтительнее для мучных изделий, введение в форме концентрированных растворов или суспензий – для сахаристых изделий.

Каждая добавка должна сопровождаться санитарно-эпидемиологическим заключением и (или) удостоверением качества и безопасности, подтверждающими концентрацию в них чувствительных веществ в пределах норм, установленных законодательством.

Выбор обогащающих добавок должен осуществляться на основе данных, объективно характеризующих дефицит того или иного функционального ингредиента для жителей определенного региона. Для всех половозрастных и профессиональных групп населения России особенно неблагоприятно обстоит дело с витамином С, недостаток которого по обобщенным данным есть у 80–90% обследуемых людей, а глубина дефицита достигает 50–80%. Широкое распространение дефицита фолиевой кислоты (фолацина, витамина В₉) – у 70–90%, недостаток которой нарушает гемопоэз, существенно повышает риск сердечно-сосудистых заболеваний и некоторых видов рака. Глубина дефицита фолацина достигает в среднем 25–30%. От 40 до 80% населения недостаточно обеспечены витаминами В₁, В₂ и В₆, 40–50% – испытывают недостаток β-каротина и других каротиноидов [3].

Чаще всего выявленный дефицит затрагивает не какой-то один витамин, а имеет характер сочетанной недостаточности витаминов С, группы В и β-каротина, т. е. является полигиповитаминозом.

Среди минеральных веществ особенно ощущается дефицит кальция, калия, фосфора, в ряде регионов – железа, йода, цинка, селена и др. [3].

Для кондитерских изделий мармеладно-пастильной группы наиболее значимыми функциональными ингредиентами являются водорастворимые витамины, комплекс полифенольных веществ, макро- и микроэлементы, пищевые волокна (пектины, клетчатка). Для мучных кондитерских изделий такими ингредиентами дополнительно выступают жирорастворимые витамины.

В тех случаях, когда разработчики обогащенных кондитерских изделий гарантируют содержание вводимого микронутриента на уровне, не менее 15% от его адекватной суточной нормы, такие продукты могут называться обогащенными, а в маркировке должно присутствовать указание на содержание функционального ингредиента в 100 г продукта и (или) стандартной порции. Согласно рекомендациями ГОСТа Р 55577-2013 «Продукты пищевые специализированные и функциональные. Информация об отличительных признаках и эффективности», в маркировке должно также быть указание на то, что продукт является источником вводимого функционального ингредиента. Если содержание функционального пищевого ингредиента в 100 г продукта и (или) стандартной порции составляет не менее 30% от адекватной суточной нормы, в маркировке делается ссылка о продукте с его высоким содержанием.

Специализированные кондитерские изделия, в отличие от обогащенных, предназначены в основном для людей, страдающих сахарным диабетом («диабетические»). В эту группу изделий также относят продукты, разработанные для отдельных возрастных и профессиональных категорий: детского, геродиетического, спортивного питания и т. д.

В специализированных кондитерских изделиях содержание вводимых функциональных ингредиентов на 100 г продукта может быть на уровне адекватной суточной нормы для здорового человека или превышать ее, не выходя за верхний предельный уровень потребления.

Расчет закладки вводимых функциональных ингредиентов в составе добавок следует проводить, исходя из положений действующих методических рекомендаций МР 2.3.1.0253-21 «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации»; для некоторых минорных компонентов – МР 2.3.1.1915-04 «Рекомендуемые уровни потребления пищевых и биологически активных веществ».

Уровни потребления наиболее важных микронутриентов для кондитерских изделий с дегидратацией по половозрастному и физиологическому признакам приведены в нижеприведенной таблице.

Адекватные и предельные уровни суточного потребления отдельных микронутриентов

Функциональный ингредиент в составе добавок	Адекватный уровень потребления в Российской Федерации, мг/сутки (МР 2.3.1.0253-21)				Предельный уровень потребления, мг/сутки
	Взрослые (18 лет и старше обоего пола)	Дети и подростки 3–14 лет	Беременные	Кормящие матери	
Аскорбиновая кислота (витамин С)	100,0	50,0–70,0	110,0	130,0	700,0
Витамин В ₁	1,5	0,9–1,3	1,7	1,8	5,1
Витамин В ₂	1,8	1,0–1,5	2,0 (вторая половина)	2,1	6,0
Фолаты (витамин В ₉)	0,4	0,2–0,35	0,6	0,5	0,6
Витамин D	0,015; 0,020 (старше 60 лет)	0,015	0,015	0,015	0,015
Витамин E (мг токоф. эквив.)	15,0	7,0–12,0	17,0	19,0	100,0
β-каротин	5,0	–	5,0	5,0	10,0
Железо	10,0 (мужчины); 18,0 (женщины)	10,0–12,0	33,0 (вторая половина)	18,0	150,0
Янтарная кислота	200,0	–	200,0	200,0	500,0
Антоцианы	50,0	–	50,0	50,0	150,0

Важным аспектом при расчете закладки вводимых добавок является учет потерь функциональных ингредиентов при производстве и хранении обогащенных продуктов в течение их заявленного срока годности.

Результаты наших исследований показали, что «... при закладке аскорбиновой кислоты в количестве 1,5–2,2 г/кг в состав неглазированного формового мармелада на агаре с добавлением фруктового и тыквенного пюре, а также настоя “Каркаде”, потери на момент изготовления составили в среднем 23,7–35,8%, в зависимости от наименования; в неглазированной пастиле на агаре потери были выше и составили от 44 до 48,9%, что обусловлено высокой степенью аэрации пастильной массы при ее нахождении в сбивальной машине...» [4].

Янтарная кислота при добавлении в состав мармелада и пастилы как частичная альтернатива традиционным органическим кислотам и обогащающая добавка (иммуномодулятор, адаптоген) показала практически 100%-ную сохранность, как в процессе изготовления, так и в динамике при хранении изделий [4].

Наиболее перспективным приемом является комплексное обогащение кондитерских изделий витаминными или витаминно-минеральными смесями (премиксами). Компания «Палитра» (бывшая «Валетек Продимпекс») предлагает сбалансированный по составу «...премикс “Валетек-8” на пшеничной муке высшего сорта (витамины В₁, В₂, В₆, РР, фолиевая кислота, кальций, железо) для обогащения мучных кондитерских изделий с целью профилактики железодефицитной анемии, рахита у детей и остеопороза у взрослых...» [5]. Дозировка премикса составляет 500 г/100 кг муки.

Таким образом, дополнительное обогащение кондитерских изделий представляет важную задачу для нутрициологии и диетологии. Потребление обогащенных кондитерских изделий не изменяет стереотипов в питании, способствует укреплению систем органов и организма в целом. Проблемой является сохранение заявленного содержания функциональных ингредиентов.

Список использованной литературы

1. **Продукты** пищевые функциональные. Термины и определения : ГОСТ Р 52349-2005. – Введ. 01.07.2006. – М. : Стандартинформ, 2008. – 8 с.
2. **Технический** регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [Электронный ресурс] // Документы системы «Гарант». – Режим доступа: <https://www.base.garant.ru>. – Дата доступа: 05.09.2024.
3. **Табаторович, А. Н.** Полуфабрикаты растительного сырья и обогащающие добавки для производства сахаристых кондитерских изделий : моногр. / А. Н. Табаторович. – Новосибирск : СибУПК, 2020. – 164 с.

4. **Табаторович, А. Н.** Анализ применения обогащающих добавок в сахаристых кондитерских изделиях / А. Н. Табаторович, Е. Н. Степанова, В. И. Бакайтис // Пищевая пром-сть. – 2020. – № 9. – С. 18–22.

5. **Смеси** витаминно-минеральные для пищевых продуктов [Электронный ресурс] // Палитра вкусов. – Режим доступа: <https://www.palitrafoods.ru/catalog/smesi-vitaminno-mineralnye-dlya-pishevih-produktov>. – Дата доступа: 05.09.2024.

УДК 338.242.2

В. И. Чистякова (tulasi2023@yandex.ru),
канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ НА РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В данной работе проведены исследования по управлению рисками на рыбоперерабатывающих предприятиях. Цель исследования – повышение гарантии качества и безопасности продукции рыбоперерабатывающих предприятий на основе предотвращения факторов риска. При проведении исследования применялись следующие научные методы: монографический, наблюдения, сравнения, анализа. Рекомендовано выделять в блок-схеме производственного процесса переработки рыбы критические контрольные точки с определением предельных параметров возможных потерь.

In this paper, research has been conducted on risk management at fish processing enterprises. The purpose of the study is to improve the quality assurance and safety of products of fish processing enterprises based on the prevention of risk factors. The following scientific methods were used in the research: monographic, observations, comparisons, and analysis. It is recommended to identify critical control points in the flowchart of the fish processing production process with the determination of the maximum parameters of possible losses.

Ключевые слова: управление рисками; факторы рисков; качество и безопасность рыбной продукции; система ХАССП.

Key words: risk management; risk factors; quality and safety of fish products; HACCP system.

Приоритетное направление Стратегии национальной безопасности Российской Федерации – производство качественных и безопасных продуктов питания. Ответственность за безопасность выпускаемой продукции несет предприятие-изготовитель, поэтому организация санитарно-микробиологического контроля производства имеет большое значение.

Предмет исследования – антирисковые меры для повышения качества и безопасности рыбной продукции с применением системы ХАССП.

Объект исследования – управление рисками на рыбоперерабатывающих предприятиях.

По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, уровень самообеспеченности населения страны рыбной продукцией за 2022 г. оценивался в 153%, что превысило в 1,8 раза целевой индикатор Доктрины продовольственной безопасности государства (85%). Однако реальное потребление свежеморской рыбы за 2022–2023 гг. составило 21–21,5 кг на душу населения, что ниже уровня в 22,3 кг, достигнутого в 2013–2014 гг., который соответствовал нормам, рекомендованным Министерством здравоохранения Российской Федерации. В 2022 г. на одного россиянина приходилось 16,1 кг приготовленного рыбного продукта. В 2021 г. производство рыбных продуктов составляло 19,2 кг на одного россиянина.

Статистические данные показывают прямую взаимосвязь роста цен на рыбную продукцию и снижения продаж за 2022–2023 гг. Наиболее существенно выросли цены на замороженное крабовое мясо и палочки – 43,90%, в результате продажи по этой категории продукции снизились на 39,52%. Значительно снизились продажи замороженных морепродуктов на 38,22%, охлажденной рыбы – на 40,95% [1].

Рыбоперерабатывающие предприятия в первую очередь ставят задачи обеспечения гарантированного качества рыбной продукции, которые проверяются и контролируются государственными органами. Человек, употребляя качественные пищевые продукты, должен быть уверен в их безопасности для своего здоровья [2].

В Российской Федерации разработана и действует система ведомственных законодательных актов, устанавливающих и регулирующих контроль качества и сертификации пищевых продуктов [3].

Для обеспечения требуемого качества и безопасности пищевых продуктов разработана система ХАССП (Hazard Analysis and Critical Control Points) – система управления безопасностью пищевых продуктов на основе анализа критических рисков в их контрольных точках [4]. Своевременное выявление и устранение факторов риска, снижающих качество пищевой продукции, гарантирует ее безопасность на момент потребления.

Назначение системы ХАССП – не допустить опасной ситуации при производстве, хранении и реализации продукции. Системой предусматривается внедрение контроля за соблюдением технологических и санитарных норм, гарантирующих недопущение неустраняемых последствий для безопасности продукта.

Наиболее заинтересованной стороной в обеспечении высокого качества и безопасности рыбы и рыбной продукции являются рыбоперерабатывающие предприятия, поскольку нарушение этих требований приводит к большим рискам и потерям. Понятие «риск» означает угрозу потерь при неблагоприятном развитии событий. Потери могут выражаться в невыполнении планов производства, снижении доходов, потере продукции в процессе реализации, сокращении рыночной доли, ухудшении репутации компании. Эти потери (риски) характерны для большей части предпринимателей.

Для рыбоперерабатывающих предприятий характерны общие и специфические факторы рисков. В числе специфических производственных факторов риска следует отметить несоблюдение требований к санитарно-гигиеническому состоянию помещений, территории; физическое, химическое, биологическое загрязнение рыбы и морепродуктов; загрязнение сырья токсическими веществами; несоответствие санитарным нормам условий транспортировки и хранения сырья и готовой продукции; нерезультативность контроля качества производимой продукции и др. Рыбоперерабатывающие предприятия испытывают дополнительную финансовую нагрузку, вызванную введением санкций. Сказывается зависимость от поставок импортных кормов, оборудования, рыбной молоди. Дополнительные расходы обусловлены также необходимостью цифровой маркировки рыбной продукции, введением экспортной пошлины на топливо, повышением ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации.

Чтобы предотвратить вышеперечисленные риски, рыбоперерабатывающим предприятиям рекомендуется применять систему ХАССП в своей деятельности – систему анализа рисков и управления критическими контрольными точками.

В блок-схеме производственного процесса следует анализировать опасности и определить критические контрольные точки. В каждой критической контрольной точке необходимо определить пределы для идентифицированного критического параметра, по которым необходимо проводить мониторинги, при отклонении от критических пределов необходимо осуществлять корректирующие действия. Предлагается также определить методы и частоту проверки эффективности системы ХАССП.

Список использованной литературы

1. **Статистические** сведения по рыбной промышленности России [Электронный ресурс] // ВНИРО. – Режим доступа: http://vniro.ru/files/stat/stat_svedeniya_po_rybnoj_promyshlennosti_rossii_2021-2022.pdf. – Дата доступа: 12.10.2024.
2. **Битютская, О. Е.** Контроль качества и безопасности рыбы и рыбной продукции : учеб. пособие / О. Е. Битютская, Н. Ф. Мазалова, О. В. Яковлев. – КГМТУ, 2022. – 277 с.
3. **Системы** менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции : ГОСТ Р ИСО 22000-2019. – Введ. 01.01.2020. – М. : Стандартинформ, 2020. – 64 с.
4. **Методическое** пособие по применению принципов ХАССП предприятиями, оказывающими населению услуги общественного питания [Электронный ресурс] // Госуслуги. – Режим доступа: https://gosuslugi.pnzreg.ru/upload/FRGU/c8d/hassp_1_.pdf. – Дата доступа: 20.08.2024.

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ ЯИЦ ПИЩЕВЫХ КУРИНЫХ В БЕЛАРУСИ

На основании статистических, теоретических и эмпирических методов исследований дан анализ производства и реализации яиц пищевых куриных в Республике Беларусь. Проведена оценка производственного потенциала отрасли. Исследованы вопросы потребительских предпочтений покупателей пищевых куриных яиц в торговых предприятиях. Исследования проведены на основе открытых данных и собственных исследований.

Based on statistical, theoretical and empirical research methods, an analysis of the production and sale of food chicken eggs in the Republic of Belarus is given. An assessment of the industry's production potential was carried out. The issues of consumer preferences of buyers of edible chicken eggs in commercial enterprises have been studied. Research conducted on the basis of open data and our own research.

Ключевые слова: яйца пищевые куриные; яичные товары; производство пищевых яиц; рентабельность; конкуренция; производственный потенциал; доктрина продовольственной безопасности; импорт; экспорт; потребительские предпочтения.

Key words: edible chicken eggs; egg products; edible egg production; profitability; competition; production potential; food safety doctrine; import; export; consumer preferences.

Производство пищевых куриных яиц в мире постоянно увеличивается, что связано не только с их относительно невысокой ценовой доступностью для населения, но и ростом численности населения, в первую очередь, в странах Азии, Африки и ближнего Востока. Прогнозируемое мировое производство куриных яиц к 2030 г. должно увеличиться до 138–140 млн т. Среди стран с наибольшим количеством производства куриных яиц первое место занимает Китай (59 млн т, или чуть более половины мирового производства), он же остается лидером по их потреблению. На втором месте находятся Соединенные Штаты Америки (США) с объемом 6,9 млн т, на третьем Индия – 6,1 млн т, или, соответственно, 5,8 и 5,3%.

Особый интерес представляют объемы экспорта куриных яиц по странам. Из 2 млн т экспортируемой продукции в 2022 г. 409 тыс. т приходится на Нидерланды, 281 тыс. т – Турцию, 196 тыс. т – Польшу, 145 тыс. т – США, 109 тыс. т – Германию. Беларусь и Россия не входят в число лидеров стран-экспортеров. Их доля составляет, соответственно, 44 и 39 тыс. т., или по 4,0 и 4,2%. Средняя экспортная цена на куриные яйца остается достаточно стабильной и составляет 1 725–1 730 долл. США за 1 т.

В 2022 г. по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в стране было произведено 3 462,3 млн яиц. Из них 2 952,6 (85,3%) – сельскохозяйственными организациями; 508,3 (14,6%) – хозяйствами населения, 1,4 (~0,1%) – фермерскими хозяйствами [1]. С учетом рекомендуемого среднедушевого потребления яиц и яичной продукции в 340 шт. в Беларуси самообеспеченность белорусского рынка куриных яиц составляет 125–130%, что исключает необходимость их импорта [2].

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2021 г. страна на экспорте товарной позиции «яйца птиц, в скорлупе, свежие, консервированные или вареные» заработала 50,2 млн долл. США. В количественном выражении поставки за рубеж составили 752,8 млн шт. яиц. В основе экспорта были яйца домашних кур (свежие) – 617,4 млн шт., или 82,0%, а остальные 18% – яйца кур, оплодотворенные для инкубации.

Главным покупателем свежих куриных яиц выступила Российская Федерация. На экспорте продукции в эту страну Беларусь заработала 31 млн долл. США. Поставки в Молдову принесли 2,5 млн долл. США, в Кыргызстан – 1,5, в Казахстан – 1,2 млн долл. США [3–4].

Кроме того, осуществлялся экспорт в Украину – 860,9 тыс. долл. США, Азербайджан – 741,4, Грузию – 223,9, Объединенные Арабские Эмираты – 124,8, Либерию – 122,5 тыс. долл. США. Небольшие партии товара были проданы в Афганистан, Гамбию и Саудовскую Аравию. По итогам 2021 г. Беларусь вошла в топ-15 мировых экспортеров свежих яиц, опередив Россию, заняв 13-е место.

Средняя цена производителей сельскохозяйственной продукции за 1 000 шт. куриных яиц в 2022 г. составила 187,9 бел. р., а общая выручка от реализации куриных яиц за тот же год – 554 734,5 тыс. бел. р. [5].

Рынок яиц в Республике Беларусь представлен отечественными производителями, основными из которых являются открытое акционерное общество (ОАО) «Солигорская птицефабрика», ОАО «Барановичская птицефабрика» и ОАО «Гомельская птицефабрика», с долей в общем объеме их производства, соответственно, 13,7, 7,2 и 6,4%.

Для исследования потребительских предпочтений в отношении куриных яиц в магазинах было проведено анкетирование, в котором приняло участие 500 респондентов. Анкета состояла из 17 вопросов. По результатам анкетирования были получены следующие данные: из 500 опрошенных 90% (450 респондентов) приобретают куриные яйца в магазине, 10% (50 респондентов) – не покупают яйца в магазине. Из причин, по которым опрошенные не приобретают куриные яйца были указаны следующие: 20 респондентов указали медицинские противопоказания; 10 респондентов не употребляют продукты животного происхождения; 10 респондентов имеют собственное домашнее хозяйство с курами; 10 респондентов употребляют исключительно перепелиные яйца.

31% опрошенных (150 респондентов) употребляют яйца ежедневно; 59% (280 респондентов) – несколько раз в неделю; 10% (50 респондентов) – 1 раз в неделю и менее.

На вопрос о том, что является главным критерием при выборе куриных яиц, респонденты также отмечали несколько вариантов ответа. Результаты ответов представлены на рисунке 1.

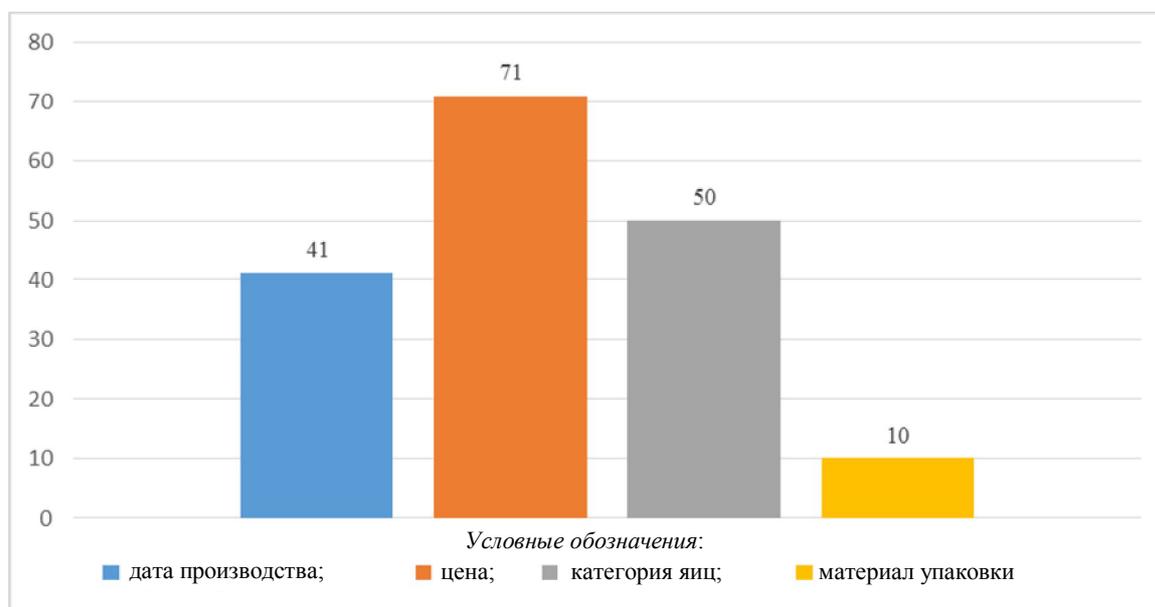


Рисунок 1 – Критерии выбора яиц потребителями

Наиболее часто отмеченным критерием при выборе куриных яиц стала цена. Этот критерий отметили 71% респондентов, меньше всего выбирали – материал упаковки, его указали только 10% опрошенных.

Опрос в отношении ценовой политики относительно куриных яиц в магазинах показал следующие результаты: 50% опрошенных (230 респондентов) считают цены на куриные яйца в магазине приемлемыми; 33% (160 респондентов) – высокими; 17% (80 респондентов) – низкими.

Результаты опроса на предмет предпочтений цвета яйца показали, что 47% (220 респондентов) предпочитают цветные яйца, 20% (90 респондентов) – белые, в то время как для 33% (150 респондентов) цвет не имеет значения (рисунок 2). Предпочтение цветных яиц белым вызвано сложившимся стереотипом, что цветное яйцо вкуснее, полезнее и более приближено к домашнему или деревенскому яйцу. Однако цвет скорлупы не оказывает влияния на химический состав и пищевую ценность яйца, связан только с породой кур [3–4].

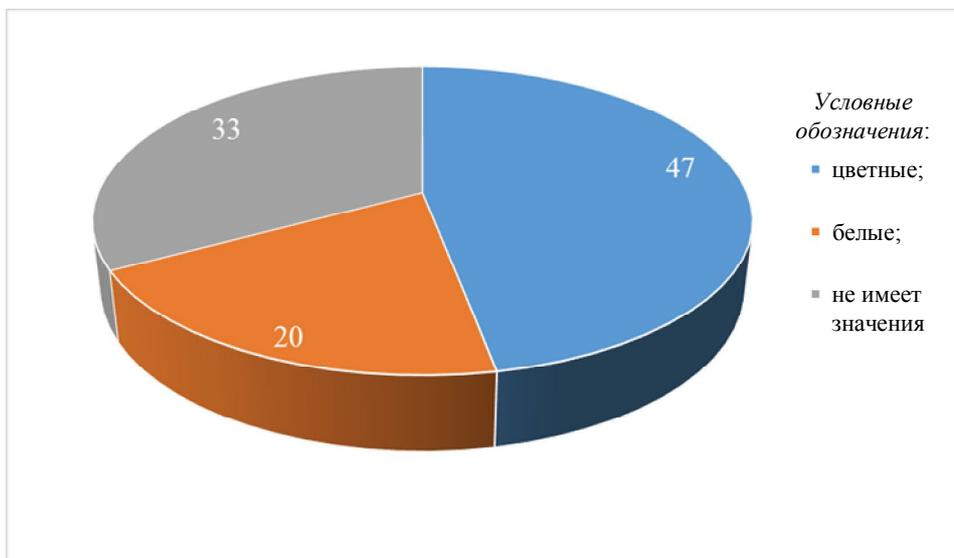


Рисунок 2 – Мнения респондентов в отношении цвета куриного яйца

При ответе на вопрос о видовом предпочтении яиц 78% (390 респондентов) предпочли столовые яйца в то время, как только 22% (110 респондентов) – диетические. Это следует связывать с низкой стоимостью столовых яиц по сравнению с диетическими, а также с тем, что по СТБ 254-2022 «Яйца куриные пищевые. Технические условия» диетические куриные яйца имеют срок годности только 7 суток, по истечении которого они переходят в разряд столовых.

На вопрос о том, яйцо какой категории опрашиваемые предпочитают, респонденты отметили несколько вариантов ответов (рисунок 3).

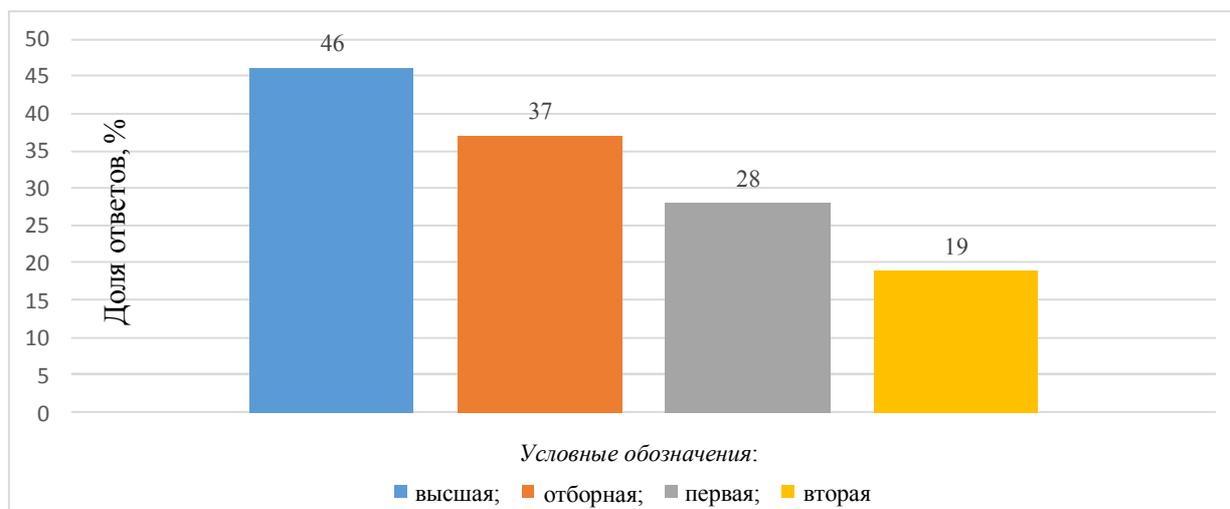


Рисунок 3 – Предпочтения респондентов при выборе категории яиц

Наибольшим предпочтением у респондентов пользуется яйцо высшей категории, а наименее популярно яйцо второй категории. С уменьшением категории яйца падает его популярность, падение оказалось линейным, шаг между вариантами ответов оказался равен четырем (9%).

Причины роста популярности категории яйца следует связывать с ценовыми значениями. Большая категория яиц позволяет экономить количество при приготовлении изделий. Во время анкетирования несколько респондентов отмечали, что одной упаковки яиц высшей категории им хватает на 10 дней для приготовления яичницы, в то время как второй категории только на пять. Им выгоднее покупать яйцо высшей категории, так как одна упаковка таких яиц стоит меньше, чем две упаковки яиц второй категории.

Куриные пищевые яйца являются ценным продуктом питания, содержащим полноценные белки, – 12,7 г на 100 г продукта, 11,5 г жиров, 0,7 г углеводов и все восемь незаменимых для

организма человека аминокислот (валин, изолейцин, лейцин, метионин, треонин, триптофан, фенилаланин, лизин) [1; 5]. Производство пищевых яиц в большой степени призвано удовлетворять биологические потребности организма человека, чему в значительной степени способствует регулярное исследование потребительских предпочтений покупателей этого вида продукции.

Список использованной литературы

1. **Сколько** Беларусь зарабатывает на экспорте яиц [Электронный ресурс] // MyFin.by. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/skolko-belarus-zarabatyvaet-na-eksporte-aic>. – Дата доступа: 16.03.2024.
2. **Яйца** куриные [Электронный ресурс] // edostavka.by. – Режим доступа: <https://edostavka.by/category/824/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
3. **Шилов, А. И.** Импортзамещение на потребительском рынке Беларуси как фактор экономической независимости / А. И. Шилов, О. А. Шилов // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2016. – № 5. – С. 115–118.
4. **Яйца** куриные пищевые. Технические условия : СТБ 254-2022. – Введ. 30.11.2004. – Минск : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 10 с.
5. **Статистический** ежегодник 2022 г. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 15.03.2024.

III. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 339.13:004

А. А. Алетдинова (aletdinova@ngs.ru),
д-р экон. наук, доцент
Новосибирский государственный
аграрный университет

З. А. Капелюк (ectheory@sibupk.nsk.su),
д-р экон. наук, доцент
Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Новосибирск, Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ АНАЛИТИКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

Использование интернет-технологий организациями и населением обеспечило развитие интернет-торговли через организацию онлайн-продаж. Для оперативного принятия решений и планирования деятельности возникла потребность в применении систем аналитики. При этом часть организаций использует существующие системы, а часть создает свои аналитические панели, часто базирующиеся на статистике Яндекса. В статье выделены особенности и преимущества таких аналитических панелей.

The use of Internet technologies by organizations and the public has ensured the development of online commerce through the organization of online sales. For operational decision-making and business planning, there is a need for the use of analytics systems. At the same time, some organizations use existing systems, and some create their own analytical panels, often based on Yandex statistics. The article highlights the features and advantages of such analytical panels.

Ключевые слова: онлайн-продажи; интернет-торговля; электронная коммерция; метрика; система аналитики; аналитическая панель; веб-аналитика; бизнес-задачи.

Key words: online sales; online commerce; e-commerce; metrics; analytics system; dashboard; web analytics; business tasks.

С развитием интернет-технологий и глобализацией экономических процессов онлайн-бизнес эволюционировал из сегмента стартапов в одну из ведущих сфер предпринимательской деятельности. Торговля перешла на новый уровень, цифровой. В последнее десятилетие тенденция онлайн-продаж значительно ускорилась благодаря широкому распространению доступа в интернет. Это повлекло за собой значительные изменения в поведении потребителей и методах ведения бизнеса, адаптировавшимся к электронному формату взаимодействий. Такой подход открыл перед организациями новые возможности для получения прибыли, расширения рынка и удовлетворения изменчивых потребностей клиентов на российском и международном рынках.

По данным исследовательского агентства Data Insight, которое специализируется на электронной торговле, в 2023 г. самым быстроразвивающимся рынком стал российский. Его темп роста составлял 36%, а общий объем составил 92 млрд долл. США. При такой сумме продаж Россия заняла 9-е место среди других стран (рисунки 1 и 2) [1].



Рисунок 1 – Рейтинг стран мира в области розничной электронной коммерции по объему продаж в 2023 г., млрд долл. США

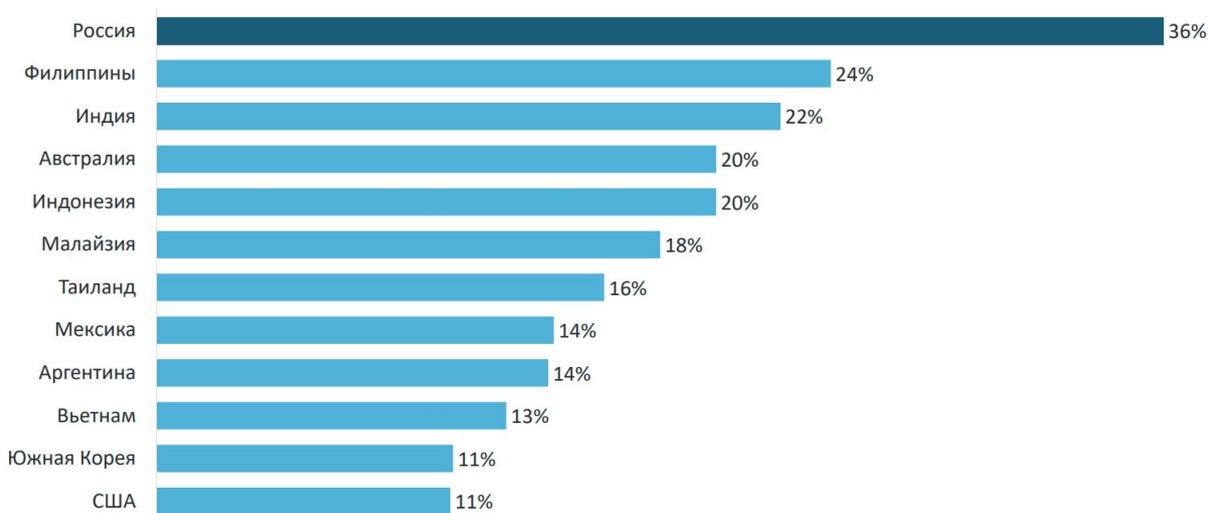


Рисунок 2 – Ведущие страны по росту розничных онлайн-продаж в 2023 г., %

Таким образом, сеть интернет является одним из наиболее привлекательных средств для получения прибыли за счет распространения информации о продаваемых товарах и услугах. В связи с чем использование интернета в качестве основного канала коммуникации компании открывает новые возможности для привлечения и удержания клиентов.

Привлечение новых клиентов возможно с помощью интернет-рекламы, которая характеризуется как оповещение о товарах, идеях и начинаниях, осуществляемая с использованием возможностей сети интернет: сайтов, поисковых систем, статей, каталогов, баннеров и прочих инструментов. Удержание клиентов, в свою очередь, возможно лишь при полном понимании потребностей и ожидания своей целевой аудитории. Знание предпочтений и поведения потребителей позволяет формировать предложения, которые будут максимально востребованы на рынке.

Действия пользователей на веб-сайте, сопряженные с бизнес-задачами компании и позволяющие после их совершения на портале получить экономический эффект в виде прибыли, называются целевыми. Целевые действия позволяют выработать ключевые показатели эффективности – показатели, отражающие деятельность интернет-ресурса и помогающие организации достичь своих тактических и стратегических целей. Каждая организация разрабатывает свои ключевые показатели, которые измеряются через целевые действия. Метрика – это числовой показатель, который измеряет и описывает эффективность работы компании. Бажанов Р. С. выделил основные группы метрик, которые отражают эффективность достижения поставленных задач: бизнес, трафик, вовлечение и социальные [2]. Осуществление оценки ключевых показателей невозможно без использования аналитических инструментов. Их наличие является

обязательным условием при анализе поведения целевых клиентов на исследуемом интернет-ресурсе. Данная деятельность характеризуется направлением веб-аналитики [2].

Веб-аналитика включает в себя процессы измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о пользователях веб-сайтов в сети интернет. Ее основными задачами являются отслеживание посещаемости интернет-ресурса, определение целевой интернет-аудитории, изучение поведения пользователей, а также принятие решений об улучшении и расширении функциональных возможностей веб-сайта [2]. Веб-аналитика необходима для получения данных об активных пользователях, сбора и анализа сведений о покупках, транзакциях, поведении покупателей, доходе от каждого товара и услуги, эффективных методах продвижения предложений предприятий.

Изучение особенностей поведения целевой аудитории может существенно повысить эффективность и результативность работы компаний в сети интернет [3]. Аналитические отчеты позволят сделать выводы и увидеть положение организации. Они позволят проанализировать действия, их эффективность, выявить ошибки компании, что поспособствует пониманию направлений для дальнейшей работы и формированию новых целей и задач. Для разных проектов можно дать оценки бизнесу, трафику, вовлеченности посетителей на сайт и их откликам.

Однако при множестве показателей ручной способ сбора и обработки всей необходимой информации может потребовать значительное количество времени и усилий. Учитывая большой объем данных, просто владеть аналитической информацией недостаточно, необходимо сгруппировать ее таким образом, чтобы она была пригодна для быстрого анализа [4].

Существует множество инструментов для визуализации и анализа данных. Они варьируются от интуитивно понятных до сложных в изучении. Однако не каждый инструмент может масштабироваться в соответствии с целями крупных компаний.

Системы аналитики связывают между собой процессы сбора управленческой информации и принятия эффективных бизнес-решений. Они служат средством преобразования необработанных данных в аналитическую информацию.

Аналитическая панель, или дашборд, реализуемые в данных системах, появились в результате слияния мощных математических инструментов аналитики и оптимального графического представления результатов анализа. Аналитическая панель позволяет отслеживать ключевые показатели эффективности, зависимости данных и тенденции в компактном виде, а также интерактивно изменять параметры. Основная цель использования этого инструмента заключается в возможности отслеживания изменений метрик с течением времени и оценки одной метрики относительно другой. Важно отметить, что дашборд – это не отчет. Отчеты фиксируют состояние данных в определенный период, а дашборды автоматически меняются. Аналитические панели динамичные и интерактивные, поэтому их не нужно создавать заново. Достаточно единожды разработать этот инструмент, чтобы использовать его в дальнейшем для отслеживания изменений.

Дашборды бывают аналитическими, стратегическими и операционными. Применение систем аналитики позволяет:

- оперативно определять динамику движения к целям, выполнение задач и достижение ключевых показателей;
- совершать неожиданные открытия об известном ранее;
- строить обоснованные решения на основе фактов и данных;
- ускорять процессы принятия решений и анализа данных.

В ГОСТ Р ИСО/МЭК 24668 отмечается, что развитие аналитической зрелости организации основывается на понимании потребностей в аналитике данных, определении требования к приложениям аналитики данных, культуре принятия управленческих решений на основе или с учетом данных [5].

В настоящее время аналитические панели интегрированы во многие сервисы, связанные с онлайн-продажами. Рассмотрим их на примере двух популярных российских инструментов:

- система аналитики «Яндекс.Метрика» (демонстрирует изменение посещаемости сайта поминутно, источник посетителей и их время пребывания на сайте (рисунок 3));
- сервис рекламы «Яндекс.Директ» (демонстрирует количество кликов и конверсий, суммы расходов и доходов по всем рекламным кампаниям в разрезе кампании и дня (рисунок 4)).

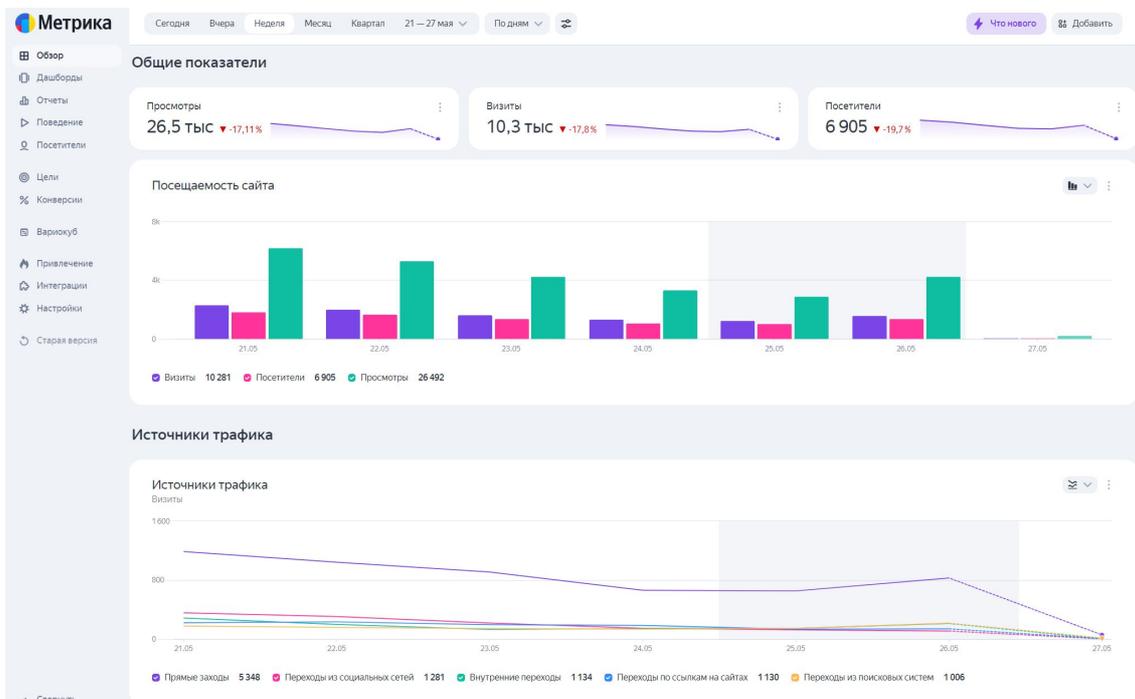


Рисунок 3 – Пример аналитической панели в системе «Яндекс.Метрика»

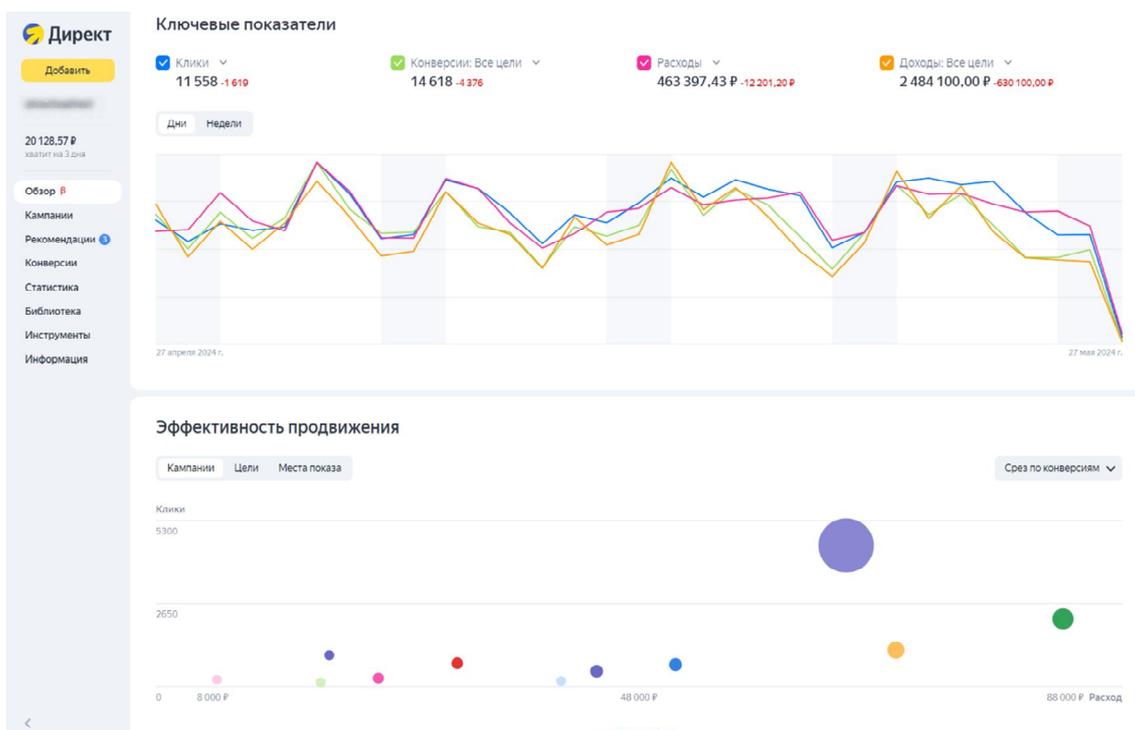


Рисунок 4 – Пример аналитической панели в системе «Яндекс.Директ»

Видно, что в этих панелях используются различные способы отображения данных: виджеты, диаграммы и графики.

Однако возможны случаи, когда типы диаграмм, выбранные для визуализации информации, не соответствуют выводимым значениям. Это создает проблемы с анализом графиков и диаграмм, что требует дополнительных временных затрат у пользователей описываемых систем.

Компании, которые могут собирать свои данные в пользовательские дашборды и быстро реагировать на них, будут более конкурентоспособны на рынке интернет-торговли, поскольку смогут принимать обоснованные решения раньше, чем конкуренты. Скорость – это ключевой

фактор, а визуализация помогает в понимании значительного объема данных путем применения визуального представления к ним.

Таким образом, создание и использование систем аналитики обеспечивает конкурентоспособность организаций, занимающихся интернет-торговлей.

Список использованной литературы

1. **Интернет-торговля** в России [Электронный ресурс] // Data Insight. – Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2023. – Дата доступа: 25.05.2024.
2. **Бажанов, Р. С.** Веб-аналитика для интернет-проектов: ключевые показатели, как основа измерения эффективности / Р. С. Бажанов // Перспективы науки. – 2014. – № 9. – С. 101–108.
3. **Штанюк, Н. А.** Web-аналитика – эффективный инструмент совершенствования бизнес-процессов предприятия / Н. А. Штанюк // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. Вып. 8 / Бел. гос. экон. ун-т ; редкол.: А. А. Быков (пред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 179–181.
4. **Караулов, Н. Н.** Использование панелей индикаторов для оценки результативности деятельности предприятия / Н. Н. Караулов // *π-Economy*. – 2015. – № 3 (221). – С. 232–244.
5. **Al-Eisawi, D.** The effect of organisational absorptive capacity on Business Intelligence systems efficiency and organisational efficiency / D. al-Eisawi, A. Serrano, T. Koulouri // *Industrial Management & Data Systems*. – 2020. – Vol. 121, № 2. – P. 519–544.

УДК 65.011.56 : 004.8

А. Ю. Андронов (andronov87@bk.ru),
ст. преподаватель

Д. А. Башарина (basharina2004@list.ru),
студентка

В. А. Бруева (bruevavarvara5@gmail.com),
студентка

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
г. Новосибирск, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

В статье рассмотрены информационные технологии в бизнесе и их влияние на эффективность и конкурентоспособность компаний, проанализировано применение информационных технологий и цифровых инструментов, таких как: искусственный интеллект, блокчейн, облачные технологии, большие данные. В результате работы было подтверждено, что информационные технологии играют важную роль в современных организациях, повышая их производительность и эффективность.

The article examines information technologies in business and their impact on the efficiency and competitiveness of companies, analyzes the use of information technologies and digital tools, such as artificial intelligence, blockchain, cloud technologies, and big data. As a result of the work, it was confirmed that information technology plays an important role in modern organizations, increasing their productivity and efficiency.

Ключевые слова: информационные технологии; бизнес; автоматизация бизнес-процессов; большие данные; искусственный интеллект; блокчейн; облачные технологии; инновации.

Key words: information technology; business; business process automation; big data; artificial intelligence; blockchain; cloud technologies; innovation.

Информационные технологии стали неотъемлемой частью современного бизнеса, они преобразуют деятельность компаний: их взаимодействие с клиентами и конкурентами способствуют автоматизации бизнес-процессов, улучшают доступность для пользователей, обеспечивают анализ данных для принятия обоснованных решений, улучшают коммуникацию как внутри компании, так и с потребителями, а также предоставляют новые возможности для маркетинга и продаж. В целом, информационные технологии помогают бизнесу быть более гибким, адаптивным и успешным в современной цифровой экономике [1].

Информационные технологии развиваются не просто ради самого развития, а с учетом конкретных потребностей, для которых предприятие осуществляет свою деятельность. В новых информационных технологиях появляются такие инструменты, как искусственный интеллект (ИИ), блокчейн, облачные технологии, большие данные (Big Data) и имеют огромное значение как для бизнеса, так и для автоматизации бизнес-процессов [1].

Использование больших данных. В своей работе Д. В. Неренц, доцент кафедры журналистики, уточняет смысл больших данных: «Big Data как любой набор данных, который имеет настолько большой объем, что с ним трудно работать традиционным информационным системам. Еще один подход к определению заключается в акцентировании внимания на некий комплексный набор методов и технологий, которые преобразуют исходные данные в полезную информацию для различных целей» [2].

Анализ больших данных стал одним из основных инструментов для принятия стратегических решений в бизнесе. Благодаря цифровым технологиям компании могут собирать, хранить и анализировать огромные объемы данных, что позволяет выявлять новые тренды, прогнозировать спрос, улучшать качество продукции и услуг. Более того, анализ больших данных может помочь компаниям в выявлении проблем и неисправностей в процессе производства или предоставления услуг. Путем анализа данных о производственных операциях или обратной связи от клиентов компании могут быстро обнаружить проблемные области, предпринять меры для их устранения и оптимизировать бизнес-процессы, улучшить производительность и сократить издержки, а также большие данные могут стимулировать инновации, помогая компаниям разрабатывать новые продукты и услуги на основе анализа данных о потребностях рынка. Анализ больших данных является мощным и полезным инструментом, который позволяет компаниям получать ценную и необходимую информацию из огромного объема данных.

Искусственный интеллект. По мнению доктора экономических наук, профессора Н. В. Городновой, «искусственный интеллект – это способность технологий имитировать интеллектуальную деятельность, например обучаться на основе информации и заданных правил, делать логические выводы и корректировать свои решения. ИИ применяется для создания экспертных систем, обработки данных на естественном языке, распознавания речи и машинного зрения и т. п.» [3].

Искусственный интеллект относится к разработке систем, способных выполнять задачи, обычно требующие участия человеческого интеллекта. Это включает в себя такие функции, как распознавание речи, обработка естественного языка, принятие решений, планирование, анализ данных и многое другое.

Распознавание речи и обработка естественного языка тесно взаимосвязаны, а именно технологии распознавания речи могут быть использованы для автоматизации звонков, расшифровки разговоров и создания голосовых помощников, а далее обработка естественного языка позволяет компаниям анализировать и понимать текстовую информацию, включая обратную связь клиентов, социальные медиа, электронную почту и другие источники данных для определения тенденций и автоматизации коммуникаций с клиентами. Искусственный интеллект может помочь в принятии решений и планировании, предоставляя аналитику и прогнозирование для улучшения управления бизнес-процессов. Функция анализа данных искусственного интеллекта может обрабатывать большие объемы информации быстрее и точнее, чем человек, что и позволяет прогнозировать и оптимизировать процессы и повышать эффективность бизнеса. В наше время современные и инновационные компании, такие как «Сбербанк» и «Яндекс», активно внедряют искусственный интеллект в качестве дополнения работы сотрудников, так как это экономит бюджет компаний и улучшает операционную эффективность. В целом, эти функции искусственного интеллекта помогают бизнесам улучшить многие сферы их деятельности.

Блокчейн. Доцент кафедры финансового мониторинга К. В. Найденова развернуто поясняет понятие блокчейн: «Блокчейн – это децентрализованная и распределенная технология ведения реестра, которая направлена на обеспечение прозрачности, безопасности и целостности данных. Данный термин стал известен благодаря построенной на основе этой технологии криптовалюты – биткойн (Bitcoin). Благодаря запуску Биткойна использование блокчейн-технологии стало реальностью для многих сфер деятельности» [4]. Блокчейн-технология обеспечивает прозрачность и надежность обмена информацией между участниками бизнес-процессов. Каждый участник может проверить целостность данных, что помогает предотвратить мошенничество и снизить риски для компаний. Использование блокчейна также позволяет сократить затраты на транзакции, убирая посредников и снижая комиссии. Благодаря отсутствию необходимости дополнительной обработки данных и согласования условий с посредниками блокчейн ускоряет процесс транзакций, повышая эффективность бизнес-процессов. Блокчейн обеспечивает безопасность благодаря следующим механизмам: децентрализация, шифрование, неподдельность данных, контроль доступа:

– Децентрализация: блокчейн не хранится в одном центральном месте, а копия базы данных хранится на каждом устройстве. Это затрудняет несанкционированный доступ и взлом базы данных.

– Шифрование: данные в блокчейне защищены с помощью специальных методов шифрования, что и обеспечивает конфиденциальность информации.

– Неподдельность данных: блокчейн обеспечивает целостность информации, так как информация не может быть изменена без согласия большинства участников.

– Контроль доступа: участники могут иметь контроль над своими данными и решать, кто имеет доступ к ним. Эти механизмы позволяют блокчейну обеспечивать высокий уровень безопасности данных, что и делает его популярным в компаниях.

Облачные технологии. По мнению М. А. Мирошниченко, кандидата экономических наук, доцента кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, «облачные технологии работают как отдельная вычислительная единица при обработке конкретных запросов, организуют систему распределения ресурсов, банк данных и другие ИТ-средства, построенные на последовательности серверных вычислений и хранении данных с возможностью внешнего и внутреннего доступа» [5]. Альтернативными источниками хранения информации на локальных серверах и компьютерах могут являться облачные сервисы, позволяющие работать с данными удаленно через интернет.

Облачные хранилища позволяют компаниям хранить большие объемы данных без необходимости инвестировать в свои серверы; обеспечивают гибкость и масштабируемость, что позволяет компаниям быстро адаптироваться к изменяющимся реалиям и требованиям рынка и распространять свои ресурсы по мере необходимости; дают доступ к новейшим разработкам, таким как искусственный интеллект, машинное обучение и блокчейн. Одним из сервисов, позволяющем хранить файлы на серверах, является Veeline cloud. С его помощью можно работать с файлами с любого устройства, подключенного к интернет-сети, и размещать на облачных серверах базы данных.

Информационные технологии играют все более важную роль в современном бизнесе, открывая новые возможности для развития компаний и улучшения их конкурентоспособности. В условиях быстро меняющегося рынка ключевым фактором успеха является умение понимать и эффективно применять информационные технологии.

Дальнейшее развитие информационных технологий будет определять будущее бизнеса и формирование новых моделей бизнеса. По мере того как появляются новые информационные технологии и цифровые инструменты, предприятиям необходимо постоянно адаптироваться и внедрять их в свои бизнес-процессы, чтобы оставаться конкурентоспособными и рентабельными. Бизнес, использующий информационные технологии и новые цифровые инструменты, будет опережать своих конкурентов и трансформироваться в лучшую сторону.

Список использованной литературы

1. Сулимова, Е. А. Применение современных цифровых технологий в бизнесе / Е. А. Сулимова, М. В. Ермишин // Экономика строительства. – 2022. – № 9. – С. 131–137.
2. Неренц, Д. В. Специфика работы с «большими данными» в современных СМИ / Д. В. Неренц // Филология: науч. исслед. – 2021. – № 4. – С. 28–37.
3. Городнова, Н. В. Применение искусственного интеллекта в бизнес-сфере: современное состояние и перспективы / Н. В. Городнова // Вопр. инновац. экономики. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 1472–1492.
4. Найденкова, К. В. Блокчейн-технология и ее влияние на бизнес-модели компаний / К. В. Найденкова, Ю. С. Налбандян // Финансовая безопасность. Современное состояние и перспективы развития : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 14–15 декабря 2022 г. / Нац. исслед. ядер. ун-т «МИФИ»; редкол.: А. Н. Норкина [и др.]. – М., 2022. – С. 107–115.
5. Мирошниченко, М. А. Облачные технологии – направление развития современных информационных систем компании в цифровой экономике / М. А. Мирошниченко, А. А. Абдуллаева, М. А. Дементьев // Естеств.-гуманитар. исслед. – 2023. – № 1 (45). – С. 164–171.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Активное вовлечение и использование прогрессивного мирового опыта на основе новейших достижений науки и техники способствуют бурному росту отечественной сферы образования, всестороннему прогрессу нашего государства, дальнейшему упрочению его позиций в числе развитых мировых держав. Осуществляемые меры по фронтальной цифровизации определяют стремительный характер коренной модернизации отечественной сферы науки и образования.

Active involvement and use of progressive world experience on the basis of the latest achievements of science and technology contribute to the rapid growth of the domestic sphere of education, comprehensive progress of our state, further consolidation of its position among the developed world powers. Measures implemented for frontal digitalization determine the rapid nature of the radical modernization of the domestic field of science and education.

Ключевые слова: цифровое образование; электронная информационно-образовательная среда; информационно-коммуникационные технологии.

Key words: digital education; electronic information and educational environment; information and communication technologies.

Экономическое развитие по праву признается инструментом укрепления мощи страны, улучшения качества жизни людей, развития человеческого капитала, совершенствования сфер национального образования и науки.

Цифровое образование в современных условиях становится выраженной глобальной тенденцией. Цифровизация образования предполагает неотъемлемое создание новых возможностей и полномочий на рынке труда. Это приводит к кардинальным изменениям во всей системе образования, включая методы, подходы, принципы, цели и содержание. В результате объем трансграничных методов (cross-border education) получения образования продолжает расширяться. На постоянно расширяющемся мировом рынке образования возникает высококонкурентная среда.

На современном этапе Возрождения новой эпохи могущественного государства в Туркменистане продолжается реализация масштабных социальных, политических и экономических реформ. Осуществляемые меры по фронтальной цифровизации определяют стремительный характер коренной модернизации отечественной сферы науки и образования. Активное вовлечение и использование прогрессивного мирового опыта на основе новейших достижений науки и техники способствуют бурному росту отечественной сферы образования, всестороннему прогрессу нашего государства, дальнейшему упрочению его позиций в числе развитых мировых держав. Таким образом, на передний план стратегических приоритетов выходят задачи наиболее полного и эффективного использования интеллектуального потенциала нации, прикладного внедрения наиболее перспективных научных разработок, которые напрямую увязываются с оптимальным сочетанием IT-технологий и результатами фундаментальных и прикладных исследований.

Базовая функция цифровой экономики обусловлена задачами по формированию информационной базы по вопросам всестороннего развития нашего государства. Используя эту систему, можно, к примеру, подключиться к профильному информационному серверу услуг и в дистанционном формате, оперативно и удобно осуществлять различные формы оплаты по взаиморасчетам.

Цифровая среда обеспечивает подключение подразделений среднего и высшего звеньев профессионального образования к широкополосному интернету, позволяя наладить широкий доступ к глобальным информационным ресурсам. Это предоставляет возможность активно пользоваться информационными ресурсами образовательного портала, созданного на базе образовательных учреждений, в частности, облегчает поиск и доступ к редким изданиям и литературным источникам, позволяет наладить дистанционный формат процесса обучения, а также способствует оперативному распространению наиболее эффективных теоретических и прикладных разработок. Технологическое развитие вызывает интенсивную компьютеризацию сфер

экономики и образования, ускоряет процессы электрификации и автоматизации, стимулирует интеллектуальное развитие, обуславливает стремительную цифровизацию.

Основные направления эффективного использования информационно-коммуникационных технологий в области развития инфраструктуры и применения образовательных технологий предусматривают:

- совершенствование материально-технической базы образовательных учреждений посредством улучшения обеспеченности компьютерной техникой и другими средствами инженерной инфраструктуры и их регулярное обновление;
- совершенствование системы технического контроля и поддержки технических средств информационно-коммуникационных технологий в образовательных учреждениях;
- создание сетевой информационно-коммуникационной инфраструктуры образовательных учреждений;
- развитие интернет- и интранет-сервисов и предоставление доступа к сети;
- разработка и внедрение современных электронных учебно- методических комплексов по всем учебным предметам (циклам, модулям, курсам);
- применение в учебном процессе электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, а также образовательных технологий, основанных на современных технологических разработках (робототехника, виртуальная и дополненная реальность, умные технологии, искусственный интеллект и другие);
- создание информационно-ресурсного центра по применению информационно-коммуникационных технологий в образовании;
- организация эффективного использования мировых информационных ресурсов в образовании;
- организация использования интерактивных возможностей средств инновационных технологий в процессе обучения;
- обеспечение эффективного применения и развития информационных систем и технологий в управлении образованием, расширение применения принципов «электронного правительства»;
- создание единого образовательного портала;
- создание и развитие региональных информационно-учебных центров для расширения возможностей местного населения обращаться к электронным образовательным ресурсам.

В целях совершенствования подготовки высококвалифицированных специалистов в современных реалиях в стране ведется большая работа по технологической модернизации образовательных учреждений. В рамках подготовки специалистов с мировым уровнем образовательной подготовки в орбиту данной модернизации все активнее вовлекаются отечественные вузы, в том числе экономического профиля. Экономическая отрасль национального профессионального образования является основным звеном подготовки профессиональных экономистов.

Концепция развития системы цифрового образования в Туркменистане, утвержденная постановлением Президента Туркменистана, а также план действий по ее эффективной реализации закрепляют комплекс мероприятий по определению современного уровня и векторов развития национальной сферы образования [1]. Концепцией предусмотрены в том числе меры по созданию целого ряда новых образовательных центров-порталов.

Основная цель концепции – обеспечить все уровни образования качественной электронной образовательной информацией в соответствии с инновационным развитием страны, обогатить содержание образования, предоставляемого в образовательных учреждениях, повысить его качество, широко используя цифровые ресурсы, улучшить методику преподавания.

Цифровая экономика все шире вовлекает в свою орбиту различные отрасли и сегменты, организации, учреждения и предприятия отечественной экономики, существенно расширяя потенциал новых методов, подходов, возможностей работников. С учетом данной особенности повсеместно ведется работа по дополнительному профессиональному обучению работников и внедрению цифровых технологий. Именно она по праву признается критерием оценки трудовых ресурсов, в связи с чем в стране создаются все условия для эффективного функционирования профильных подразделений. Современное технико-технологическое оснащение образовательных учреждений, функционировавших ранее и вновь возводимых во всех уголках Туркменистана, отражает поступательные шаги по внедрению цифрового образования в стране.

Выведение нашей страны, в том числе через активную цифровизацию национальной экономики, на уровень развитых мировых держав, развитие электронной промышленности, нара-

щивание интеллектуального потенциала, освоение инновационных технологий в сфере бизнеса и информационных коммуникаций, определяя стратегические векторы инициированной Президентом Туркменистана доктрины всестороннего развития страны, намечают конкретные шаги и решения по их практическому претворению.

Основными элементами электронной информационно-образовательной среды являются базы данных и электронные образовательные ресурсы, связанные между собой посредством совокупности технических и программных средств, обеспечивающих функционирование этой среды.

Электронные образовательные ресурсы являются основополагающим компонентом электронной информационно-образовательной среды, ориентированным на реализацию учебного процесса на основе инновационных технологий.

Структура, предметное содержание и метаданные электронных образовательных ресурсов должны соответствовать их назначению в учебном процессе и требованиям их специфики функционирования в электронной информационно-образовательной среде конкретного образовательного учреждения.

Функциональные возможности применения электронных образовательных ресурсов в учебном процессе в значительной степени определяются такими их свойствами, как интерактивность, коммуникативность, возможность представления учебных материалов (текст, графика, анимация, аудио, видео и т. д.) средствами мультимедиа и компьютерного моделирования, а также автоматизация различных видов учебного процесса.

Применение электронных образовательных ресурсов в учебном процессе в сочетании с системами управления обучением позволяет эффективно реализовать организацию самостоятельной работы обучающихся. Электронные образовательные ресурсы формируются в таких основных структурах, как электронная библиотека образовательного учреждения, обеспечивающая доступ к информационным ресурсам, включая печатные, электронные и аудиовизуальные материалы; электронная база электронных образовательных ресурсов, в которой содержатся учебные, учебно-методические, организационные и другие материалы; автоматизированная информационная система сопровождения учебного процесса; система личных кабинетов.

Система личных кабинетов участников образовательных отношений различных уровней образования служит для осуществления доступа к различным разделам электронной информационно-образовательной среды, включая электронные образовательные ресурсы, для осуществления и поддержки учебного процесса.

Метаданные электронных образовательных ресурсов представляют собой структурированные данные, предназначенные для описания основных характеристик электронных образовательных ресурсов, включая электронные учебно-методические комплексы, а также для их систематизации и эффективного применения в электронных информационно-образовательных средах. Метаданные могут быть как составной частью электронного образовательного ресурса, так и самостоятельным компонентом электронной информационно-образовательной среды.

Использование метаданных в электронной информационно-образовательной среде обеспечивает эффективный поиск и компоновку объектов образовательного контента при создании новых электронных образовательных ресурсов.

Развитие цифровых основ требует современного развития системы образования для адаптации к сложной цифровой среде, а также разработки некоторых этических аспектов долгосрочного будущего использования цифровых технологий. Переход к персонализированному (полностью адаптированному к каждому отдельному учащемуся) методу обучения приводит к повышению гибкости системы образования, помогает полностью адаптировать предоставляемое образование к возможностям учащегося, уровню его знаний, желания и поставленной цели, заранее поощряет разработку системы оценки.

В таких условиях педагог становится не только «информатором, распространителем, исполнителем», но и наставником-проводником, собирающим жаждающих знаний молодых людей в постоянно расширяющемся образовательном пространстве и указывающим правильный путь среди обильных информационных потоков. Основная цель системы образования в условиях цифровой экономики – создание информационного пространства знаний. Основным инструментом развития системы образования с помощью информационно-коммуникационных технологий является создание различных технологических платформ, позволяющих осуществлять дистанционное обучение. В развитии системы цифрового образования большое значение придается созданию единой базы учебных материалов, обеспечивающей удаленный доступ к образовательным учреждениям.

Инженерная инфраструктура информационно-коммуникационных технологий в системе образования предназначена для комплексного управления технологическими процессами в образовательных учреждениях с применением средств вычислительной техники и телекоммуникаций.

К инженерной инфраструктуре информационно-коммуникационных технологий в системе образования относятся:

- телекоммуникационная инфраструктура;
- инфраструктура хранения и обработки данных, так как современное информационное пространство характеризуется высокой динамикой и большими объемами данных;
- локально расположенные средства вычислительной техники, в том числе рабочие станции общего назначения, серверное оборудование, средства печати, копирования, сканирования данных и т. д.;
- средства обеспечения информационной безопасности, обеспечивающие защиту информации от вредоносного воздействия компьютерных вирусов, несанкционированного доступа, а также для обеспечения конфиденциальности и целостности информации, выявления уязвимостей и мониторинга инцидентов информационной безопасности, резервного копирования и восстановления информации.

Также должна обеспечиваться техническая поддержка инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий для обеспечения ее непрерывного функционирования и применения в учебном процессе.

Наша страна остается в русле новейших тенденций в данной сфере: отечественные образовательные учреждения активно подключаются к высокоскоростному интернету на основе новейших цифровых платформ, налаживается сочетание традиционных и дистанционных форм обучения, видео-консалтинга. Создаются цифровые порталы по отдельным темам и дисциплинам, электронный документооборот, электронное тестирование, электронные журналы, дистанционное образование, научно-исследовательская деятельность и обмен, учебная литература, пособия, справочники и словари, современные учебно-прикладные курсы, видео и аудиоматериалы, интерактивные мультимедийные программы, учебно-наглядные пособия, информационные стенды и буклеты и т. д. В данном контексте в образовательной сфере реализуется широкий ассортимент возможностей, связанных с электронными учебно-прикладными элементами и целостными структурами.

Сфере образования отдается особый приоритет в обеспечении решительного перехода к рыночной экономике. Главной целью такого перехода указывается расширение производства, налаживание новых видов деятельности с активным вовлечением всех социальных слоев и групп в орбиту обучения и образования, включающего в себя помимо новых форм и путей индивидуальной учебы прививание навыков эффективного управления собственными ресурсами знаний и беспрепятственное ориентирование в современных цифровых инновациях и форматах.

Список использованной литературы

1. **Президент** Туркменистана утвердил Концепцию цифровой образовательной системы [Электронный ресурс] // Туркменистан: Золотой век. – Режим доступа: <https://turkmenistan.gov.tm/ru/post/29611/prezident-turkmenistana-utverdil-kontseptsiyu-tsifrovoi-obrazovatelnoi-sistemy>. – Дата доступа: 15.09.2017.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБЛАСТИ СНИЖЕНИЯ АВАРИЙНОСТИ МОРСКОЙ НАВИГАЦИИ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА

В статье раскрыты понятия «искусственный интеллект» и «муравьиный алгоритм». Определены основные причины аварий морского транспорта. Предложены варианты решения проблемы аварийности, включающие внедрения алгоритмов искусственного интеллекта в работу судовых навигационных систем.

The article reveals the concepts of “artificial intelligence” and “ant algorithm”. The main causes of maritime transport accidents have been identified. Solutions to the problem of accidents are proposed, including the introduction of artificial intelligence algorithms into the operation of ship navigation systems.

Ключевые слова: аварийность; безопасность; информационная система; искусственный интеллект; навигация; морской транспорт.

Key words: accident rate; safety; information system; artificial intelligence; navigation; marine transport.

Безопасность мореплавания является приоритетным направлением при оценке современного состояния морской транспортной системы с морскими судами значительного размера и интенсивностью движения.

Безопасность мореплавания – это относительно стабильное состояние (положение), обеспечивающее сохранность человеческой жизни, судов и перевозимых грузов, регламентируемое системой международных и государственных мер технического, организационного, экономического, социального и правового характера [1].

Обеспечение безопасности мореплавания – это совокупность мероприятий, связанных с достижением необходимого уровня надежности и живучести судна, с внешними для судна факторами, обеспечивающими безопасную деятельность судна в Мировом океане [1].

Суда, плавающие в полярных водах, сталкиваются с рядом больших опасностей. Дальность расположения полярных районов осложняет спасение и ликвидацию последствий загрязнения среды. Низкие температуры могут снизить эффективность функционирования множества судовых механизмов, начиная от палубных механизмов и спасательного оборудования и кончая насосами забортной воды. Наличие льда создает дополнительные нагрузки на корпус, главный двигатель и вспомогательные механизмы.

Ураганный ветер, шторм на море и туман, плавание в ледовых условиях – наиболее распространенные причины возникновения аварийных случаев с судами.

Условия внешней среды характеризуются гидрометеорологическими параметрами, которые включают: направление и скорость ветра, высоту и длину волн, температуру наружного воздуха и забортной воды, состояние морского дна.

Европейское агентство морской безопасности ежегодно публикует государственные доклады о чрезвычайных ситуациях, включая ситуации на водном транспорте [2]. Статистика показывает, что большая часть аварий – это столкновения и посадка на мель (рисунок 1) [3].

Столкновение судов – наиболее опасная ситуация как для судна в целом, так и для экипажа и груза, которые в большинстве случаев несут в себе угрозу загрязнения окружающей среды. Поэтому более подробно следует рассмотреть именно этот вид аварий.

Анализ аварийности мирового судоходства свидетельствует о том, что более трети всех аварийных происшествий на море происходит в результате ошибок, допущенных экипажами судов. В большинстве случаев эти ошибки носят навигационный характер, но имеют место и ошибки технического и эксплуатационного характера.

Анализируя статистику аварийности судов в арктических условиях, на территории российского морского бассейна, так и в мировом водном пространстве, можно сделать вывод, что наиболее частыми авариями на водном транспорте являются столкновения судов. Основные причины – ошибки в действиях команды, которые приводят к несвоевременной остановке судна или его маневру.

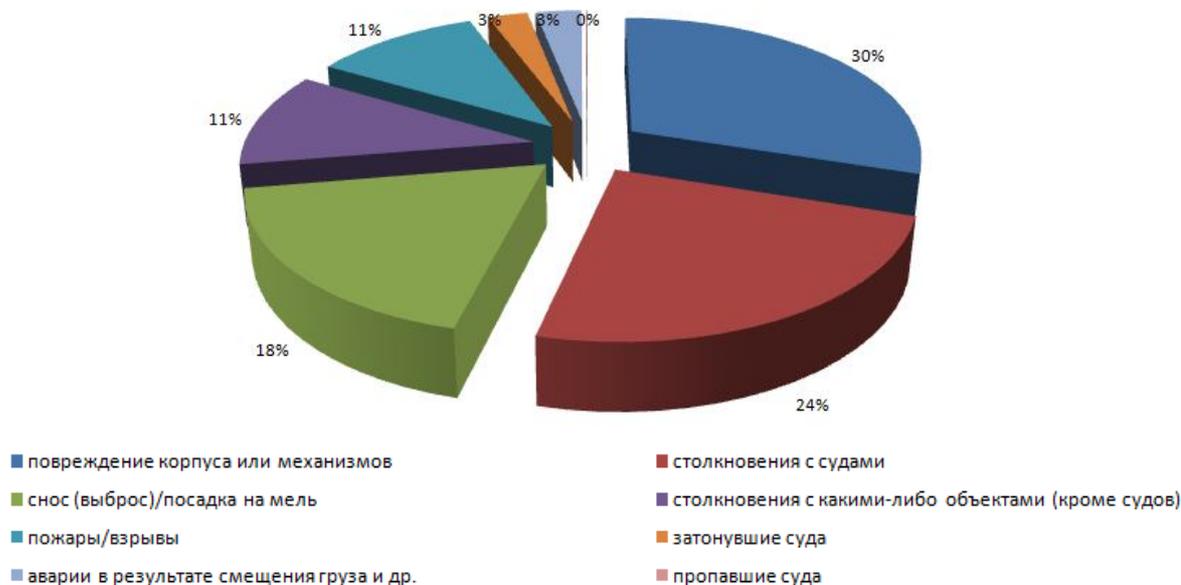


Рисунок 1 – Соотношение состояния средней аварийности на море в мире за 2005–2023 гг.

Распределение столкнувшихся судов морского флота по районам и участкам в процентах к общему числу столкнувшихся показано в таблице.

Распределение столкновений судов в мире по районам и участкам

Районы, участки	Число столкновений, %				
	Южный	Северо-Западный	Дальневосточный	Другие	Всего
Открытое море	5,4	11,4	4,1	1,8	22,7
Реки и каналы	8,2	21,4	–	1,4	31,0
Проливы и фарватеры	11,8	16,8	6,8	–	35,4
Порты и рейды	3,2	6,8	0,9	–	10,9
Всего	28,6	56,4	11,8	3,2	100,0

Использование современных информационно-навигационных технологий, обладающих коммуникационными способностями, совместно с системами глобального позиционирования в управление морским транспортом в режиме реального времени, позволяет избежать большинства ошибок, связанных с человеческим фактором.

Одним из примеров внедрения этих технологий на судах стали навигационно-информационные системы (НИС) с электронными картами и системы глобального позиционирования. Навигационные системы судна, ориентированные на судоводителя, обладают информационно-коммуникационными способностями, позволяющими снабдить вахтенного помощника в реальном времени точной, надежной информацией, требуемой для принятия решений по управлению судном.

Пользовательский интерфейс НИС представляет собой среду организации взаимодействия оператора с системой. Он позволяет судоводителю изменять системные параметры, вводить данные, выбирать виды сервиса и функции, которые должна выполнять система. Подключение дополнительных модулей обеспечивает поддержку принятия решения судоводителем. К сожалению, ни один модуль не обеспечивает рекомендацией экипаж при управлении судном.

Значительную часть своей повседневной жизни мы проводим, взаимодействуя с интеллектуальными системами. Искусственный интеллект (ИИ) применяется для решения сложных задач в нашей жизни и не только.

Существует множество задач, связанных с высокоуровневыми системами принятия решений, и как раз методы машинного обучения и ИИ активно используются для их решения, например: для планирования перехода морского судна, лоцманской проводки используют автономные необитаемые подводные аппараты для распределенного решения задачи патрулирования заданной территории.

Для измерения свойств воды специально разработанные роботы оснащены большим количеством датчиков и гироскопами, которые позволяют им собирать информацию о состоянии акватории и передавать информацию в систему навигации (рисунок 2).

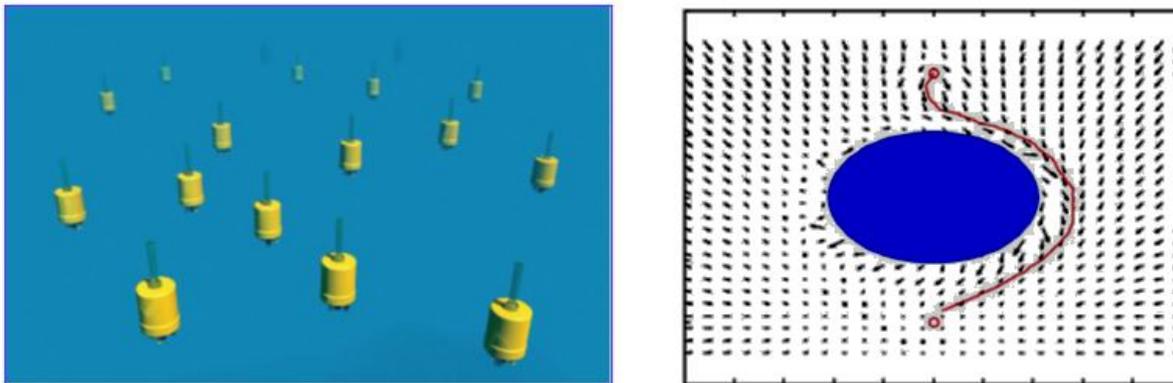


Рисунок 2 – Рой роботов для получения информации об океанских течениях

Примечание – Источник: [4].

Метод мягких вычислений (МВ) – методы, лишенные таких недостатков, как неточность вычисления и неопределенность ответа в процентах. Возможность работать в неопределенной и изменяющейся среде сделала эти алгоритмы подходящими для решения проблем управления, а также проблем навигации.

Все интеллектуальные методы мягких вычислений обладают различными достоинствами, в частности, возможностью изучать и интерпретировать локальную обстановку для определения типа возникающих в ходе планирования пути [5].

«Муравьиный» алгоритм оптимизации – впервые эта концепция была представлена в начале девяностых годов. Она черпает вдохновение в поведении муравьев. В настоящее время реализовано множество проектов, опирающихся на технологии ИИ (рисунок 3).

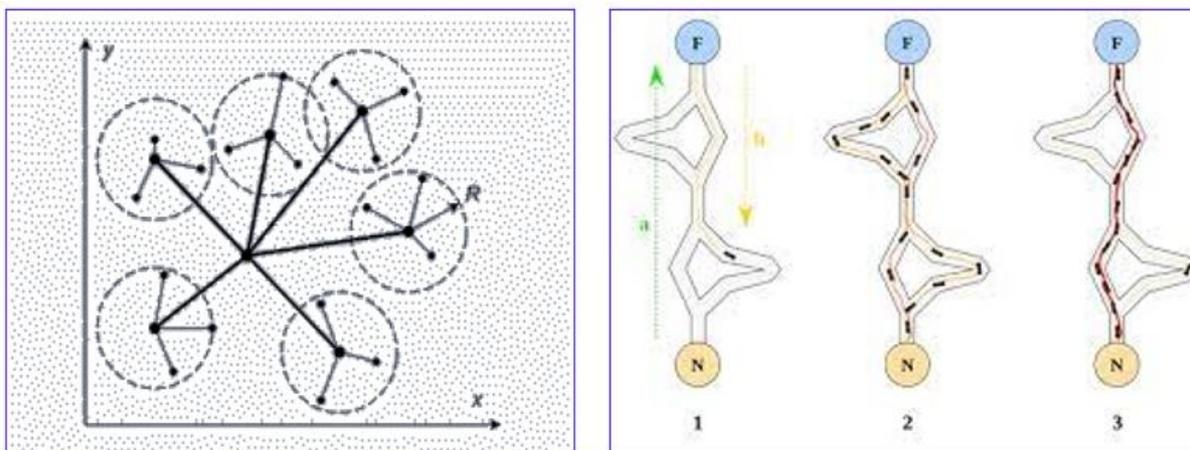


Рисунок 3 – Типы алгоритмов вычисления (пчелиный и муравьиный) [5]

Интеллектуальные технологии навигации и планирования нашли широкое применение в задачах морской робототехники. В настоящее время реализовано множество проектов, опирающихся на эти технологии. Подводя итог, следует признать, что не все алгоритмы подходят для решения общей задачи в индивидуальном применении, потому что каждая задача должна следовать собственным специфическим критериям. Однако объединение и комбинирование алгоритмов позволяют повысить эффективность решения, дополняя достоинства и перекрывая недостатки друг друга.

Список использованной литературы

1. **Навигация** : учеб. / Ю. К. Баранов [и др]. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Лань, 1997. – 512 с.
2. **Материалы** в ежегодный доклад Европейского Агентства морской безопасности (2005–2021 гг.) [Электронный ресурс] // Мимо.com.ua. – Режим доступа: <http://мимо.com.ua/>

info/247-emsa-european-maritime-safety-agency-evropeyskoe-agentstvo-po-bezopasnosti-na-more-eabm.html. – Дата доступа: 26.05.2024.

3. **Материалы** в ежегодный государственный доклад «О состоянии защиты населения и территорий Российской Федерации от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» [Электронный ресурс] // МЧС России. – Режим доступа: http://www.mchs.gov.ru/upload/site1/2016/Gosdoklad_Obedinen.pdf. – Дата доступа: 26.05.2024.

4. **Институт** океанографии Скриппса исследует океан с помощью роя подводных роботов [Электронный ресурс] // Pinterest. – Режим доступа: [Институт океанографии Скриппса исследует океан с помощью роя подводных роботов \(pinterest.com\)](https://www.pinterest.com/pin/101483441059989111/). – Дата доступа: 26.05.2024.

5. **Мягкие** вычисления: понятие, классификация, решаемые задачи. [Электронный ресурс] // Pandia.ru. – Режим доступа: [Мягкие вычисления: понятие, классификация, решаемые задачи | Контент-платформа Pandia.ru](https://pandia.ru/text/12/001/12001101.php). – Дата доступа: 26.05.2024.

УДК 004

С. И. Василенко (e-lana040882@mail.ru),

ст. преподаватель

*Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Сибирский институт бизнеса, управления и психологии*

К. А. Бекасов (e-lana040882@mail.ru),

студент

*Сибирский институт бизнеса, управления и психологии
г. Новосибирск, Российская Федерация*

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОСМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

В данной работе проводится анализ преимуществ применения искусственного интеллекта в области освоения и изучения космоса, анализируются нормативные правовые акты, которые регулируют и стимулируют развитие искусственного интеллекта на национальном и международном уровнях. Делаются выводы о пользе применения искусственного интеллекта в данной области исследований из необходимости совершенствования законодательной базы национального и международного уровней для избегания двойственности стандартов использования данных технологий и равных возможностей в освоении космического пространства.

This paper analyzes the advantages of using artificial intelligence in the field of space exploration and study, analyzes the regulatory and legal acts that regulate and stimulate the development of artificial intelligence at the national and international levels. Conclusions are made about the benefits of using artificial intelligence in this area of research and the need to improve the legislative framework at the national and international levels to avoid duality in the standards for using these technologies and equal opportunities in space exploration.

Ключевые слова: искусственный интеллект; космос; автономные системы и роботы; анализ; прогнозирование; моделирование; исследование космоса; спутниковая система.

Key words: artificial intelligence; space; autonomous systems and robots; analysis; forecasting; modeling; space exploration; satellite system.

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) набирает обороты, предоставляя возможность решать проблемы быстрее, чем когда-либо могли это сделать традиционные вычисления. Интеграция искусственного интеллекта произвела революцию в освоении космоса, расширив границы открытий за пределы того, что когда-то считалось возможным.

Использование инноваций в виде искусственного интеллекта в области освоения и изучения космоса предоставляет ряд значительных преимуществ, среди них: анализ и обработка данных, автономные системы и роботы, прогнозирование и моделирование космических явлений.

Для понимания роли ИИ необходимо рассмотреть каждое из этих преимуществ по отдельности:

1. *Анализ и обработка данных* является важной частью исследования космоса, поскольку огромные объемы данных собираются со спутников, телескопов и других космических аппаратов. Искусственный интеллект может быть использован для обработки и фильтрации данных, чтобы удалить шум и нежелательные артефакты. Алгоритмы машинного обучения могут автоматически определять и удалять аномалии, а также исправлять ошибки в данных.

Также он помогает в классификации и категоризации данных, т. е. распознавать и классифицировать объекты на изображениях, например: планеты, звезды или галактики. Это позволяет ученым исследовать и понимать различные аспекты космической физики и астрономии.

Искусственный интеллект также может использоваться для самих спутников. В ходе недавнего исследования ученые протестировали различные методы искусственного интеллекта для удаленной спутниковой системы мониторинга работоспособности. Он способен анализировать данные, полученные со спутников, для обнаружения любых проблем, прогнозирования работоспособности спутников и представления визуализации для принятия обоснованных решений.

2. *Автономные системы и роботы* используются в различных аспектах космических миссий. Например, при исследовании поверхности планет и спутников роботы могут осуществлять различные операции, такие как сбор образцов грунта, изучение геологических формаций и поиск следов жизни.

При обслуживании и ремонте космических аппаратов автономные роботы могут быть использованы для обслуживания и ремонта космических аппаратов, таких как спутники и космические телескопы.

Поддержка астронавтов во время космических выходов состоит в том, что роботы могут помогать астронавтам во время космических выходов, предоставляя дополнительные руки и инструменты.

Исследование недоступных для человека мест, таких как глубокий космос или опасные окружающие среды, предполагает сбор данных и выполнение задач, которые были бы слишком опасными или невозможными для человека.

Использование автономных систем и роботов в космосе имеет ряд преимуществ:

– Автономные системы и роботы могут работать непрерывно и выполнять задачи с большей точностью и скоростью, чем человек. Это позволяет увеличить продолжительность и эффективность космических миссий.

– Снижение риска для астронавтов. Отправка роботов на выполнение опасных задач позволяет снизить риск для жизни и здоровья астронавтов.

– Расширение возможностей исследования. Автономные системы и роботы могут достигать мест, к которым человек не может добраться. Это позволяет расширить границы исследования космоса и получить новые данные и знания.

Примером использования автоматических систем и роботов может послужить марсоход «Персеверанс», оснащенный системой TRN, которая была разработана для осуществления автоматической навигации посадочного модуля во время спуска на поверхность. В основе его системы лежат интеллектуальные алгоритмы анализа изображений. Ученые использовали полученные ранее от орбитальных аппаратов фотографии места предполагаемой посадки марсохода, обработали их и загрузили в память управляющего компьютера TRN, получив карту поверхности планеты. На ней специалисты по анализу данных предварительно отметили места, пригодные для посадки, и опасные зоны, где аппарат может погибнуть.

Интеллектуальный алгоритм в режиме реального времени анализирует изображение, выбирает ближайшее подходящее для посадки место и дает двигателям команды на корректировку траектории снижения. В результате посадочный модуль идет к самой безопасной точке посадки из возможных.

«Персеверанс» успешно сел на Марс 18 февраля 2021 г.

3. *Прогнозирование и моделирование космических явлений.* Используя сложные алгоритмы и анализ данных, ИИ может предсказывать различные космические события и явления, такие как солнечные вспышки, гамма-всплески, движение астероидов и комет, а также другие астрономические события, например моделирование движения астероидов и комет.

Астероиды и кометы – это космические объекты, которые могут представлять опасность для Земли, если их траектория пересекает нашу планету. Используя данные обсерваторий и спутников, искусственный интеллект может анализировать исторические данные о движении астероидов и комет и создавать модели, которые помогают прогнозировать их будущее движение. Это позволяет ученым и астронавтам предупреждать о возможных столкновениях и разрабатывать стратегии для предотвращения угрозы.

В целом, прогнозирование и моделирование космических явлений с помощью искусственного интеллекта позволяет ученым и астронавтам получать более точные и надежные прогнозы, что помогает в планировании космических миссий и обеспечении безопасности в космосе.

В Российской Федерации использование и развитие искусственного интеллекта осуществляется с помощью такого нормативного правового акта (НПА), как Национальная стратегия развития ИИ на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 (далее – Национальная стратегия).

Основные задачи развития искусственного интеллекта:

- поддержка научных исследований;
- разработка и развитие программного обеспечения, в котором используются технологии ИИ;
- повышение доступности и качества данных;
- повышение доступности аппаратного обеспечения;
- повышение уровня обеспечения российского рынка технологий ИИ квалифицированными кадрами и повышение уровня информированности населения о возможных сферах использования технологий ИИ;
- создание системы регулирования общественных отношений, возникающих в связи с развитием и использованием технологий ИИ [1].

Определены и новые целевые показатели для отрасли ИИ к 2030 г.:

- ежегодный объем оказанных услуг по разработке и реализации решений в области ИИ к 2030 г. должен вырасти не менее чем до 60 млрд р. по сравнению с 12 млрд р. в 2022 г.;
- количество выпускников вузов с образованием в сфере ИИ должно увеличиться с 3 тыс. до 15,5 тыс. чел. в год;
- уровень доверия граждан к технологиям искусственного интеллекта должен вырасти с 55 до 80%;
- доля приоритетных отраслей экономики с высокой готовностью к внедрению ИИ должна увеличиться с 12 до 95%.

Утверждены в 2021 г. для реализации Национальной стратегии:

- бюджетное финансирование – 24,1 млрд р.;
- внебюджетное финансирование – 5,1 млрд р.

Использование искусственного интеллекта регулируется на международном уровне следующими документами:

1. Проект Рекомендации об этических аспектах искусственного интеллекта ЮНЕСКО, 2021 г.

Главные цели разработки указанного документа:

- заложить фундамент, который позволит использовать ИИ на благо всего человечества, отдельного человека, общества, окружающей среды и экосистем и не допустить причинения им вреда;
- стимулировать использование систем на основе ИИ в мирных целях.

Документ дает подробные разъяснения относительно ценностных установок в сфере ИИ, таких как уважение, защита и поощрение человеческого достоинства, прав и свобод человека; благополучие окружающей среды и экосистем; обеспечение разнообразия и инклюзивности и др.

Данный проект также закрепляет ключевые принципы деятельности в сфере ИИ: соразмерность и не причинение вреда; безопасность и защищенность; справедливость и недискриминационность; неприкосновенность частной жизни; прозрачность и объяснимость; подконтрольность и подчиненность человеку и др. [2];

2. Рекомендация по искусственному интеллекту ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), 2019 г.

Документ определяет следующие принципы использования ИИ: инклюзивный рост, устойчивое развитие и благополучие; справедливость и ценности, ориентированные на человека; прозрачность и объяснимость; надежность и безопасность; подотчетность (ответственность).

Данным актом также предусмотрены рекомендации для национальных правительств в сфере регулирования ИИ: обеспечение долгосрочных государственных и частных инвестиций в исследования и разработку ИИ; создание цифровой экосистемы для ИИ; формирование благоприятной политической среды для ИИ; наращивание человеческого потенциала и подготовка к трансформации рынка труда; развитие международного сотрудничества для заслуживающего доверия ИИ [3].

Таким образом, международное правовое регулирование ИИ на сегодняшний день представлено исключительно нормами «мягкого права», которые носят рекомендательный характер. Подобная тенденция объясняется как новизной предмета правового регулирования, так и стремлением каждого отдельного государства достичь личной выгоды без установления жестких регламентаций со стороны мирового сообщества.

При этом ряд из описанных выше принципов носит декларативный характер. Так, системы компьютерного зрения используются для слежки за гражданами, что прямо нарушает принцип неприкосновенности частной жизни, а принцип прозрачности и объяснимости принятия ИИ решений не может быть полностью реализован, поскольку создатели ИИ зачастую теряют контроль за процессами его обучения и не могут объяснить принятие им тех или иных решений.

На сегодняшний день международные договоры, предметом которых является регулирование общественных отношений по созданию, внедрению и апробации ИИ, отсутствуют. Приняты лишь отдельные правовые документы, не признаваемые международными договорами, формирующие основу для будущего регулирования ИИ.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что мировые державы не хотят терять возможность достижения технического превосходства в области ИИ, поэтому на данном этапе принимаются акты рекомендательного характера, которые дают широкие возможности при принятии внутреннего законодательства, регламентирующего технологическую сторону и организацию внедрения ИИ.

Несмотря на новизну ИИ, первое употребление такого термина было в 1956 г., а в 1969 г. его первая реализация была в виде робота Шейки (или Шеки). Он мог рассуждать о своих действиях, анализировать команды, разбивая задачу на простые части. Это был первый робот в истории человечества, который совмещал логику с физическими действиями.

До сих пор не выработаны базовые ограничения к применению ИИ и четкое регулирование происходит лишь на национальном уровне либо в определенных областях его применения, примером может служить крупнейшая за полтора десятилетия забастовка Гильдии сценаристов Америки, где одним из предъявляемых требований было ограничение использования ИИ.

Список использованной литературы

1. **О развитии** искусственного интеллекта в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Указ Президента Рос. Федерации, 10 окт. 2019 г., № 490 // Президент России : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731>. – Дата доступа: 18.03.2024.

2. **Юницкий, А. Э.** Правовые аспекты использования искусственного интеллекта при реализации геокосмической программы uSpace / А. Э. Юницкий, М. С. Горбунов // Безракетная индустриализация ближнего космоса: проблемы, идеи, проекты : материалы V Междунар. науч.-техн. конф., Марьино Горка, 23–24 сент. 2022 г. / Астроинженерные технологии, Струнные технологии ; под общ. ред. А. Э. Юницкого. – Минск, 2023. – С. 283–295.

3. **Проекты** инициатив и документов международной и российской стандартизации и сертификации в сфере искусственного интеллекта, предложенных в 4 квартале 2023 года, НЦРИИ [Электронный ресурс] // Искусственный интеллект Российской Федерации. – Режим доступа: https://ai.gov.ru/knowledgebase/dokumenty-po-razvitiyu-ii-v-rf/2023_proekty_iniciativ_i_dokumentov_meghdunarodnoy_i_rossiyskoy_standartizacii_i_sertifikacii_v_sfere_iskusstvennogo_intellekta_predlozhennyh_v_4_kvartale_2023_goda_ncrii/. – Дата доступа: 20.03.2024.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ОБСЛУЖИВАНИЮ И ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В данной статье рассматриваются методы привлечения новых клиентов и формы обслуживания с использованием цифровых технологий, направленные на разработку эффективной стратегии для организаций розничной торговли.

This article discusses methods of attracting new customers and forms of service using digital technologies, aimed at developing an effective strategy for retail organizations.

Ключевые слова: стратегия; методы привлечения клиентов; формы обслуживания; цифровые технологии; социальные сети; персонализация покупателя; доля рынка.

Key words: strategy; methods of attracting customers; forms of service; digital technologies; social networks; customer personalization; market share.

Привлечение клиентов в условиях современной конкуренции требует от бизнеса нестандартных и креативных подходов. Традиционные рекламные методы уже не всегда работают с тем же эффектом, что и раньше, поэтому розничные организации все чаще обращаются к инновациям и индивидуальным решениям. Рассмотрим несколько уникальных методов, которые могут помочь привлечь новых клиентов в розничную торговлю.

1. *Персонализированные предложения на основе данных о покупателях.* Современные технологии позволяют собирать и анализировать данные о предпочтениях покупателей, их покупательской активности и поведении. На основе этих данных можно формировать персонализированные предложения, которые точно соответствуют интересам клиента, например скидки на товары, которые покупатель часто приобретает, или индивидуальные предложения на день рождения. Персонализация делает взаимодействие более осмысленным и ценным для клиента, повышая лояльность и вовлеченность.

2. *Создание уникального клиентского опыта.* Конкуренция в розничной торговле привела к тому, что покупатели больше не ограничиваются выбором товаров – они ищут опыт. Магазины могут предложить уникальные взаимодействия, такие как мастер-классы, воркшопы или специальные мероприятия, например магазин одежды может организовать вечеринки с премьерой новых коллекций или консультациями стилистов. Такой подход помогает сформировать эмоциональную связь с брендом и привлекает клиентов, ищущих не просто покупку, а яркие впечатления.

3. *Комплексный подход к предоставлению услуг.* Способы предоставления услуг клиенту – это целый комплекс мероприятий, направленных на максимальное удовлетворение потребностей. К таким услугам можно отнести ряд позиций: подбор комплекта по размеру, цвету и фасону; исправление индивидуальных особенностей посредством подгона; доставка комплекта клиенту; индивидуальный подшив одежды по лекалам производителя.

Этот комплексный подход не только повышает уровень обслуживания, но и создает уникальный клиентский опыт, что способствует росту лояльности и привлекает новых клиентов, ориентированных на качество и персонализацию.

4. *Локальные партнерства и коллаборации.* Одним из эффективных способов расширить клиентскую базу является сотрудничество с местными брендами или компаниями. Например, совместные акции с кафе, фитнес-центрами или другими сервисами могут привлечь новых клиентов. Это может быть кросс-реклама или обмен скидками между партнерами. Подобные коллаборации позволяют магазинам выходить на новые аудитории и создавать синергетический эффект.

5. *Программы лояльности с элементами геймификации.* Программы лояльности сами по себе – это проверенный способ удержания клиентов, но внедрение игровых элементов делает их еще более привлекательными. Системы, где покупатели могут накапливать баллы, выполнять задания или участвовать в конкурсах, повышают вовлеченность. Геймификация стимулирует желание клиентов участвовать в программе и чаще возвращаться за покупками, превращая их взаимодействие с брендом в игру.

6. *Размещение рекламы в интернете и социальных сетях.* Реклама в сети интернет и социальных сетях становится одним из ключевых инструментов привлечения клиентов. Это может быть размещение рекламы в Instagram, Facebook или других популярных платформах. Примером может служить создание профиля бренда в Instagram с регулярными постами о новых коллекциях, акциях и скидках. Рассылки приглашений постоянным клиентам с предложениями специальных условий также работают на привлечение и удержание аудитории.

7. *Привлечение профессиональных моделей и известных личностей.* Использование известных личностей и профессиональных моделей для рекламы бизнеса – это сильный маркетинговый инструмент, который может привлечь внимание широкой аудитории. Участие знаменитостей в рекламных кампаниях или показах коллекций вызывает доверие у покупателей и формирует положительный имидж бренда. Также эффективным является предоставление комплектов одежды ведущим популярным мероприятий и телепередач, что повышает узнаваемость бренда.

8. *Виртуальные примерочные и дополненная реальность.* С развитием технологий виртуальные примерочные становятся все более доступными и популярными. Дополненная реальность (AR) позволяет покупателям «примерить» товары, не выходя из дома. Это особенно актуально для магазинов одежды и аксессуаров. Подобные решения не только привлекают внимание, но и помогают сократить количество возвратов и повысить удовлетворенность клиентов.

9. *Участие в экологических инициативах.* Современные покупатели все больше ориентируются на социальную ответственность компаний. Магазины, которые участвуют в экологических или благотворительных проектах, могут привлечь клиентов, разделяющих эти ценности. Это может быть, например, программа по переработке старых вещей или продажи товаров, часть средств от которых идет на поддержку экологических проектов.

Современные цифровые технологии предоставляют уникальные возможности для повышения эффективности и конкурентоспособности розничных организаций. Инновационные IT-решения, такие как BPM (Business Process Management) платформы, low-code разработка и микросервисная архитектура программного обеспечения, играют ключевую роль в оптимизации бизнес-процессов и улучшении обслуживания клиентов.

Для успешного функционирования в конкурентной среде предприятиям необходимы комплексные инструменты для мониторинга цен конкурентов, детальной аналитики по товарным группам, а также для снижения себестоимости и оптимизации платежных процессов. Важным элементом является возможность сплитирования платежей и матчинга товаров. Интеграция различных бизнес-процессов и социальных сетей, а также формирование единой экосистемы сервисов и объединение бизнесов становятся актуальными стратегиями для достижения синергетического эффекта и повышения операционной эффективности.

Примеры успешной интеграции цифровых технологий можно наблюдать на примере крупных маркетплейсов, которые предлагают не только товары, но и дополнительные услуги, такие как авиабилеты, туры и банковские продукты. Эти компании демонстрируют способность эффективно использовать возможности искусственного интеллекта (AI) для проведения прогнозной аналитики, персонализации услуг и автоматизации внутренних бизнес-процессов.

В качестве примера технологических инноваций можно отметить проекты компаний, таких как Wildberries, которая тестирует беспилотные электромобили для отгрузки товаров, и X5 Group, запустившую регулярные рейсы для доставки. Сервис «Яндекс.Маркет» разработал и внедрил роботов-инвентаризаторов для крупногабаритных товаров. Эти решения способствуют сокращению рутинных задач, оптимизации логистических процессов и снижению операционных затрат.

Среди долгосрочных трендов можно выделить следующие направления:

– Новые формы оплаты: внедрение криптовалют и цифрового рубля как средств расчетов увеличивает вероятность совершения покупок за счет расширения платежных опций.

– Устойчивое развитие и социальные программы: растущее внимание к осознанному потреблению, экологической утилизации и поддержке компаний, придерживающихся принципов устойчивого развития и цифровой доступности для людей с ограниченными возможностями, становится значимым фактором при выборе потребителями.

– Офлайн-магазины как шоурумы: офлайн-магазины могут выполнять функцию витрин или шоурумов, особенно в сферах, где сложно организовать онлайн-покупку из-за специфики товаров, например в винных бутиках.

– Автономные магазины: внедрение технологий just walk out, позволяющих избежать очередей и касс, представляет собой перспективное направление, однако для его масштабного применения потребуется более пяти лет.

Основные направления диджитализации в розничной торговле включают развитие электронной коммерции (e-commerce), совершенствование и персонализацию покупательского опыта, а также автоматизацию ручного труда и логистики. Раннее внедрение цифровых решений открывает широкие возможности для удержания конкурентоспособности на рынке и обеспечивает бизнесу значительные преимущества в условиях динамично развивающейся отрасли.

В подтверждении данных мероприятий на уровне государства принята Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы. Ключевыми условиями и предпосылками для проведения успешной цифровой трансформации национальной экономики Беларуси сегодня выступают: принятие Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства» и ряда других нормативных правовых актов, направленных на реализацию указанного Декрета; принятие Декрета Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики» [1].

За последние годы в Республике Беларусь произошло стремительное развитие цифровой инфраструктуры, так как удельный вес населения, использующего сеть интернет, составляет 95,5% от общей численности населения в возрасте 6–72 лет на 2023 г. [2]. По состоянию на 1 января 2024 г. в Торговом реестре зарегистрировано 30 279 интернет-магазинов, 16 658 интернет-магазинов (примерно 55% от общего количества) открыты предприятиями, а 13 621 – индивидуальными предпринимателями. Из ретейлеров свои интернет-магазины есть у более 19 тыс. предприятий. За семь месяцев текущего года количество онлайн-магазинов увеличилось на 367.

Доля интернет-торговли в розничном товарообороте за пять лет выросла с 3 до 8% (сейчас – 8,1%) [3].

Использование цифровых платформ открывает новые возможности для компаний и граждан: компании могут вести бизнес между регионами и странами, предоставлять глобальный доступ к информации, повышать привлекательность онлайн-платежей, сокращать оборот наличных средств, транзакционные издержки и время на дистанционное обслуживание клиентов. Если говорить о тенденции цифровой трансформации, то в первую очередь речь идет об использовании искусственного интеллекта, глубокого обучения и машинного обучения (голосовые помощники, бухгалтерские решения, идентификаторы счетов). Довольно популярным становится геолокационный маркетинг с использованием GPS, который позволяет подключать клиентов через различные интернет-устройства (мобильный интернет, smart-watch). Это позволяет создавать персонализированные предложения со скидками для покупателей, когда он находится в нескольких минутах ходьбы от магазина. Технология блокчейн позволяет отслеживать продукты на протяжении всего жизненного цикла. Например, это поможет отслеживать дефектные партии или поврежденные продукты [4]. Блокчейн также можно использовать для предотвращения контрафактной продукции, цифровой идентификации клиентов и формирования единого кошелька покупателя, в котором содержатся все бонусы от различных программ лояльности.

Без цифровой торговой платформы цифровая торговля немыслима. В Беларуси существует множество торговых платформ B2C, в основном ориентированных на внутренний рынок: kufar.by, deal.by, catalog.onliner.by. Белорусская генеральная товарная биржа, объединяющая покупателей и продавцов из разных стран, представляет ее пользователям в белорусском формате B2B. В целом главными преимуществами покупок в интернете являются низкие цены, возможность сравнить цены одного товара в разных магазинах, удобная доставка, отсутствие временных ограничений. Топ-5 торговых интернет-платформ в Республике Беларусь представлены на рисунке.

Список интернет-магазинов Республики Беларусь с рейтингом

Популярность интернет-магазина	Рейтинг	Категории
1 	★★★★★	
2 	★★★★★	
3 	★★★★★	
4 	★★★★★	
5 	★★★★★	

Примечание – Источник: [5].

Для успешного привлечения новых клиентов в розничной торговле важно использовать креативные и индивидуальные подходы, адаптированные под интересы и потребности целевой аудитории. Комплексный подход к предоставлению услуг, персонализация, уникальный клиентский опыт, сотрудничество с другими брендами и использование возможностей интернета – все эти методы могут помочь выделиться среди конкурентов и завоевать доверие новых покупателей.

Список использованной литературы

1. **О развитии** цифровой экономики [Электронный ресурс]: Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Президент Республики Беларусь : офиц. сайт. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view. – Дата доступа: 25.08.2024.

2. **Цифровизация** ритейла 2023–2025: тенденции и актуальные решения [Электронный ресурс] // AGORA. – Режим доступа: <https://www.agora.ru/blog/tsifrovizatsiya-riteyla-2023-2025/>. – Дата доступа: 09.09.2024.

3. **Интернет-магазины** Беларуси. Рейтинг интернет магазинов Беларуси [Электронный ресурс] // Офис Лайф. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/55617-skolko-v-belarusi-internet-magazinov-i-komu-oni-prinadlezhat/>. – Дата доступа: 19.08.2024.

4. **Паскова, А. А.** Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии / А. А. Паскова // Новые технологии. – 2020. – № 16 (6). – С. 123–131.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВА РЕЗУЛЬТАТОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье систематизированы источники открытых статистических данных о результатах цифровой трансформации предприятий торговли Российской Федерации. Осуществлено моделирование информационного пространства. В качестве результата представлена информационная модель пространства результатов цифровой трансформации торговых предприятий Российской Федерации.

The article systematizes sources of open statistical data on the results of digital transformation of trade enterprises of the Russian Federation. The information space has been modeled. As a result, an information model of the space of results of digital transformation of trade enterprises of the Russian Federation is presented.

Ключевые слова: торговые предприятия; цифровая трансформация; пространство результатов; информационная модель.

Key words: retail enterprises; digital transformation; result space; information model.

Процессы цифровой трансформации затронули все отрасли экономики России. Ее позитивное влияние на процессы развития отраслей отмечают многими исследователями [1; 2]. Вместе с тем изменения, которые вносит цифровизация в бизнес-процессы предприятий, неоднозначны. Наряду с сетевыми эффектами и общим ростом прозрачности деятельности наблюдается рост операционных рисков, а вектор датацентричности и проактивности в принятии управленческих решений порождает информационное загрязнение бизнес-процессов и поворот менеджмента предприятий на курс неоправданного доверия к возможностям искусственного интеллекта и оптимальности рекомендаций автоматизированных систем предиктивной аналитики [3].

По данным результатов мониторинга цифровой трансформации российского бизнеса [4] в качестве барьеров внедрения цифровых технологий в 2023 г. руководители предприятий торговли указывают: дефицит финансовых ресурсов (52,7% предприятий), отсутствие пакетных цифровых решений (38,9%), нехватку цифровых компетенций у сотрудников (37,5%), сложность выбора подходящих цифровых решений (32,8%), нехватку специалистов для обучения сотрудников работе с цифровыми технологиями (32,7%), низкую готовность контрагентов к использованию цифровых технологий (32,0%), трудности обеспечения цифровой безопасности (31,0%), нехватку руководителей цифровой трансформации (28,5%), низкий приоритет развития цифровых технологий в стратегии организаций (22,2%), отсутствие экономической отдачи (20,5%), а также низкую готовность производства и инфраструктуры предприятия к внедрению цифровых технологий (20,2%).

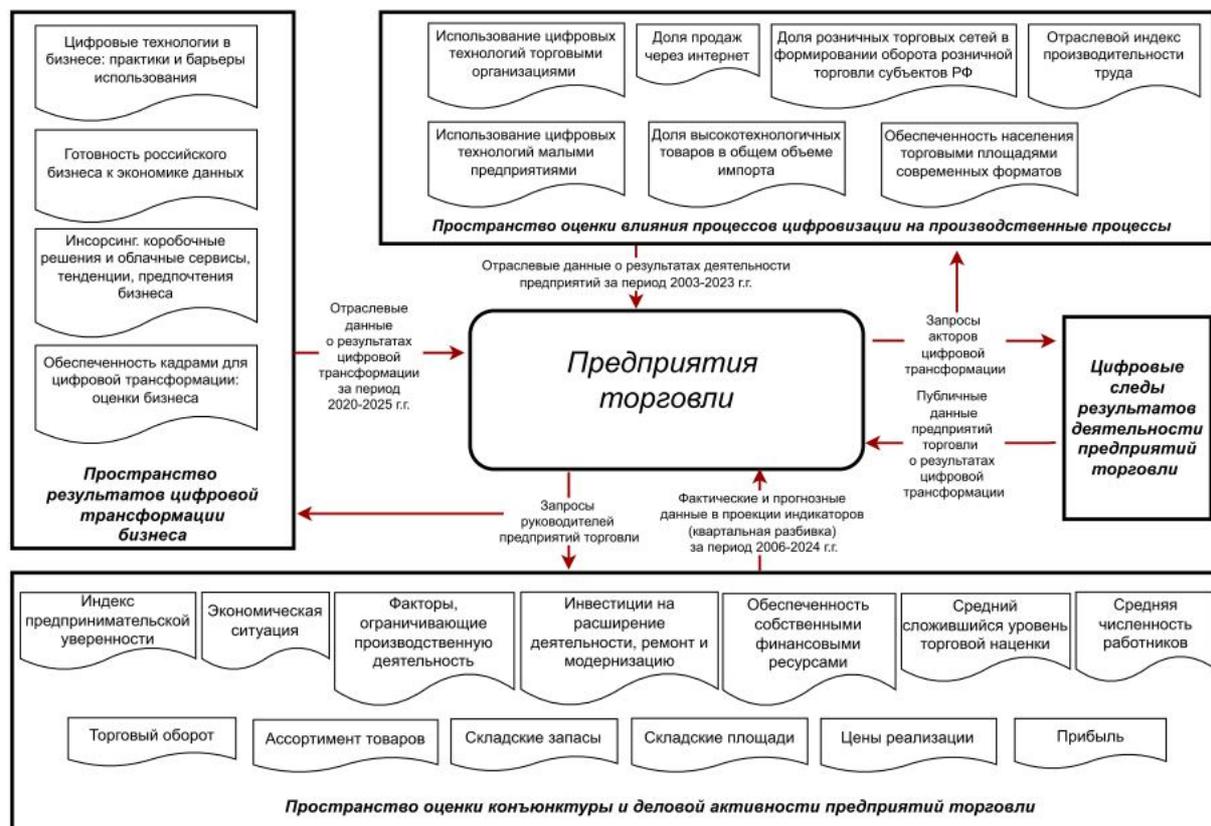
Более того, исследователи отмечают, что «...попытки внедрять цифровые технологии без учета специфики коммерческой деятельности предприятия, условий функционирования, его корпоративной культуры могут негативно сказаться на показателях работы организации» [5]. И все же, несмотря на дефицит финансов, кадров и пакетных решений 64,8% предприятий торговли применяют системы автоматизации бизнес-процессов, 24,1% используют технологии интернета вещей, 23% применяют технологии сбора, обработки, анализа больших данных.

Результаты мониторинга готовности бизнеса к экономике данных [6] позволяют дифференцировать области применения больших данных предприятий торговли. Лидером выступает бизнес-процесс «Продажи, доставка продуктов (услуг) клиентам, постпродажное обслуживание» – 63,2% предприятий работает с большими данными. В процессах логистики и на складе эту технологию используют 47,9%, в процессах маркетинга и рекламы – 44,8, стратегического планирования и управления – 41,1%. Этот бизнес-процесс наименее управляемый за счет длительного временного горизонта, повышенной турбулентности внешней среды, требующей проактивных действий по предотвращению угроз бизнесу, и непрерывного информационного шума. Кроме того, он требует аккумулирования значительных средств на проекты развития, в том числе на проведение цифровой трансформации каждого предприятия.

Поддержка бизнес-процесса стратегического планирования и управления может быть выстроена на классической логике: фиксирование текущих показателей – формирование видения перспектив – сценарное планирование действий [7]. Очевидно, что оценку фактического состояния результатов деятельности торговых предприятий целесообразно проводить параметрически и в разных проекциях. Это позволит снизить субъективность в вопросах определения стратегических целей (результата формирования видения) и разработки сценариев их достижения.

Как обсуждалось, результаты цифровой трансформации представлены во многих информационных источниках, однако их поиск по меньшей мере требует знания перечня источников информации и дополнительных затрат времени в рабочей деятельности руководителей торговых предприятий. В целях минимизации затрат времени на сбор информации для определения стратегических целей торговых предприятий и разработки сценариев их достижения разработаем один из вариантов пространства результатов цифровой трансформации торговых предприятий (рисунок). Полученная информационная модель базируется на российских источниках публичной информации о результатах цифровизации торговли.

Информационная модель пространства результатов цифровой трансформации торговых предприятий Российской Федерации



В базовом варианте каждое торговое предприятие может получить открытую информацию о результатах цифровой трансформации в трех подсистемах. Фактические и прогнозные отраслевые данные за период 2020–2025 гг. доступны акторам цифровизации (руководителям и всем заинтересованным сторонам) по соответствующему запросу в подсистеме «Пространство результатов цифровой трансформации бизнеса». В ней предусмотрены проекции: 1) примене-

ния цифровых технологий и понимания барьеров их использования, 2) оценки уровня готовности торговых предприятий к экономике данных, 3) описания тенденций применения и выбора подходящих цифровых инструментов с учетом предпочтений заинтересованных сторон, 4) оценки кадрового потенциала рынка и компетенций.

По запросу акторов цифровизации к подсистеме «Пространство оценки влияния процессов цифровизации на производственные процессы» можно получить отраслевые данные о результатах деятельности предприятий за двадцать лет (с 2003 по 2023 г.). В качестве источника статистических данных выступает Росстат [8], базы данных которого позволяют получить информацию об уровне использования цифровых технологий торговыми предприятиями, доли продаж товаров через интернет, индексе производительности труда (в качестве метрики результативности процессов цифровизации предприятий), уровне использования цифровых технологий на малых предприятиях и другой информации для оптимизации производственных процессов путем применения цифровых инструментов.

Подсистема «Пространство оценки конъюнктуры и деловой активности предприятий торговли» позволяет получить фактические и прогнозные данные об экономической ситуации, факторах, ограничивающих производственную деятельность, объемах инвестиций, уровне обеспеченности финансовыми ресурсами, значениях индекса предпринимательской уверенности и другие за период с 2006 по 2024 г. в квартальной разбивке.

Цифровые следы результатов деятельности предприятий торговли могут быть получены в результате разовых запросов акторов цифровизации.

Таким образом информационная модель пространства результатов цифровой трансформации позволяет минимизировать затраты времени руководителей и всех заинтересованных сторон на сбор информации для определения стратегических перспектив устойчивого развития торговых предприятий и разработки реалистичных сценариев их достижения.

Список использованной литературы

1. **Миргалеева, И. В.** Управление рисками компании в процессе ее цифровизации / И. В. Миргалеева, М. Р. Шамсутдинова, А. А. Богданов // Вестн. Рос. ун-та кооп. – 2022. – № 3 (49). – С. 26–31.
2. **Ключевые** тенденции цифровой трансформации финансовых услуг в России и их влияние на потребительский опыт: прогнозы экспертов / Л. Г. Проколова [и др.] // Модернизация. Инновации. Развитие. – 2022. – № 13 (2). – С. 202–221.
3. **Еремеева, Н. В.** Перспективные направления исследования розничной торговли: цифровизация и омниканальность / Н. В. Еремеева, В. В. Панюкова // Экон. системы. – 2020. – № 4 (51). – С. 161–170.
4. **Цифровые** технологии в бизнесе: практики и барьеры использования / Г. И. Абдрахманова [и др.]. – М. : НИУ ВШЭ, 2024. – 16 с.
5. **Кузнецов, Г. Ю.** Цифровые экосистемные модели в бизнесе: вызовы теории и практика управления / Г. Ю. Кузнецов // Модернизация. Инновации. Развитие. – 2022. – № 13 (3). – С. 476–493.
6. **Готовность** российского бизнеса к экономике данных / Г. И. Абдрахманова [и др.]. – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 16 с.
7. **Милехина, О. В.** Управление организационными изменениями: смена доминант применения инфокоммуникационных технологий / О. В. Милехина, И. Б. Адова // Современный менеджмент: проблемы и перспективы : материалы X междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 26–27 марта 2015 г. / С.-Петерб. гос. экон. ун-т ; отв. ред. А. Н. Цветков. – СПб., 2015. – С. 107–111.
8. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. – Дата доступа: 25.09.2024.

РИСКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ключевым аспектом исследовательской работы является комплексная оценка рисков страны, связанных с проникновением чужих IT-технологий в различные аспекты жизни и деятельности, что можно назвать «цифровой колонизацией». В статье предложена методика, которая отличается от предыдущих подходов включением показателя использования цифровых сотрудников, представляющих собой многофункциональный центр с искусственным интеллектом, который выполняет непрофильные функции компаний.

A key aspect of the research work is a comprehensive assessment of the country's risks associated with the penetration of foreign IT technologies into various aspects of life and activity, which can be called "digital colonization". The article proposes a methodology that differs from previous approaches by including an indicator of the use of digital employees, which is a multifunctional center with artificial intelligence that performs non-core functions of companies.

Ключевые слова: риски; страновые риски; информационные технологии; цифровой сотрудник; экономическая система; цифровая трансформация; потенциал; потребительская среда.

Key words: risks country risks; information technology; digital employees; economic system; digital transformation; potential; consumer environment.

Принципиальным отличием предлагаемого подхода является фокус на развитии собственных цифровых технологий, ранее эти начальные идеи проводились в работе [1, с. 31–32], в отличие от использования мировых цифровых платформ. Цифровые платформы, базирующиеся на российских разработках, способны оперативно обрабатывать информационные потоки, анализировать большие объемы экономически значимой информации и обеспечивать ее хранение и передачу на любые расстояния в стране за минимальное время. Цифровой сотрудник на базе Яндекса (это виртуальный помощник, созданный компанией «Яндекс» для выполнения различных задач и оказания помощи в повседневных делах) использует искусственный интеллект и машинное обучение для анализа запросов и предоставления ответов.

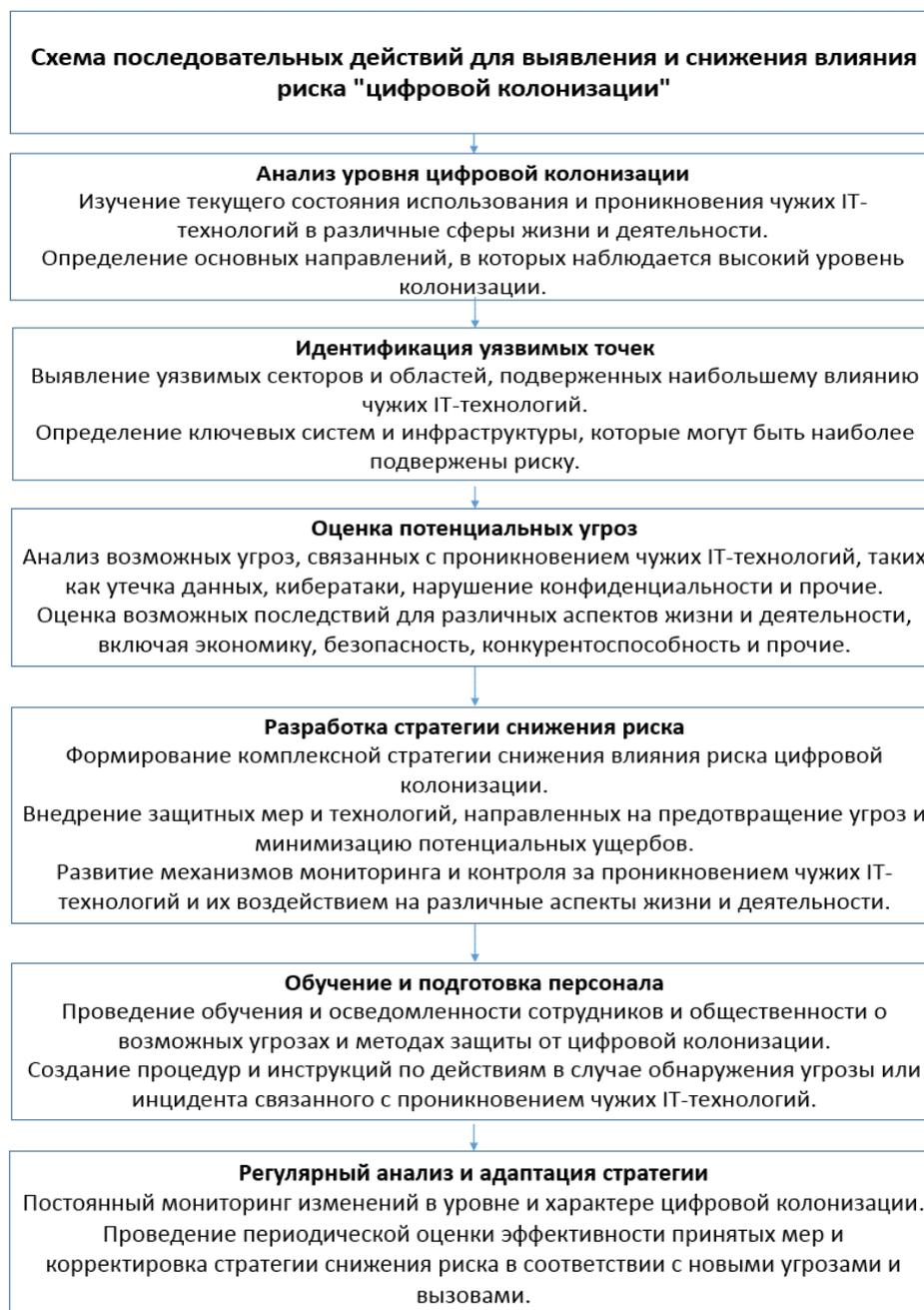
Цифровой сотрудник может выполнять следующие функции [2]:

- Искусственный интеллект (ИИ) может обрабатывать различные запросы, включая поиск информации в интернете, ответы на вопросы, выполнение задач и многое другое.
- Цифровой сотрудник помогает управлять задачами и проектами, планируя встречи, напоминания.
- ИИ может выступать в качестве виртуального ассистента, помогая в переводе на другой язык при общении с коллегами, партнерами и клиентами.
- Цифровой сотрудник может предоставлять обучающие материалы, курсы и рекомендации по развитию навыков.
- Голосовой помощник Алиса может анализировать данные и предоставлять отчеты о результатах работы, составлять эссе данных.
- ИИ помогает в решении вопросов, связанных с обслуживанием клиентов, предоставляя информацию о продуктах и услугах.
- Цифровой сотрудник интегрируется с другими сервисами, такими как «Яндекс.Такси», «Яндекс.Еда», «Яндекс.Недвижимость», что позволяет пользователям получать более широкий спектр услуг.

Предлагаемая методика учитывает специфику рыночных особенностей, позволяя выявить наиболее значимые факторы участия в работе на уровне страны, что является важным аспектом в планировании и проведении продуктивной политики по привлечению внешнего инвестирования стран союзников и развитию внутренних ресурсов страны. Научная новизна работы заключается в разработке и внедрении методики антисанкций, включающей показатель использова-

ния цифровых сотрудников на базе GPT 5 в оценку рисков, связанных с цифровой колонизацией страны. Наиболее эффективная система действий поможет организациям и обществу в целом эффективно выявлять и снижать влияние риска цифровой колонизации, обеспечивая защиту информационной безопасности и сохранность данных (рисунок).

Система управления цифровыми рисками



Примечание – Источник: [1–3].

Совместно с внедрением интернета, цифровых платформ, облачных вычислений, больших данных и других цифровых инструментов увеличивается степень экономического, политического и культурного соединения, что способствует активной глобализации.

Крупные международные рейтинговые агентства [3]:

- Standard & Poor's (S&P);
- DBRS Morningstar;
- Japan Credit Rating Agency (JCR);
- Egan-Jones Ratings Company;
- A. M. Best Company;

- Dagong Global Credit Rating;
 - Scope Ratings AG;
 - China Chengxin International Credit Rating Co., Ltd.
- Российские рейтинговые агентства [3]:
- Национальное рейтинговое агентство (НРА);
 - Российское агентство рейтинговых решений (РАРР);
 - Российское рейтинговое агентство (РАРА);
 - Агентство рейтингов арт-студии «Стандарт Рейтинг»;
 - Эксперт РА (ранее RAEX);
 - Рус-Рейтинг;
 - АК&М;
 - Кредит-Рейтинг.

В современном мире применяются две системы рейтингов. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – международная экономическая организация, объединяющая 38 стран-членов [4]. Ее основная цель – содействие развитию экономического прогресса и международной торговли. ОЭСР также известна своим вкладом в исследования и анализ экономических, социальных и экологических вопросов. Рейтинги стран, составленные на основе этой системы, обычно учитывают экономические, политические, социальные и другие факторы, которые могут влиять на стабильность и перспективы развития страны [5].

Рейтинги ОЭСР широко используются в международной экономике, бизнесе и финансах для оценки инвестиционного потенциала и рисков в различных странах, а также для разработки стратегий внешнеторговой деятельности и принятия инвестиционных решений.

Еще один вид системы инвестиционного рейтинга.

Обычно шкала рейтингов по возрастанию риска выглядит следующим образом:

- AAA (AAA);
- AA (AA);
- A (A);
- BBB (BBB);
- BB (BB);
- B (B);
- CCC (CCC);
- CC (CC);
- C (C);
- D.

Наивысший рейтинг (AAA) обозначает наименьший уровень риска, а рейтинг D обозначает наибольший уровень риска, часто связанный с дефолтом. Каждый следующий уровень рейтинга обычно соответствует увеличению риска.

Символы «+» или «-» иногда добавляются к рейтингам, например AA+ – для указания на более узкие диапазоны в пределах основных категорий.

Наиболее отличительным фактором в оценке странового риска является политический аспект, который в настоящее время приобретает особую актуальность. В отличие от экономических и финансовых показателей, которые могут быть анализированы количественно, политические факторы обладают более сложной и частично поддающейся анализу природой.

Для снижения негативных последствий рисков цифровой экономики необходимо предпринять ряд мер и осуществить определенные направления деятельности. Основные из них включают в себя развитие кибербезопасности, в том числе создание и улучшение систем защиты информации и киберинфраструктуры для предотвращения кибератак, утечек данных и других киберугроз; дополнительные – стимулирование инноваций и исследований, поддержка и финансирование инновационных проектов, направленных на разработку новых технологий и методов защиты, а также международное сотрудничество для обмена опытом и разработки международных стандартов в области кибербезопасности и защиты данных являются важными шагами.

Прозрачность и открытость в деятельности организаций и государственных структур, а также информационная поддержка и обучение населения по вопросам цифровой безопасности также имеют значение в этом контексте.

Государство должно активно прогнозировать и реагировать на социально-этические тенденции конкурентов в IT [5], связанные с развитием цифровой экономики, чтобы создать безо-

пасное и стабильное национальное глобальное цифровое пространство, способствующее развитию экономики и благополучию страны.

Список использованной литературы

1. **Индекс** цифровизации организаций пищевой промышленности / Г. М. Гриценко [и др.] // Пищевая пром-сть. – 2021. – № 3. – С. 31–35.
2. **Риски** трансформации сельского хозяйства в цифровую экономику / М. К. Черняков [и др.]. – Новосибирск : Новосиб. гос. техн. ун-т, 2021. – 292 с.
3. **Суровцева, В. А.** Оценка и управление конкурентными рисками / В. А. Суровцева, В. А. Курбатова, М. К. Черняков // Вестн. евраз. науки. – 2018. – Т. 10, № 2. – С. 45.
4. **Сущность** и экономическое содержание рисков сельского хозяйства в условиях цифровизации / Г. М. Гриценко [и др.] // Вестн. евраз. науки. – 2020. – Т. 12, № 6. – С. 11.
5. **Черняков, М. К.** Социальные риски цифровой экономики / М. К. Черняков, М. М. Чернякова // Идеи и идеалы. – 2021. – Т. 13, № 1–2. – С. 265–282.

УДК 316.772.5:37.033

С. Б. Погребенко (pogrebenko.snezhana@mail.ru),

преподаватель

*Филиал Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации
«Могилевский торговый колледж»
г. Могилев, Республика Беларусь*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

В данной статье рассматривается использование интернет-сервисов в образовании. Описаны этапы подготовки учебного занятия с использованием интернет-сервиса, особенности и результаты его использования в процессе обучения.

This article discusses the use of Internet services in education. The stages of preparing a training session using the Internet service, features and results of its use in the learning process are described.

Ключевые слова: интернет-сервис; информационные технологии; обучение; Гугл Класс.

Key words: Internet service; information technology; education; Google Classroom.

Внедрение электронных технологий в образовательный процесс является одним из важнейших трендов современного образования. Именно с их помощью можно не только разрабатывать различные электронные образовательные ресурсы, но и размещать их в сети для совместного доступа и последующей работы с ними.

Информатизация образовательного процесса характеризуется совершенствованием информационных и коммуникационных технологий, что позволяет оперативно передавать информацию и обеспечивать постоянную коммуникацию преподавателя и учащегося. В век информационных технологий преподавателю необходимо использовать информационные технологии для удобства передачи знаний учащимся [1].

Внедрение информационных технологий в обучение является многогранным процессом, требующим тщательной подготовки. Однако, несмотря на сложности, внедрение информационных технологий является необходимым условием для повышения качества и эффективности образования.

Совершенствование информационных технологий занимает важное место среди многочисленных инновационных направлений развития образования.

Одним из перспективных направлений развития современных информационных технологий являются облачные технологии. Под облачными технологиями понимают технологии обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как интернет-сервис [2].

Современные интернет-сервисы представляют собой электронный аналог печатного учебного материала и обладают существенными преимуществами, обеспечивая компактность хранения информации и возможность оперативного внесения изменений.

На примере сервисов Google можно отметить следующие возможности применения в учебном процессе:

- обмен информацией и документами, необходимыми для учебного процесса между учащимися и преподавателем;
- выполнение совместных проектов в группах при подготовке текстовых файлов и презентаций.

Благодаря использованию интернет-сервисов появляется возможность оптимизировать учебный процесс с помощью внедрения новых форм преподнесения материала и проверки знаний, что значительно повышает интерес к обучению.

Интернет-сервисы помогают не только оптимизировать изучение материала, улучшить его практическое применение, но и организовать самостоятельную работу учащихся.

Повысить качество образовательных услуг и мотивировать учащихся получать знания в удобной для них электронной среде позволяет применение интернет-сервиса платформы Google.

Google Classroom – интернет-сервис для онлайн-обучения, с помощью которого можно создавать курсы и тестировать учащихся.

Google Classroom полностью на русском языке. Подходит для обучения. Здесь есть необходимый минимум для запуска онлайн-обучения: от редактора курсов до удобного календаря, чтобы планировать занятия.

Для тестирования и проверки знаний используются google-формы.

Учиться и проводить обучение можно с мобильного приложения Google Classroom.

Чтобы открыть свой виртуальный класс, достаточно создать аккаунт в Google. Сразу после этого можно добавить учащихся, создать курс или тест.

Курс в Google Classroom – это сборник материалов по одной теме. Здесь можно объединить готовые текстовые документы, видео, презентации, которые загрузили в Google Диск, или создать с нуля.

Для этого необходимо создать акаунт, воспользовавшись ранее созданным почтовым ящиком, что рекомендуется сделать на Gmail.com, адрес которого будет использоваться в качестве логина. После создания акаунта можно перейти к созданию курса путем нажатия на значок плюса в правом верхнем углу экрана (рисунок 1).

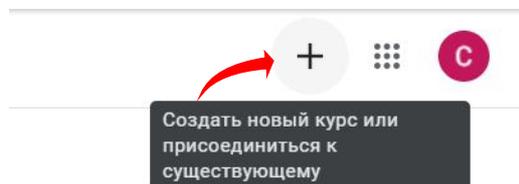


Рисунок 1 – Создание курса

После нажатия на кнопку «+» предлагается описать тему, раздел, предмет курса. Пример созданного курса на тему «Создание и обработка данных в электронных таблицах MS Excel» представлен на рисунке 2.

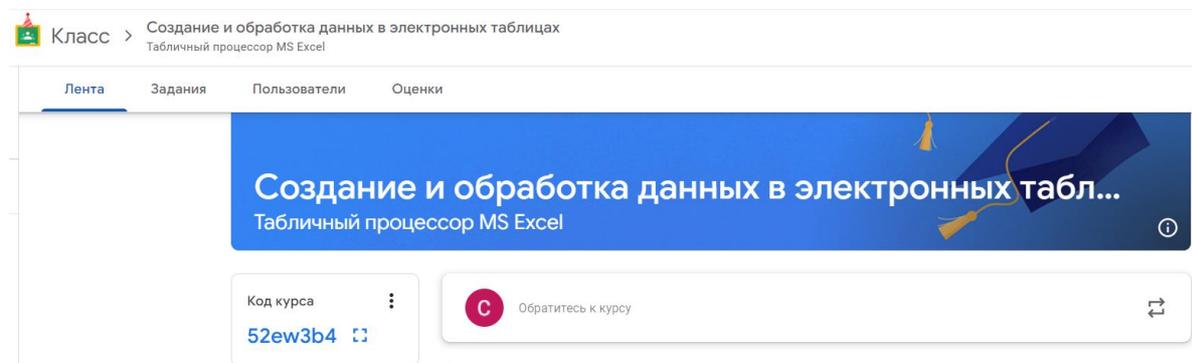


Рисунок 2 – Создание курса на тему «Создание и обработка данных в электронных таблицах MS Excel»

Весь курс делится на теорию и практику. Теория – это все лекционные материалы. В качестве практики можно использовать задания и онлайн-тесты.

Список тем в курсе находится во вкладке «Задания». Путем нажатия на кнопку «+ Создать» можно добавить заранее подготовленные темы лекций, практические задания и онлайн-тесты.

Пример содержания курса представлен на рисунке 3.

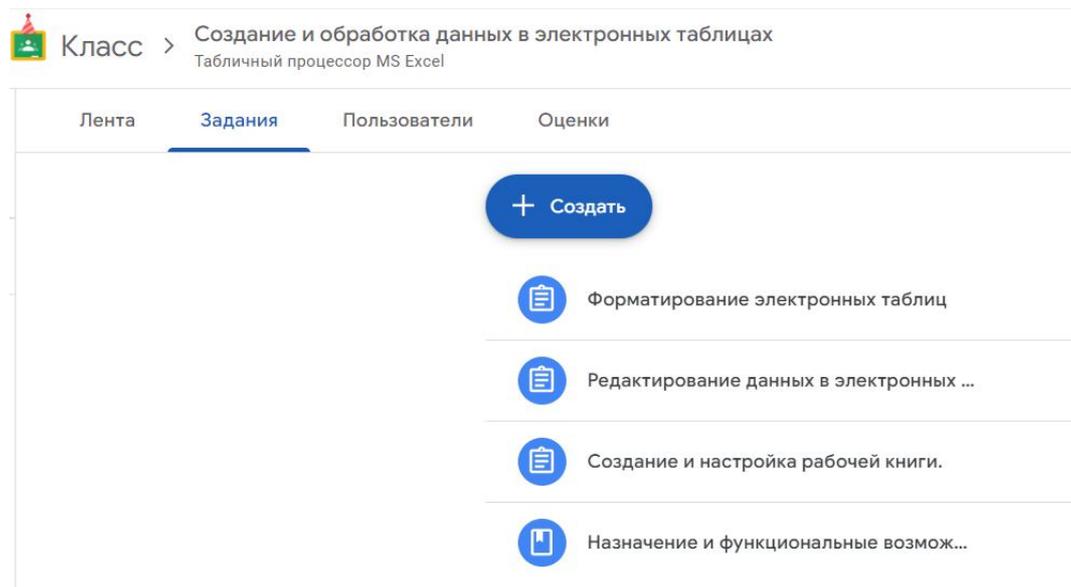


Рисунок 3 – Содержание курса

Если готовых материалов нет, то это можно сделать прямо на платформе. Для этого Google Classroom позволяет создавать курсы с текстовыми лекциями, видеоуроками, презентациями, тестами и заданиями.

Сервис Google Docs обладает всем необходимым функционалом по созданию и редактированию текстовых документов. Он позволяет значительно упростить работу с документами, так как можно работать в документах удаленно, не загружая их на компьютер. Работа с инструментами форматирования проста и понятна. Текстовые документы можно сохранить в форматах .docx, .pdf.

Сервис Google также позволяет добавлять таблицы, импортировать и экспортировать файлы с расширением .xls, .txt, форматировать ячейки, изменять формулы, вычислять результаты, создавать сводные таблицы и диаграммы с целью анализа данных.

Презентации позволяют визуализировать информацию и экономить время на занятиях при изучении некоторых тем.

Чтобы поделиться курсом, достаточно выслать учащимся приглашение на почту, отправив ссылку на подключение или сказать код, который необходимо ввести при входе в учебный класс.

Проверить знания учащихся помогут тесты. Их можно размещать в конце каждой учебной темы или запускать отдельно. Для тестирования используется Google Форма. Это интернет-сервис, в котором создаются проверочные вопросы. Создание тестов предполагает использование восьми типов заданий: от выбора одного правильного ответа до вопроса-эссе, в котором учащемуся предлагается написать свои мысли на заданную тему.

Пример создания тестовых заданий представлен на рисунке 4.

Для создания теста необходимо выбрать необходимый шаблон и добавить задания. При необходимости можно использовать картинки, чтобы проиллюстрировать вопрос и сделать его понятнее.

При оформлении теста существует возможность добавления титульной обложки, задания критериев отметки, выставления сроков тестирования, по которым должен быть пройден тест. При этом, если учащиеся не смогли уложиться во временные рамки, то тест будет недоступен и автоматически будет выставлен неуд. При ошибке тест покажет правильный ответ, что поможет учащимся разобраться в вопросе и закрепить материал.

Тема: Табличный процессор MS Excel

sbg25.2004@gmail.com [Сменить аккаунт](#)

 Совместный доступ отсутствует

1. Указание адреса ячейки в формуле называется:

функцией

ссылкой

именем ячейки

2. Какая из ссылок является абсолютной?

A\$5

\$A\$5

\$A5

Рисунок 4 – Создание тестовых заданий

Таким образом, интернет-сервис Google позволяет учащимся получать качественные знания в удобном формате, а преподавателям автоматизировать многие задачи, связанные с организацией учебного процесса, а также отслеживать прогресс учащихся и своевременно вносить необходимые изменения.

Интернет-сервис обладает рядом достоинств, что дает возможность использовать их в любой образовательной среде, где есть сеть интернет.

Список использованной литературы

1. **Казаченок, В. В.** Информационные технологии как объект и средство современного образования / В. В. Казаченок // Народ. асвета. – 2017. – № 9. – С. 3–7.

2. **Абламейко, С. В.** Современные информационные технологии в образовании / С. В. Абламейко, В. В. Казаченок, П. А. Мандрик // Информатизация образования – 2014: педагогические аспекты создания и функционирования виртуальной образовательной среды : материалы междунар. науч. конф., Минск, 22–25 окт. 2014 г. / Бел. гос. ун-т. – Минск, 2014. – С. 7–13.

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Развитие информационных технологий и продуктов искусственного интеллекта (ИИ) стремительно растет. Цель исследования является выявление динамики развития, особенностей и тенденции мирового рынка систем и технологий искусственного интеллекта. Для этого использовались методология системного анализа, диалектический метод научного познания, методы исторического, логического и сравнительного анализа. В результате систематизировано понятие искусственного интеллекта, проведено краткое исследование мирового рынка ИИ и технологий и представлен прогноз развития рынка информационных систем и технологий.

The development of information technology and artificial intelligence (AI) products is growing rapidly. The purpose of the study is to identify the dynamics of development, features and trends of the global market for artificial intelligence systems and technologies. For this purpose, the methodology of system analysis, the dialectical method of scientific knowledge, methods of historical, logical and comparative analysis were used. As a result, the concept of artificial intelligence is systematized, a brief study of the global market for AI and technologies is conducted, and a forecast for the development of the market for information systems and technologies is presented.

Ключевые слова: искусственный интеллект; технологии; мировой рынок; цифровизация.

Key words: artificial intelligence; technology; global market; digitalization.

Быстрое проникновение цифровых технологий и интернета в повседневную жизнь внесло значительный вклад в рост мирового рынка искусственного интеллекта за последние несколько лет. Крупные инвестиции технологических гигантов в исследования и разработки постоянно способствуют технологическому прогрессу в различных отраслях. Ожидается, что растущий спрос на искусственные технологии в различных отраслях конечного использования, таких как автомобилестроение, здравоохранение, банковское дело и финансы, производство, продукты питания и напитки, логистика и розничная торговля, в ближайшие годы будет существенно стимулировать рост мирового рынка искусственного интеллекта. Технологические инновации всегда были важной частью большинства отраслей. Это и обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Растущая популярность различных жизненно важных медицинских устройств и функции самостоятельного вождения в новых электромобилях значительно ускоряют рост рынка искусственного интеллекта по всему миру. Смещение акцента в мире в сторону цифровизации положительно влияет на рост рынка. Ведущие мировые технологические гиганты, такие как Google, Microsoft, IBM, Amazon и Apple, увеличивают свои инвестиции в модернизацию и разработку различных приложений ИИ. Ожидается, что растущие усилия технологических гигантов по улучшению доступа к ИИ будут способствовать росту мирового рынка ИИ в течение прогнозируемого периода.

Отрасли конечного использования начали интегрировать искусственный интеллект в свои бизнес-процессы для оптимизации своей деятельности. Технология искусственного интеллекта набирает обороты, поскольку помогает организациям – конечным пользователям становиться более эффективными и ориентированными на результат. Растущее внедрение искусственного интеллекта побуждает новых участников выходить на рынок искусственного интеллекта, предлагая продукты и решения для конкретных нишевых приложений. Кроме того, компании также предпринимают ряд стратегических инициатив по консолидации отрасли, чтобы получить конкурентные преимущества.

Понятие «искусственный интеллект» не определяет однозначно конкретный готовый продукт, а выступает совокупностью инструментов, подходов и сущностей. Представим различные вариации трактовки данного понятия.

Искусственный интеллект – это технология, которая позволяет компьютерам имитировать человеческий интеллект и способности с целью решения различных проблем [1].

Искусственный интеллект – это способность компьютера или супермашины выполнять задачу подобно человеку, но с более высокой эффективностью [2].

Искусственный интеллект – это обширная отрасль информатики, занимающаяся созданием интеллектуальных машин, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта. ИИ является междисциплинарной наукой с множеством подходов, достижения в области машинного обучения и, в частности, глубокого обучения приводят к смене парадигмы практически в каждой отрасли [3].

Исходя из представленных трактовок, можно говорить о том, что в настоящее время нет общепринятого определения понятия «искусственный интеллект». Синтез такого определения интенсивно осуществляется, но сформировать единое определение сложно по следующим причинам:

- ИИ изучается множеством научных дисциплин (компьютерные дисциплины, математика и статистика, психология, нейробиология, философия и др.), каждая из которых имеет свою терминологию, объект исследования, инструментарий;

- ИИ стремительно набирает темпы развития, появляется все больше новых решений, меняется наполнение термина;

- ИИ охватывает множество разработок разного уровня сложности, опирающихся на разный стек технологий, что также усложняет подход к обобщенному определению.

В части оценки объема рынка аналитическими компаниями размер мирового рынка искусственного интеллекта различается из-за учета разного набора компонентов, необходимых для построения ИИ-решений (в виде программного обеспечения, аппаратных систем, услуг), а также из-за разности в методологиях оценки, поэтому консенсус в оценке объема рынка ИИ не достигнут.

На рисунке 1 представлена оценка глобального рынка ИИ, CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) составляет 20,3% на промежутке 2022–2032 гг.

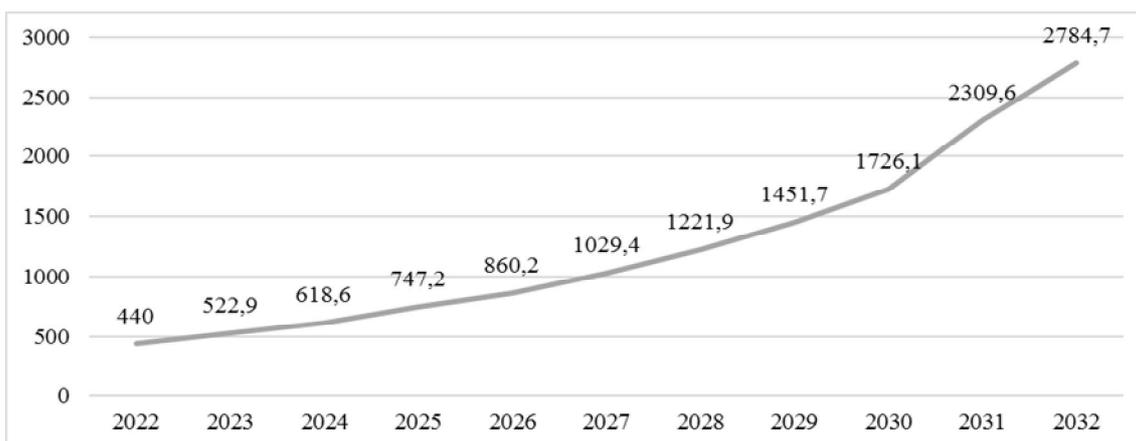


Рисунок 1 – Объем глобального рынка искусственного интеллекта, млрд. долл. США

Примечание – Составлено автором на основании [2].

Около 65% мирового рынка ИИ (341,7 млрд долл. США) занимает машинное обучение (англ. machine learning), 10% (49,9 млрд долл. США) – компьютерное зрение (англ. computer vision), 10% (51,3 млрд долл. США) – обработка естественного языка (англ. natural language processing), 15% (80,0 млрд долл. США) – роботизация с ИИ, автономные и сенсорные технологии (рисунок 2).

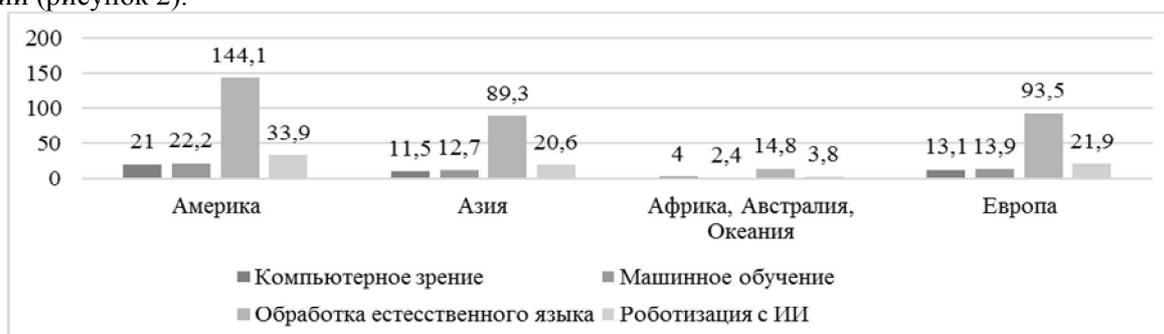


Рисунок 2 – Региональное распределение глобального рынка ИИ, млрд долл. США

Примечание – Составлено автором на основании [2].

В 2023 г. 42% мирового рынка ИИ (221,2 млрд долл. США) приходится на Америку, 27% (142,4 млрд долл. США) – на Европу, 26% (134,3 млрд долл. США) – на Азию, 5% (25,0 млрд долл. США) – на Африку, Австралию и Океанию.

Рынок США является доминирующим, на втором месте по объему рынка находится Китай, далее следуют рынки Германии, Великобритании (таблица 1).

Таблица 1 – Прогноз рынка ИИ по некоторым странам, млрд долл. США

Страна	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
<i>США</i>	188,9	219,9	26,4	296,1	348,7	407,1	475,7	556,1	650,2	760,2
Роботизация с ИИ	28,9	32,9	38,2	42,3	48,5	44,5	63,0	71,8	83,9	98,1
Машинное обучение	122,9	145,4	175,4	201,6	240,7	284,8	337,2	399,2	466,7	545,7
Обработка естественного языка	19,0	21,6	25,1	27,8	31,9	36,4	41,4	47,2	55,2	64,5
Компьютерное зрение	18,0	20,0	22,7	24,5	27,5	30,6	34,1	38,0	44,0	51,9
<i>Китай</i>	62,9	76,3	94,4	111,4	136,6	166,0	201,9	245,6	298,8	363,5
Роботизация с ИИ	9,6	11,4	13,8	15,9	19,1	22,7	27,1	32,3	39,2	47,7
Машинное обучение	41,9	51,4	64,3	76,6	94,8	116,2	142,6	175,0	212,9	259,0
Обработка естественного языка	5,9	7,1	8,7	10,1	12,2	14,7	17,7	21,1	25,8	31,4
Компьютерное зрение	5,5	6,4	7,7	8,9	10,5	12,3	14,5	17,1	20,8	25,3
<i>Германия</i>	22,3	26,2	31,4	35,9	42,6	50,2	59,1	69,7	82,2	96,9
<i>Великобритания</i>	21,4	24,9	29,5	33,4	39,2	45,7	53,3	62,2	72,6	84,8
<i>Япония</i>	21,0	25,0	30,4	35,3	42,5	50,7	60,6	72,5	86,7	103,7
<i>Франция</i>	14,1	16,9	20,3	23,3	27,7	32,7	38,6	45,5	53,8	63,5
<i>Канада</i>	13,1	15,3	18,2	20,6	24,3	28,4	33,3	39,0	45,6	53,4
<i>Австралия</i>	10,6	12,6	15,3	17,6	21,1	25,0	29,8	35,4	42,1	50,0
<i>Италия</i>	10,1	12,0	14,6	16,9	20,3	24,2	28,9	34,5	41,3	49,3
<i>Южная Корея</i>	10,0	12,0	14,7	17,1	20,7	24,9	29,9	35,9	43,2	51,9
<i>Россия</i>	3,6	4,3	5,2	6,0	7,3	8,6	10,3	12,2	14,5	17,3
Роботизация с ИИ	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,2	1,4	1,6	1,9	2,3
Машинное обучение	2,4	2,9	3,5	4,1	5,0	6,0	7,2	8,7	10,3	12,3
Обработка естественного языка	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1	1,3	1,5
Компьютерное зрение	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,9	1,0	1,2

Примечание – Составлено автором на основании [2].

В зависимости от региона распределение объема ИИ по отраслям незначительно отличается. На рисунке 3 отражено текущее отраслевое среднемировое потребление ИИ.



Рисунок 3 – Отраслевое распределение глобального рынка искусственного интеллекта, %

Примечание – Составлено автором на основании [2].

Растущий спрос на технологии ИИ среди различных отраслей промышленности, в медицине, здравоохранении, финансовой и страховой сферах, сферах оптовой и розничной торговли оказывает значительное влияние на рост мирового рынка ИИ.

Помимо общих векторов применения технологии ИИ, в отраслях сформировались нишевые направления, часть мейнстрима представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Направления использования ИИ в различных сферах

Транспортировка и хранение	Финансовая и страховая сферы	Медицина и здравоохранение	Обрабатывающие производства
Полуавтономный, автономный грузовик	Выявление мошенничества	Открытие лекарств	Управление технологическими процессами
Управление группой грузовиков	Анализ кредитоспособности	Точная медицина	Контроль качества
Прогнозируемое техническое обслуживание	Составление профиля и сегментация клиентов	Медицинская визуализация и диагностика	Управление логистикой и запасами
Точность и картографичность	Андеррайтинг и оценка претензий		Прогнозируемое техническое обслуживание
Машинно-человеческий интерфейс			Планирование производства

Продолжение таблицы 2

Добыча полезных ископаемых	Сельское хозяйство	Телекоммуникация (медиа)	Оптовая и розничная торговля
Прогнозир технического обслуживания	Точное земледелие	Анализ производительности приложений	Анализ посещаемости и оптимизация магазинов
Перемещение материалов	Аналитика с помощью беспилотников	Аналитика в режиме реального времени	Аналитика платежей и ценообразования
Планирование производства	Сельскохозяйственные работы	Управление сетью и безопасностью	Управление взаимоотношениями с клиентами
Мелиорация	Мониторинг поголовья		Виртуальный ассистент
Примечание – Составлено автором на основании [2].			

Как было отмечено ранее, рынок ИИ определяют как совокупность ПО, аппаратного обеспечения и услуг, соотношение которых зависит от отраслевой специфики. Представим структуру цены ПО в технологиях по видам решений (таблица 3).

Таблица 3 – Структура цены ПО в технологиях по видам решений

Решение	Автомобильная промышленность	Обрабатывающие производства	Среднемировой уровень
Оборудование	73%	48%	24%
Программное обеспечение	20%	32%	37%
Услуги	7%	20%	39%
Всего	100%	100%	100%
Примечание – Составлено автором на основании [2].			

Растущее число внедрений ИИ оказывает влияние на привлекательность данной технологии для венчурного инвестирования, выхода на рынок новых участников, неограниченный рост участников рынка, а также рост объема государственного участия в применении технологии. Это подтверждается рекомендациями аналитиков сделки M&A в 2024 г. осуществлять сделки преимущественно с компаниями – разработчиками ИИ для получения доступа к технологиям и, в итоге, к повышению эффективности [5].

Свыше 64% рынка ИИ формируется глобальными игроками, такими как Microsoft Corporation, Intel Corporation, Nvidia Corporation, IBM Corporation, DeepMind, OpenAI, Alphabet и др. Около 36% рынка ИИ – это нишевые решения, например: компании ShieldAI, Zebra Medical Vision Inc, BioXcel Therapeutics, Prospera Technologies и др.

Единой практики в части нормативного регулирования ИИ не сформировано: в разных юрисдикциях применяются подходы к политике в области искусственного интеллекта, отражающие различные культурные подходы к регулированию в целом и регулированию ИИ в частности. В целом выделяется тренд на активное участие государства в регулировании искус-

венного интеллекта: инвестирование в научные исследования и разработки, выделение грантов и предоставление финансовой поддержки, определение правовых границ и пр.

В 2023 г. правительство США обязало разработчиков самых мощных систем ИИ делиться результатами тестов на безопасность и другой важной информацией с правительством, ранее действовал добровольный порядок уведомления. В 2024 г. Конгрессом будет подготовлен отдельный закон об ИИ с комплексным регулированием. Ежегодные инвестиции в научные исследования и разработки в области ИИ превышают 1 000 млн долл. США, размер гранта для проектов по разработке решений составляет до 1 млн долл. США.

Китай реализует жесткий подход к регулированию ИИ, постепенно смягчая уровень регулирования. Китай является технологическим лидером по направлению ИИ, а также применяет более 20 экспериментальных правовых песочниц для ИИ. Размер ежегодных инвестиций не раскрывается.

В Индии отсутствует государственный план регулирования ИИ, ожидалось, что отсутствие регулирования будет способствовать повышению страновой конкурентоспособности в части ИИ. В связи с тем, что правительство Индии в настоящий момент работает над созданием соответствующего законодательства, регулирующего использование искусственного интеллекта в различных отраслях, полагаем, что саморегулирование не оправдало ожиданий. Ежегодные инвестиции в научные исследования и разработки в области ИИ превышают 100 млн долл. США, размер гранта для проектов по разработке решений составляет до 0,5 млн долл. США.

В Российской Федерации в настоящий момент разрабатываются законы, связанные с применением ИИ, по порядку работы с персональными данными, банковской тайной [4].

Бурное развитие систем и технологий ИИ – это не просто технологическая инновация, а технологическая платформа четвертой промышленной революции, с которой связываются стратегии на ускорение экономического роста мировой экономики, повышение конкурентоспособности стран и компаний [5].

Список использованной литературы

1. **Что** такое искусственный интеллект [Электронный ресурс] // IBM. – Режим доступа: <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>. – Дата доступа: 25.09.2024.
2. **Понятие** искусственного интеллекта [Электронный ресурс] // Icoverage. – Режим доступа: <https://icoverage.io/Technology/What-Is-Artificial-IntelligenceAI-And-How-Does-It-Work>. – Дата доступа: 25.09.2024.
3. **Искусственный** интеллект это [Электронный ресурс] // BuiltIn. – Режим доступа: <https://builtin.com/artificial-intelligence>. – Дата доступа: 25.09.2024.
4. **Объем** мирового рынка искусственного интеллекта [Электронный ресурс] // It-World. – Режим доступа: <https://www.it-world.ru/it-news/market/198512.html>. – Дата доступа: 25.09.2024.
5. **Матюшок, В. М.** Мировой рынок систем и технологий искусственного интеллекта: становление и тенденции развития / В. М. Матюшок, В. А. Красавина, С. В. Матюшок // Вестн. РУДН. Сер., Экономика. – 2020. – № 3. – С. 505–521.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Ключевым аспектом устойчивого экономического развития региона является выявление ограниченных ресурсов организаций потребительской кооперации в экономической системе региона, и разработка мер, направленных на поиск других ресурсов, способных заменить дефицитные ресурсы, выступает в качестве важного вектора изучения проблем ресурсного обеспечения экономики региона с целью достижения и сохранения стабильного экономического роста. В статье определены направления, принципы, программы, проекты самообеспеченности региона. Полученные результаты проведенного исследования представляют собой определенную аналитическую ценность для выявления приоритетов в управлении региональной организации потребительской кооперации с целью снижения риска ее банкротства.

A key aspect of the sustainable economic development of the region is the identification of limited resources of consumer cooperation organizations in the economic system of the region and the development of measures aimed at finding other resources that can replace scarce resources acts as an important vector for studying the problems of resource provision of the region's economy in order to achieve and maintain stable economic growth. The article defines the directions, principles, programs, projects of self-sufficiency of the region. The obtained results of the conducted research represent a certain analytical value for identifying priorities in the management of a regional consumer cooperation organization in order to reduce the risk of its bankruptcy.

Ключевые слова: регион; ресурс; самообеспечение; экономическая система; потребительская кооперация; цифровая трансформация; потенциал; потребительская среда.

Key words: region; resource; self-sufficiency; economic system; consumer cooperation; digital transformation; potential; consumer environment.

Основные проблемы экономической безопасности связаны с цифровой трансформацией потребительской среды, которая определяет формирование ресурсной самообеспеченности экономики региона [1–3]. В сложившихся социально-экономических условиях, территориальные факторы экономического развития все больше увеличивают свою значимость для организаций потребительской кооперации [2; 4]. Ввиду повсеместной глобализации такая тенденция отмечается не только в России, но и в других странах мира. Именно процессы глобализации акцентируют особенности протекания экономических процессов в тех или иных регионах и их интеграцию в процессы разделения труда внутри государства и на международном уровне. Кроме того, мировой экономический кризис подсветил трудности, с которыми сталкиваются региональные экономические системы. Все вышеперечисленное актуализирует изучение основ формирования ресурсной самообеспеченности региона и поиска путей ее повышения.

Самообеспеченность регионов различными ресурсами занимает приоритетное положение в социально-экономической политике субъектов нашей страны. Самообеспеченность представляет собой «удовлетворение социально-экономических нужд региона за счет собственного производства, расширение горизонтальных связей в экономической сфере, внедрение производственной кооперации и интеграции, а также активное содействие в разделении труда на уровне региона и других стран мира» [1].

Сегодня в российской экономике отмечается регионализация и трансформация роли социально-экономических систем регионов организаций потребительской кооперации [2; 4]. Это детерминировано рядом условий, среди которых можно выделить возможность осуществления экономической деятельности, во многом определяющая региональную государственную политику. В связи с различной вариативностью и сложностью структуры региональной экономической системы считаем целесообразным использовать системный подход, суть которого заключается в представлении системы в качестве совокупности отдельных компонентов, взаимосвязанных друг с другом. К таковым компонентам можно отнести различные предприятия и фирмы, домохозяйства, органы государственной власти и т. д. Также взаимосвязь между компонентами может быть различной, например информационной или материальной. Вместе с тем, важно учитывать, что компоненты при наличии связей друг с другом не могут существовать без ресурсов.

Несмотря на частое использование в экономической литературе понятия «ресурс», его определение до сих пор является размытым и неоднозначным ввиду его трактования с различных точек зрения. В самом общем понимании ресурсный потенциал региона представляет со-

бой «единство источников и предпосылок производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ, которые локализованы на территории определенного региона» [2].

Ввиду неоднозначного и размытого определения термина «ресурсный потенциал региона» в настоящее время отсутствует общепринятая классификация ресурсов. Наиболее общая классификация ресурсов предполагает их деление исходя из их характеристик и сфер применения.

Региональный потенциал системы потребительской кооперации включает в себя следующие виды ресурсов [2; 4]:

1. Финансовые ресурсы представляют собой единство денежных средств и их эквивалентов, имеющихся у государства или предприятия, и необходимые для осуществления различных видов деятельности.

2. Правовые ресурсы – это нормативные правовые, подзаконные акты и другие источники права.

3. Природными ресурсами являются объекты природы, которые используются человеком в целях поддержания своей жизнедеятельности (вода, солнечный свет, почва, воздух, ветер, полезные ископаемые).

4. Политические ресурсы – это возможности и средства власти, используемые для осуществления полномочий.

5. Трудовые ресурсы включают в себя ту часть населения, которая является носителем физических и умственных способностей, требуемых для осуществления трудовой деятельности.

6. Интеллектуальные ресурсы – это единство знаний, умений, навыков.

7. Управленческие ресурсы – это совокупность возможностей и способностей, необходимых для осуществления воздействия на состояние (поведение).

8. Информационные ресурсы представляют собой единство данных, необходимых для получения правдивой информации в различных областях теории и практики.

Духовные ресурсы включают в себя определенные ценности, традиции, обычаи, ритуалы.

Помимо перечисленных ресурсов существуют и другие виды, составляющие региональный потенциал региона. В свою очередь, ресурсный потенциал региона находит свое отражение в социально-экономических факторах, которые измеряются в исторических, природно-ландшафтных, экономических, организационных и иных показателях. Здесь важно учесть, что некоторые факторы могут быть присущи только к региональным аспектам (природно-ландшафтные параметры, численность населения) или же только к отраслевым аспектам (объем промышленности производства, технологическая система).

Важно, что в любой экономической деятельности используются практически все виды ресурсов, одни используются в большей степени, другие в меньшей. Кроме того, не все ресурсы являются первичными, т. е. не все они необходимы для начала осуществления экономической деятельности. Выделение определенных видов ресурсов является необходимым для управления на уровне региона. Например, Сибирь богата природными ресурсами, а именно полезными ископаемыми (нефть, газ, уголь, золото, медь), соответственно, развитие данных ресурсов является для данного региона приоритетной задачей, требующей всесторонней поддержки [2].

К социально-экономическим факторам региона относят [3]:

1. Отрасли производства.

2. Плотность населения региона.

3. Численность трудовых ресурсов региона.

4. Уровень доходов, приходящихся на душу населения.

5. Уровень образования населения.

6. Социальный капитал региона.

7. Географические факторы (ландшафт, климат, полезные ископаемые).

8. Ценовая политика на продукты и услуги.

9. Культурные и национальные особенности.

10. Традиции региона, которые сложились с течением времени.

Выделенные социально-экономические факторы обеспечивают функционирование четырех базовых экономических процессов организаций потребительской кооперации – производства, распределения, обмена и потребления. Также исследователи выделяют следующие региональные условия социально-экономического развития [4]:

- внешние условия, к которым относятся законодательство страны и региона и все изменения, вносимые в него, политическая ситуация, состояние рынка, уровень инфляции и т. д.;
- инфраструктурные условия представляют собой «обеспеченность региона производственными, транспортными, социальными средствами, обеспечивающими функционирование и воспроизводство социально-экономической системы региона»; иными словами, инфраструктурные условия – это производственные предприятия, дороги, инженерные сооружения и т. д.;
- ресурсные условия – это численность и плотность населения региона, отраслевая специализация региона, природно-ландшафтные ресурсы, численность трудоспособного населения, материальные ресурсы;
- инновационные условия: фонды и организации, которые занимаются поддержкой фундаментальных и прикладных исследований, технопарки, инкубаторы, институты, предоставляющие услуги инновационным предприятиям.

Основу экономических систем регионов составляют факторы регионального развития, значимость которых трансформируется под условия рынка с учетом потребительских рисков. Это проявляется в [5]:

- преобладании новых факторов над традиционными: к новым принято относить политические, рыночные, кризисные и другие факторы, к традиционным – социальные, транспортные, энергетические, геологические и т. д.;
- усилении роли природных факторов при определении местоположения предприятий;
- повышении уровня самостоятельности регионов страны при использовании ресурсов;
- увеличении значимости информационных и инновационных факторов.

В этой связи структура региона, рассматриваемая нами как целостная система, может быть рассмотрена во взаимосвязи экономических, социальных, политических, культурных, экологических и прочих подсистем. Также влияние на структуру региона оказывают такие внешние факторы, как экономика соседних регионов, экономическая политика в стране, мировые экономические тенденции.

Безусловно, ресурсы могут быть применены в экономической деятельности только в совокупности, а не по отдельности. Поскольку региональная экономическая система характеризуется территориальной локализованностью, необходимо, чтобы ресурсы в конкретный промежуток времени находились в региональной экономике.

В качестве путей повышения ресурсной самообеспеченности экономики региона и снижения потребительских рисков в настоящее время предлагаем следующее [5]:

- интенсивное развитие сельскохозяйственной отрасли, которая позволяет повышать продовольственную безопасность;
- активное внедрение и применение отечественных инноваций в энергетическую отрасль с целью сокращения влияния зарубежных технологий;
- оптимизацию региональных отраслей производства;
- инвестирование в разработку региональных природных ресурсов.

Подводя итог, отметим, что ресурсное обеспечение региональной экономики – это комплекс экономических ресурсов, направленных на достижение эффективного функционирования экономической системы региона. Ресурсное обеспечение экономической системы региона выступает в качестве значимого условия для достижения максимального эффекта организаций потребительской кооперации [2; 4].

Ресурсное обеспечение экономики региона тесно связано с таким важным свойством ресурсов, как их ограниченность. Очевидно, что даже возобновляемые ресурсы в определенный временной промежуток могут быть дефицитными. Кроме того, отметим, что для функционирования экономических процессов необходимо несколько видов ресурса, при этом одни используются больше, другие меньше. При этом любой экономический процесс обладает своей логикой протекания (временным, управленческим, технологическим свойством и т. д.). Иными словами, для того чтобы получить определенное количество благ, необходимо затратить определенное количество времени и ресурсов. Соответственно, дефицит того или иного ресурса не позволит получить «на выходе» готовое благо. Выявление ограниченных ресурсов экономической системы региона и разработка мер, направленных на поиск других ресурсов, способных заменить дефицитные ресурсы, выступает в качестве важного вектора изучения проблем ресурсного обеспечения экономики региона с целью достижения и сохранения стабильного экономического роста.

Список использованной литературы

1. **Проблемы** экономической безопасности: вызовы новой реальности / Е. В. Алексеева [и др.]. – Челябинск : Юж.-Урал. гос. ун-т, 2023. – 732 с.
2. **Трансформация** потребительской кооперации в цифровую экономику / М. К. Черняков [и др.]. – Курск : Университет. кн., 2023. – 186 с.
3. **Черняков, М. К.** Информационная безопасность: модель нарушителя / М. К. Черняков, И. Н. Черняков // Цифровые системы и модели: теория и практика проектирования, разработки и применения : материалы нац. (с междунар. участием) науч.-практ. конф., Казань, 10–11 апр. 2024 г. / Казан. гос. энергет. ун-т. – Казань, 2024. – С. 1407–1411.
4. **Черняков, М. К.** Сфера услуг: цифровая трансформация потребительской кооперации / М. К. Черняков, М. М. Чернякова // Вестн. Акад. знаний. – 2024. – № 1 (60). – С. 352–358.
5. **Черняков, М. К.** Цифровые потребительские риски / М. К. Черняков, В. М. Черняков, Т. Р. Зайцева // Трансформация потребительского рынка в контексте приоритизации качества и безопасности товаров и услуг : материалы междунар. науч.-практ. интернет-конф., Донецк, 25–26 апр. 2024 г. / Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2024. – С. 174–177.

УДК 332.01

Х. Д. Язханова (yazhanowahesel@gmail.com),

канд. техн. наук

*Туркменский государственный
институт экономики и управления
г. Ашхабад, Туркменистан*

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

В данной статье описывается внедрение цифровых технологий в экономическом секторе, которые делают цифровые транзакции и электронные услуги более доступными и безопасными. Показаны основные области, в которых они используются сегодня. Контроль экономических показателей предприятий, анализ оптимальных методов и использование соответствующих компьютерных программ позволяют быстро и эффективно решать экономические задачи.

Стремительное внедрение и модернизация цифровых технологий в Туркменистане положительно влияет на принимаемые меры по поддержанию стабильности экономической системы, повышению финансовой доступности и расширению финансово-экономических услуг. Повышение качества электронных услуг в управлении социально-экономического развития страны приводит к достижению долгосрочного устойчивого развития и увеличению доли информационно-коммуникационных технологий в валовом внутреннем продукте.

This research work describes the implementation of digital technologies in the financial sector and business models that make financial transactions and financial services more accessible and secure. The main areas in which they are used today are shown. Controlling the financial performance of enterprises, analyzing optimal methods, and using relevant computer programmes allow to quickly and efficiently work out financial issues.

The rapid introduction and modernization of digital technologies in our country, Turkmenistan, has a positive effect on the measures taken to maintain the stability of the financial system, improve financial integration and expand financial services. The improvement of quality of managing the business models in development of the social-economic development of the country leads to the achieving long-term sustainable development and increase in the share of information-communication technologies of the gross domestic product.

Ключевые слова: маркетинг; информационные технологии; конкурентоспособность; перспективные направления; внедрение; инновация.

Key words: marketing; information technology; competitiveness; perspective directions; integration; innovation.

Принята «Концепция развития цифровой экономики в Туркменистане на 2019–2025 годы», которая представляет собой «дорожную карту» развития национальной экономики на основе технологической модернизации отраслей экономики и эффективного использования технических ресурсов и производственных мощностей в стране. Развитие финансового рынка, являющегося одним из основных инструментов рыночных отношений, основанного на инновационных технологиях, осуществляется вместе с постоянным совершенствованием законодательной базы страны в этой сфере [1–3].

В условиях меняющихся экономических условий большое значение для безопасной организации деятельности и бизнеса приобретают инновационные технологии. Внедрение цифро-

вых технологий в финансовый сектор делает финансовые транзакции и услуги более доступными и безопасными.

Широко распространенный сервис электронной коммерции играет ключевую роль в развитии цифровой экономики в нашей стране. В связи с быстрым ростом электронной технологии сегодня во всем мире создаются виртуальные магазины, предприятия и организации. Среди них более широкое распространение получили возможность презентации и продажи товаров на конкурсной основе.

Сегодня основные направления электронной коммерции связаны с продуктами питания, промышленными товарами и информационными продуктами. Электронная коммерция включает в себя следующее:

- электронный обмен данными (Electronic Data Interchange, EDI);
- электронные переводы денежных средств (Electronic Funds Transfer, EFT);
- электронную коммерцию (e-trade);
- электронные деньги (e-cash);
- электронный маркетинг (e-marketing);
- электронный банкинг (e-banking);
- электронные страховые услуги (e-insurance).

Разрабатывается технологически-программное решение для цифровой платформы по организации систем электронного бизнеса и обслуживания, которая осуществляет важную роль в развитии цифровой экономики. Такая технология основана на платформе Java для использования простых инструментов по размещению разнообразных товаров и услуг предпринимателями, их выхода на мировой рынок, эффективной торговли, обеспечения доступности товаров и услуг для осуществления клиентами покупок по доступным ценам по принципу прохода в одно окно и доступ к услугам осуществляется на основе создания сайтов.

В результате широкого использования информационных и коммуникационных технологий и возможностей интернета появляется возможность сэкономить драгоценное время и ресурсы потребителей, удобство цифровых технологий, быстрое выполнение услуг.

Автоматизированные системы управления создаются для совершенствования управления отраслями и отдельными предприятиями на основе применения математических методов, современных средств вычислительной техники и средств связи для наилучшего использования производственных фондов, увеличения выпуска продукции, снижения ее себестоимости, повышения производительности труда, рентабельности производства и роста прибыли.

Проектирование автоматизированной системы управления требует постановки задачи проектирования в различных аспектах: информационном, техническом, математическом и эргономическом. Следует отметить, что нет единого подхода к решению подобных задач и не существует специализированного программного продукта, наиболее адаптированного к нуждам конкретных предприятий. Разработка автоматизированной системы управления начинается с постановки задачи проектирования, решения исследовательских задач. Решение задачи создания автоматизированной системы управления состоит из многих этапов:

- аналитического исследования функционирования предприятия;
- подготовки технических заданий;
- создания проекта;
- внедрения автоматизированные системы управления.

Подобный подход позволяет создать именно такую систему, которая будет полностью соответствовать его назначению, решать комплексно все задачи управления, а само проектирование и внедрение автоматизированной системы управления будет осуществлено с наименьшими затратами.

Цифровизация – тренд мирового развития, она входит в нашу повседневную жизнь с расширением возможности информационной коммуникации. Цифровизация становится неотъемлемой составляющей жизни современного общества. Внедрение системы автоматической идентификации в различные сферы важный показатель стремления к инновационному развитию, созданию всех условий для реализации социально ориентированного политического курса страны.

Инновационная цифровизация стало важным этапом развития национальной модели экономики Туркменистана, переход к которому стал возможен благодаря четкой, глубоко продуманной и научно обоснованной стратегии главы государства. Активное развитие цифрового образования, совершенствование системы профессиональной ориентации, введение дополнительных знаний в области информационно – коммуникационных технологии – все это пред-

ставляет особые возможности для обеспечения различных отраслей экономики высококвалифицированными специалистами.

При цифровизации немаловажным является вопрос безопасности информации. Под информационной безопасностью в соответствии с принципами понимается состояние защищенности основных интересов личности, общества и государства в информационном пространстве, включая информационно-коммуникационную инфраструктуру и ее свойств как целостность, объективность, доступность и конфиденциальность.

В соответствии с инновационными реформами эпохи виртуальные технологии финансовых услуг обеспечивают успех и конкурентоспособность участников финансового рынка. Соответственно, считается целесообразным использовать традиционные цифровые бизнес-модели для решения различных экономических задач на основе передовых технологий в экономическом секторе.

К традиционным бизнес-моделям относятся следующие:

– *Обычный бизнес.* Выполнять задачи согласно бизнес-процессам клиента с использованием современных технологий.

– *Внедрение цифровизации.* Повышение профессиональных знаний и деловых навыков сотрудников в вопросах цифровизации, активизация бизнес-операций в финансовых системах.

– *Стандартная оцифровка.* Эффективное использование новых технологий и ресурсов и точное определение перспективных направлений развития. Стратегический этап. Серьезное изменение в финансовых планах компании. Повышение производительности труда сотрудников и эффективности научных исследований.

– *Цифровая конвергенция.* Создание специальной рабочей группы, занимающейся цифровизацией бизнеса.

– *Внедрение инноваций.* Целесообразное использование новых возможностей, возникающих в связи с формированием новой инфраструктуры, увеличением масштабов внедрения новых технологий.

Финансовые модели можно определить по следующим трем основным направлениям: сначала принимается общая стратегия развития компании, а затем составляются бизнес-планы структурных подразделений. На основе бизнес-планов подразделений составляется общий план развития компании.

Стратегические и операционные модели разрабатываются одновременно. Компьютерные программы используются для автоматизации и оптимизации процесса контроля финансовой деятельности предприятий.

На основании полученной информации эксперт может спрогнозировать будущее экономическое положение предприятия и принять меры по устранению неблагоприятных ситуаций. Для этих случаев используется программа Python – очень гибкий язык программирования, позволяющий быстро и эффективно анализировать и использовать финансовые данные.

Таким образом, создание активной бизнес-модели для всех пользователей, заинтересованных во внедрении цифровых технологий в экономическую систему, является одним из важных условий и служит важным индикатором привлечения инвесторов и использования инновационных решений.

Список использованной литературы

1. **Возрождение** новой эпохи могущественного государства: Национальная программа социально-экономического развития Туркменистана на 2022–2052 годы [Электронный ресурс] // Туркменистан: Золотой век. – Режим доступа: <http://www.turkmenistan.gov.tm/>. – Дата доступа: 18.11.2022.

2. **Утверждена** Концепция развития цифровой образовательной системы Туркменистан [Электронный ресурс] // turkmenistan.ru: интернет-газета. – Режим доступа: <http://www.turkmenistan.ru/>. – Дата доступа: 18.11.2022.

3. **Демин, И. С.** Концепция кластера в технологиях интеллектуального анализа данных / И. С. Демин // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 1. – С. 260–263.

IV. КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ

УДК 338.656

Н. В. Винокуров (vinokurov_kolya@inbox.ru),

аспирант

Российский научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований по инженерно-техническому обеспечению агропромышленного комплекса пос. Правдинский, Российская Федерация

МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИЙ НА АВТОТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Статья посвящена исследованию механизмов и инструментов управления при внедрении инноваций на автотранспортном предприятии в сфере потребительской кооперации. В статье подробно анализируются ключевые механизмы управления инновационными процессами, включая стратегическое планирование, организационные изменения, управление изменениями. Рассматриваются основные механизмы управления инновационными процессами, такие как стратегическое планирование, управление проектами, организационные изменения и управление изменениями. Особое внимание уделяется инструментам, поддерживающим внедрение инноваций, включая системы управления проектами (например, Agile и Lean), передовые информационные технологии и программные решения, способствующие автоматизации и оптимизации бизнес-процессов.

The article is devoted to the study of management mechanisms and tools when introducing innovations at a motor transport enterprise in the field of consumer cooperation. The article analyzes in detail the key mechanisms for managing innovation processes, including strategic planning, organizational change, change management. The main mechanisms for managing innovation processes, such as strategic planning, project management, organizational change and change management, are examined. Particular attention is paid to tools that support innovation, including project management systems (for example, Agile and Lean), advanced information technologies and software solutions that help automate and optimize business processes.

Ключевые слова: инновации; управление инновациями; автотранспортное предприятие; потребительская кооперация; стратегическое планирование; методологии Agile и Lean; оптимизация бизнес-процессов; эффективность предприятия.

Key words: innovation; innovation management; motor transport enterprise; consumer cooperation; strategic planning; Agile and Lean methodologies; business process optimization; enterprise efficiency.

В условиях современной экономики, характеризующейся высоким уровнем конкуренции и стремительными изменениями в технологиях, автотранспортные предприятия сталкиваются с необходимостью постоянного внедрения инноваций для поддержания и улучшения своей конкурентоспособности. Это особенно актуально для предприятий в сфере потребительской кооперации, где эффективность и качество предоставляемых услуг напрямую влияют на удовлетворенность клиентов и финансовые результаты.

Инновации в автотранспортной отрасли могут включать в себя широкий спектр решений: от внедрения новых технологий и автоматизации процессов до оптимизации логистики и повышения уровня сервиса. Однако успешное внедрение инноваций требует не только разработки и применения передовых технологий, но и эффективного управления этими процессами. Это включает в себя стратегическое планирование, применение соответствующих методологий управления проектами и организационные изменения, направленные на адаптацию к новым условиям.

В статье рассматриваются ключевые механизмы и инструменты управления, которые способствуют успешному внедрению инноваций на автотранспортных предприятиях. Основное внимание уделяется различным методологиям управления проектами, таким как Agile и Lean, а также использованию современных информационных технологий и программного обеспечения. Эти инструменты позволяют не только ускорить процесс внедрения инновационных решений, но и значительно повысить их эффективность и результативность.

Несмотря на преимущества кооперативной формы организации, автотранспортные предприятия сталкиваются с рядом серьезных проблем: финансовые трудности, недостаток инвестиций, ограниченные возможности для привлечения капитала и инвестиций из-за кооперативной формы собственности, высокие эксплуатационные затраты, затраты на топливо, техническое обслуживание и обновление автопарка.

Автотранспортные предприятия в сфере потребительской кооперации сталкиваются с рядом серьезных проблем, но также имеют значительный потенциал для развития. Применение комплексного подхода к управлению, включающего финансовые, технологические, организационные и социальные решения, позволит повысить эффективность и конкурентоспособность таких предприятий. Важным фактором успеха является кооперация между различными уровнями управления, сотрудниками и внешними партнерами, что обеспечит устойчивое развитие и достижение стратегических целей.

Автотранспортные предприятия в сфере потребительской кооперации играют важную роль в развитии экономики и обеспечении качественных и доступных транспортных услуг для населения. В условиях современной экономики, характеризующейся высокой конкуренцией и стремительными технологическими изменениями, внедрение инноваций становится необходимым условием для повышения эффективности и конкурентоспособности таких предприятий. Управление инновационными процессами требует применения различных механизмов, способных обеспечить успешное внедрение и использование новых технологий и решений. В современных условиях эти предприятия сталкиваются с рядом вызовов и проблем, связанных с необходимостью повышения эффективности, внедрения инновационных технологий и улучшения качества обслуживания клиентов. Автотранспортные предприятия, работающие в сфере потребительской кооперации, обеспечивают транспортные услуги как для физических лиц, так и для различных организаций. Важным аспектом их деятельности является кооперативная форма организации, основанная на принципах коллективного владения и управления. Это позволяет предприятиям гибко реагировать на изменения спроса и потребностей клиентов, однако также создает определенные сложности в управлении и финансировании.

Для успешного управления инновационными процессами на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации необходимо применять комплексный и системный подход. Это включает стратегическое планирование, привлечение инвестиций, внедрение современных технологий, реформу организационной структуры и активное участие сотрудников в процессе изменений.

Стратегическое планирование является основой для успешного внедрения инноваций. Оно включает в себя определение целей и задач, анализ текущего состояния предприятия, выявление потенциальных возможностей и угроз, а также разработку стратегий для достижения поставленных целей. Важным аспектом является формирование инновационной культуры, способствующей принятию и реализации новых идей. Стратегическое планирование является основой для управления инновациями. Оно включает в себя следующие ключевые элементы: определение целей и задач; формулирование долгосрочных и краткосрочных целей, связанных с внедрением инноваций.

Для управления процессом внедрения инноваций часто используются методологии управления проектами. Наиболее распространенными из них являются Agile и Lean.

Agile – методология, ориентированная на гибкость и адаптивность. Она включает в себя итеративный подход к разработке и внедрению решений, что позволяет быстро реагировать на изменения и улучшать процессы на основе полученной обратной связи.

Lean – методология, направленная на устранение потерь и повышение эффективности процессов. Методология Lean фокусируется на создании ценности для клиента, минимизации затрат и постоянном улучшении процессов.

Внедрение инноваций часто требует изменений в организационной структуре и процессах предприятия. Это может включать изменение ролей и обязанностей сотрудников, введение новых процедур и стандартов, а также развитие компетенций и навыков персонала. Важно

обеспечить поддержку и вовлеченность всех сотрудников в процесс изменений, чтобы минимизировать сопротивление и повысить эффективность внедрения инноваций.

Современные информационные технологии и программное обеспечение играют ключевую роль в процессе внедрения инноваций. Они позволяют автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы, улучшать взаимодействие с клиентами и партнерами, а также обеспечивать доступ к необходимым данным и аналитике для принятия обоснованных решений.

Системы управления проектами, такие как Trello, Jira, Microsoft Project и др., помогают эффективно планировать, контролировать и управлять процессом внедрения инноваций. Эти системы позволяют отслеживать прогресс, управлять ресурсами, координировать действия команды и обеспечивать прозрачность и подотчетность всех участников проекта.

Аналитические инструменты, такие как BI-системы (Business Intelligence), позволяют собирать, обрабатывать и анализировать данные, необходимые для оценки эффективности внедряемых инноваций. Эти инструменты помогают выявлять ключевые показатели эффективности, анализировать результаты и принимать обоснованные решения на основе полученных данных.

Примеры успешных проектов демонстрируют практическую пользу от внедрения современных технологий и подчеркивают важность инноваций для повышения конкурентоспособности кооперативов.

Автоматизация процессов обработки и хранения документов с использованием электронных архивов и систем управления документооборотом (EDMS) позволила повысить эффективность работы с документацией и сократить время на обработку запросов.

Применение телематических систем и GPS-мониторинга позволило улучшить контроль за транспортными средствами, повысить безопасность перевозок и оптимизировать маршруты, что привело к снижению затрат на топливо и обслуживание автопарка.

Несмотря на очевидные преимущества, процесс внедрения инноваций сопровождается следующими проблемами:

- Недостаток финансирования. Внедрение инновационных решений требует значительных финансовых вложений, что может быть затруднительно для автотранспортных предприятий, особенно в условиях ограниченных ресурсов.

- Организационные трудности. Изменение устоявшихся процессов и структур может вызвать сопротивление со стороны сотрудников, что требует дополнительных усилий для управления изменениями и обеспечения вовлеченности персонала.

- Социальные барьеры, недостаток знаний и навыков у сотрудников, а также низкая мотивация могут стать серьезными препятствиями на пути к успешному внедрению инноваций.

Для успешного внедрения инноваций на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации рекомендуется следующее:

- Разработка и реализация комплексных стратегий. Включение инноваций в долгосрочные стратегии развития предприятия, что позволит обеспечить системный подход к их внедрению и повысить вероятность успеха.

- Обеспечение финансирования. Привлечение инвестиций и государственных грантов для финансирования инновационных проектов. Развитие кадрового потенциала, обучение и повышение квалификации сотрудников, что позволит им эффективно работать с новыми технологиями и процессами. Активное использование современных инструментов управления проектами и аналитики, применение передовых технологий и методов для обеспечения прозрачности и эффективности процесса внедрения инноваций. Постоянный мониторинг и оценка эффективности, регулярный анализ результатов внедрения инноваций и корректировка стратегий и методов на основе полученных данных.

Механизмы и инструменты управления играют ключевую роль в успешном внедрении инноваций на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации. Стратегическое планирование, управление проектами и организационные изменения позволяют существенно повысить эффективность и конкурентоспособность предприятий.

Внедрение инноваций на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации требует использования различных инструментов управления для обеспечения успешного процесса изменений и достижения поставленных целей. Эти инструменты помогают в стратегическом планировании, реализации проектов, обучении персонала и мониторинге результатов.

Выделяют следующие ключевые инструменты управления:

- Стратегические инструменты:

- SWOT-анализ – инструмент для оценки сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз внешней среды. Помогает определить стратегические приоритеты и направления инновационного развития.

- PEST-анализ – анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов, влияющих на деятельность предприятия. Используется для понимания внешней среды и разработки долгосрочной стратегии.

- Balanced Scorecard (BSC) – система сбалансированных показателей для оценки эффективности и мониторинга выполнения стратегии. Включает финансовые, клиентские, внутренние процессы, обучение и развитие.

- Финансовые инструменты:

- Бюджетирование – процесс планирования и контроля финансовых ресурсов, необходимых для внедрения инноваций. Включает составление бюджета на разработку и внедрение новых технологий.

- Анализ рентабельности – оценка экономической целесообразности инновационных проектов. Включает расчет возврата на инвестиции (ROI) и других финансовых показателей.

- Привлечение инвестиций – поиск и привлечение внешних источников финансирования, таких как гранты, субсидии и кредиты. Включает разработку бизнес-планов и презентаций для инвесторов.

- Организационные инструменты:

- Управление проектами (PM) – применение методологий Agile и Lean для управления инновационными проектами. Использование инструментов, таких как Gantt Chart, Critical Path Method (CPM), Program Evaluation and Review Technique (PERT).

- Системы управления качеством (QMS) – внедрение стандартов ISO для обеспечения высокого качества процессов и продукции. Регулярный аудит и сертификация процессов.

- Организационные изменения – реорганизация структуры предприятия для повышения гибкости и адаптивности. Внедрение моделей управления изменениями, таких как модель ADKAR и модель Коттера.

- Технологические инструменты:

- ERP-системы – интеграция ERP-систем (Enterprise Resource Planning) для автоматизации и оптимизации бизнес-процессов.

- Примеры: SAP, Oracle, Microsoft Dynamics.

- CRM-системы.

- Системы телематики и GPS-мониторинга – внедрение телематических систем для отслеживания и управления транспортными средствами.

- Информационные инструменты – аналитические инструменты. Использование BI-систем (Business Intelligence) для анализа данных и принятия решений.

- Примеры: Power BI, Tableau, QlikView.

- Облачные технологии. Внедрение облачных решений для хранения и обработки данных.

- Примеры: Amazon Web Services (AWS), Google Cloud, Microsoft Azure.

- Инструменты для совместной работы: использование платформ для совместной работы и управления проектами.

- Примеры: Microsoft Teams, Slack, Asana, Trello.

- Образовательные и мотивационные инструменты:

- Программы обучения и развития, организация тренингов и курсов для повышения квалификации сотрудников.

- Использование онлайн-платформ для обучения, таких как Coursera, Udemy, LinkedIn Learning.

- Системы мотивации, разработка программ поощрений и бонусов для сотрудников, участвующих в инновационных проектах.

- Вовлечение сотрудников, применение инструментов для активного вовлечения сотрудников в процесс инноваций. Проведение воркшопов, мозговых штурмов и регулярных собраний для обмена идеями.

- Мониторинг и оценка. KPI и метрики – установка ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки успеха внедрения инноваций. Мониторинг метрик, таких как сокращение затрат, повышение производительности и улучшение качества услуг.

- Оценка рисков, проведение регулярных оценок рисков и разработка планов их минимизации. Использование методологий Failure Mode and Effects Analysis (FMEA) и SWOT-анализа для управления рисками.

Постоянный мониторинг и оценка результатов внедрения инноваций обеспечат контроль и возможность оперативного реагирования на возникающие проблемы и вызовы.

Инновации часто сопровождаются значительными изменениями в процессах и структуре предприятия. Эффективное управление изменениями включает в себя планирование и координацию изменений, а также обучение персонала. Это помогает минимизировать сопротивление сотрудников и ускорить процесс адаптации [1].

Внедрение информационных технологий и автоматизация процессов играют ключевую роль в управлении инновациями. Системы управления ресурсами предприятия (ERP), системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и аналитические платформы позволяют улучшить контроль над процессами, повысить их прозрачность и эффективность [2].

Создание инновационных экосистем и стратегическое партнерство с научными учреждениями, технологическими компаниями и другими предприятиями способствует обмену знаниями и ресурсами. Это позволяет ускорить разработку и внедрение новых технологий и решений. Важно формировать партнерство, которое обеспечивает доступ к передовым разработкам и технологиям [3].

Для принятия обоснованных решений необходимо проводить оценку и анализ инновационных проектов. Инструменты оценки, такие как SWOT-анализ, PEST-анализ и анализ стоимости и выгоды, помогают выявить сильные и слабые стороны, а также потенциальные риски и возможности проекта [4].

Применение креативных методов и дизайн-мышления позволяет находить нестандартные решения и разрабатывать инновационные концепции. Эти подходы способствуют генерации новых идей и созданию эффективных решений, отвечающих потребностям клиентов и рынка [1].

Для мониторинга и оценки результатов инновационных проектов используются KPI. Эти показатели помогают измерить успех внедрения нововведений и определить, насколько успешно проект достиг поставленных целей. KPI могут включать в себя финансовые показатели, показатели производительности и удовлетворенности клиентов [5].

Важным инструментом управления инновациями является сбор и анализ обратной связи от сотрудников, клиентов и партнеров. Это позволяет выявить проблемы и возможности для улучшения, а также адаптировать инновационные решения в соответствии с реальными потребностями и ожиданиями [6].

Внедрение системы управления транспортом (TMS) позволило многим автотранспортным предприятиям существенно сократить время доставки и снизить затраты на логистику. Такие системы позволяют эффективно планировать маршруты, отслеживать груз и анализировать данные для оптимизации процессов [5].

Автоматизация процессов обслуживания клиентов с помощью CRM-систем и чат-ботов улучшила качество сервиса на автотранспортных предприятиях. Эти технологии обеспечивают быстрый и эффективный ответ на запросы клиентов, а также помогают в управлении клиентскими данными и лояльностью [1].

Внедрение современных IT-решений, таких как облачные платформы и системы управления запасами, способствовало улучшению внутренней инфраструктуры автотранспортных предприятий. Эти решения позволили повысить гибкость и масштабируемость бизнес-процессов, а также улучшить взаимодействие между различными подразделениями [2].

Применение стратегического планирования, методов управления проектами, информационных технологий и партнерств помогает предприятиям адаптироваться к изменениям рынка и повышать свою конкурентоспособность. Важно также учитывать обратную связь и непрерывно улучшать процессы, чтобы обеспечить долгосрочный успех инновационных проектов.

Внедрение инноваций на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации требует комплексного подхода и применения эффективных механизмов и инструментов управления.

Эффективные механизмы управления включают стратегическое планирование, которое помогает определить долгосрочные цели и дорожную карту для внедрения новшеств. Управление изменениями обеспечивает плавное внедрение инновационных решений, минимизируя сопротивление сотрудников и ускоряя адаптацию. Информационные технологии и автоматизация играют важную роль в повышении эффективности процессов, улучшении прозрачности и кон-

троля. Партнерство и инновационные экосистемы способствуют обмену знаниями и ресурсами, что ускоряет разработку и внедрение новых технологий.

Инструменты управления инновациями, такие как методы оценки и анализа, креативные подходы и дизайн-мышление, KPI, а также сбор обратной связи, обеспечивают основу для успешного внедрения нововведений. Методы оценки, такие как SWOT-анализ и PEST-анализ, помогают определить риски и возможности, креативные методы способствуют генерации новых идей, а KPI позволяют измерять успех проектов. Сбор обратной связи позволяет оперативно корректировать инновационные решения в соответствии с потребностями и ожиданиями клиентов и сотрудников.

Практические примеры успешных внедрений инновационных решений, такие как оптимизация логистических процессов, повышение качества обслуживания клиентов и улучшение внутренней инфраструктуры, демонстрируют значимость применения описанных механизмов и инструментов. Эти примеры подтверждают, что правильно подобранные подходы могут существенно повысить эффективность и конкурентоспособность автотранспортных предприятий. Для достижения успешных результатов в управлении инновациями на автотранспортных предприятиях в сфере потребительской кооперации необходимо учитывать текущие тренды и применять лучшие практики управления. Это включает в себя внедрение современных технологий, гибкие методы управления проектами и стратегическое партнерство. Постоянный мониторинг и оценка эффективности внедренных инноваций позволят не только достигать поставленных целей, но и обеспечивать долгосрочное развитие и устойчивость бизнеса.

Список использованной литературы

1. **Иванова, Е. В.** Современные подходы к управлению инновациями на транспорте [Электронный ресурс] / Е. В. Иванова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 06.10.2024.
2. **Богданова, Н. П.** Роль информационных технологий в транспортной логистике [Электронный ресурс] / Н. П. Богданова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 06.10.2024.
3. **Морозова, Л. П.** Современные бизнес-альянсы и их влияние на развитие кооперации / Л. П. Морозова, В. К. Смирнов. – Новосибирск, 2018.
4. **Петрова, И. В.** Тренды и перспективы развития транспортной отрасли в Беларуси / И. В. Петрова, В. М. Александров. – Гродно, 2019.
5. **Кузнецова, О. Г.** Методы и инструменты управления инновациями в транспортной отрасли / О. Г. Кузнецова. – Витебск, 2020.
6. **Федоров, В. И.** Проблемы и перспективы внедрения новых технологий в потребительской кооперации / В. И. Федоров, С. А. Ковалев. – Омск, 2018.

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современные условия развития рынка характеризуются глобализацией экономических связей в системе мирового рынка, в котором несомненным фактором выступает логистика. В данной статье автором рассмотрено значение логистики в различных отраслях экономики; перспективы развития Республики Беларусь в логистической деятельности и способность Беларуси не только быстро кризисного реагирования в условиях санкций от Запада, но и активного внедрения современных онлайн-решений в логистике.

Modern conditions of development of market are characterized by globalization of economic relations in the world market system, in which logistics is an undoubted factor. In this article, the author examines the importance of logistics in various sectors of the economy; prospects for the development of the Republic of Belarus in logistics activities and the ability of Belarus not only to quickly respond to a crisis in the context of sanctions from the West, but also to actively implement modern online solutions in logistics.

Ключевые слова: трансформация, блокчейн; омниканальные стратегии; драйверы; онлайн-каналы; офлайн-каналы; искусственный интеллект; гибридные модели поставок; персонализация; кастомизация.

Key words: transformation; blockchain; omnichannel strategies; drivers; online channels; offline channels; artificial intelligence; hybrid supply models; personalization; customization.

Современная мировая экономика переживает период глубоких изменений, связанных с внедрением новых технологий, усилением глобализации и растущей ориентацией на устойчивое развитие. Эти процессы привели к формированию трансформационной экономики, которая требует от бизнеса адаптации к новым условиям. Одним из важнейших аспектов этой адаптации является развитие коммерции и логистики, которые играют ключевую роль в создании эффективных цепочек поставок и обеспечении потребностей клиентов.

В условиях быстро меняющегося внешнего окружения компании сталкиваются с множеством вызовов, включая ускорение темпов цифровизации, изменение потребительских предпочтений, появление новых рыночных моделей и необходимость обеспечения устойчивости бизнеса. Логистика и коммерция должны учитывать эти факторы и трансформироваться вместе с экономикой, чтобы сохранить конкурентоспособность и адаптироваться к новым реалиям.

В данной статье рассматриваются основные тенденции, влияющие на развитие коммерции и логистики в условиях трансформационной экономики, а также ключевые драйверы, стимулирующие их рост. Цель статьи – проанализировать, как новые технологии и экономические реалии влияют на бизнес-процессы, предложить возможные сценарии развития коммерции и логистики в ближайшем будущем.

Трансформационная экономика – это коренное изменение главных экономических институтов и формирование новой институциональной структуры экономики. Она возникает в условиях значительных перемен, которые затрагивают все уровни ведения бизнеса (от производства и логистики до взаимодействия с клиентами и стратегического планирования) [1].

Выделяют следующие ключевые факторы, влияющие на трансформационную экономику:

– Цифровизация и автоматизация. Развитие информационных технологий и широкое применение цифровых решений меняют подходы к управлению цепочками поставок, взаимодействию с клиентами и организации внутренних процессов.

– Глобализация. Влияние глобальных рынков на бизнес становится все более значительным, что требует от компаний способности адаптироваться к международным вызовам и возможностям.

– Устойчивое развитие. Современные компании вынуждены учитывать экологические и социальные аспекты своей деятельности, стремясь к снижению негативного влияния на окружающую среду и соблюдению стандартов корпоративной ответственности.

Эти факторы формируют условия для трансформации коммерции и логистики, которая в свою очередь должна быстро адаптироваться к новым экономическим и технологическим реалиям [2].

Коммерция, как сфера, направленная на обмен товарами и услугами, играет ключевую роль в современной экономике. В условиях трансформационной экономики традиционные методы ведения бизнеса стремительно уступают место новым моделям, основанным на цифровых технологиях. Одним из наиболее заметных изменений является рост электронной коммерции, которая становится ведущим каналом продаж для крупных корпораций, малого и среднего бизнеса.

Появление новых платформ для онлайн-торговли, возможность персонализации предложений, а также автоматизация маркетинговых процессов и процессов продажи позволяют компаниям не только расширить свое присутствие на рынке, но и повысить эффективность взаимодействия с потребителями. Важным аспектом изменений является интеграция онлайн- и офлайн-каналов, что приводит к появлению омниканальных стратегий, обеспечивающих взаимодействие с клиентами в любых точках продаж.

Логистика, будучи основой для эффективного перемещения товаров, также претерпевает значительные изменения под воздействием трансформационной экономики. Важнейшие изменения происходят в области автоматизации складов и транспортных процессов. Использование роботизированных систем и технологий машинного обучения позволяет компаниям оптимизировать маршрутизацию, снизить издержки и сократить время доставки.

Цифровизация цепочек поставок также оказывает значительное влияние на логистику. Новые инструменты, такие как блокчейн и Интернет вещей (IoT), обеспечивают возможность более точного отслеживания товаров на всех этапах их перемещения, повышают прозрачность и защищенность данных. Кроме того, современная логистика все чаще нацелена на устойчивое развитие, растет интерес к экологически чистым решениям, таким как электромобили, перерабатываемая упаковка и уменьшение выбросов углекислого газа.

Трансформационная экономика оказывает значительное влияние на коммерцию, создавая новые условия для ведения бизнеса и меняя привычные модели. Выделяют следующие ключевые тенденции, которые определяют развитие коммерции в современных условиях:

– *Рост электронной коммерции.* Одной из наиболее заметных тенденций является бурный рост онлайн-торговли. Электронная коммерция продолжает расширять свою долю на глобальных рынках, это не просто удобный канал продаж, а целая экосистема, охватывающая маркетинг, логистику и поддержку клиентов. Внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ) и большие данные, позволяют компаниям предлагать подстраиваемые продукты и услуги, улучшая клиентский опыт.

– *Омниканальные стратегии.* Современные покупатели ожидают возможности совершать покупки как онлайн, так и офлайн, используя различные каналы для взаимодействия с брендом. Это стимулирует компании внедрять омниканальные стратегии, объединяя онлайн-магазины, физические точки продаж и мобильные приложения в единую систему. Таким образом, клиент получает удобный доступ к товарам и услугам вне зависимости от способа покупки.

– *Персонализация и кастомизация.* Спрос на персонализированные товары и услуги продолжает расти. Компании используют данные о потребителях, чтобы предлагать индивидуализированные решения, соответствующие конкретным запросам клиентов. Это повышает уровень удовлетворенности и лояльности потребителей, а также способствует повышению продаж.

– *Устойчивое развитие и социальная ответственность.* В последние годы значимость экологической и социальной ответственности в бизнесе увеличивается. Компании все больше ориентируются на устойчивое развитие, минимизируя влияние своей деятельности на окружающую среду и внедряя «зеленые» технологии. Это влияет на выбор потребителей, которые начинают больше доверять брендам, заботящимся о социальном воздействии [3].

Логистика, как важная составляющая цепочек поставок, также претерпевает значительные изменения под влиянием трансформационной экономики. Выделяют следующие ключевые тенденции, которые определяют ее развитие:

– *Автоматизация и цифровизация.* Одним из важнейших изменений в логистике является внедрение автоматизированных и цифровых решений. Системы управления складами, роботизированные транспортные средства и программное обеспечение для отслеживания грузов позволяют компаниям сокращать издержки и повышать эффективность. Важную роль в этом процессе играет ИИ, который помогает оптимизировать маршруты доставки и предсказать возможные сбои в цепочках поставок.

– *Устойчивость и экология.* Рост интереса к экологическим вопросам также оказывает влияние на логистику. Компании начинают внедрять экологически чистые транспортные сред-

ства, минимизировать использование пластика и переходить на перерабатываемые упаковочные материалы. «Зеленая» логистика помогает снизить выбросы углекислого газа, что является важным элементом корпоративной социальной ответственности.

– Глобальные цепочки поставок и их гибкость. В условиях глобализации компании все чаще сталкиваются с необходимостью выстраивать гибкие цепочки поставок, чтобы справляться с непредсказуемыми изменениями на рынках, например, вызванными пандемией COVID-19 или политическими кризисами. Автоматизация и цифровые решения, такие как блокчейн и IoT, помогают улучшить управление цепочками поставок, делая их более устойчивыми и адаптивными к внешним вызовам.

Технологии играют важную роль в развитии коммерции и логистики, ускоряя процессы и создавая новые возможности для бизнеса. Выделяют следующие основные драйверы, которые способствуют трансформации этих отраслей:

– ИИ. В коммерции ИИ используется для анализа данных о клиентах, автоматизации маркетинговых процессов и предсказания спроса. В логистике ИИ помогает оптимизировать транспортные маршруты и автоматизировать управление складами.

– Технология блокчейн активно внедряется в логистические процессы для обеспечения прозрачности и безопасности цепочек поставок. Она позволяет отслеживать каждый этап перемещения товара, что помогает повысить доверие клиентов и предотвратить мошенничество.

– Также IoT-системы играют важную роль в логистике, помогая отслеживать местоположение товаров в реальном времени и управлять оборудованием на складах. Это способствует повышению точности и эффективности логистических процессов.

В коммерции и логистике данные используются для прогнозирования спроса, оптимизации запасов и анализа поведения потребителей. Это позволяет компаниям лучше планировать свои ресурсы и принимать стратегические решения на основе точных аналитических данных.

Текущие тенденции и драйверы, такие как цифровизация, глобализация, автоматизация и устойчивое развитие, продолжают формировать будущее коммерции и логистики. В ближайшие годы ожидается, что эти направления продолжат свое стремительное развитие, усиливая влияние на бизнес-процессы.

– Продолжение роста электронной коммерции. Электронная коммерция останется одним из главных двигателей развития торговли. Ведущие компании будут все активнее внедрять ИИ и анализ больших данных для персонализации клиентских предложений и улучшения покупательского опыта. Онлайн-торговля будет развиваться в новых направлениях, таких как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR). Данные направления позволяют клиентам «пробовать» товар до покупки.

– Автоматизация как основной тренд в логистике. В будущем автоматизация складов, транспортных систем и обработки заказов станет нормой для большинства крупных компаний. Роботизация и развитие беспилотных транспортных средств продолжат оптимизировать логистические процессы, что снизит затраты и уменьшит зависимость от человеческого труда.

– Гибкость и адаптивность цепочек поставок. Политические и экономические кризисы (санкции) будут продолжать влиять на глобальные цепочки поставок. Компании будут стремиться к большей гибкости и децентрализации своих логистических операций для минимизации рисков. Гибридные модели поставок, включающие локальные и глобальные элементы, станут более распространенными.

В рамках оптимистичного сценария компании сумеют быстро адаптироваться к меняющимся условиям и максимально использовать возможности, предоставляемые новыми технологиями. В этом случае можно ожидать следующее:

– Быстрое внедрение инноваций. Компании активно внедрят передовые технологии, такие как ИИ, блокчейн и IoT, что приведет к повышению эффективности всех бизнес-процессов. Это обеспечит значительное сокращение затрат и рост производительности, что усилит конкурентные преимущества компаний на глобальном рынке.

– Устойчивое развитие как основа для долгосрочного роста. В условиях этого сценария устойчивое развитие станет неотъемлемой частью бизнес-стратегий. Компании будут все больше инвестировать в экологически чистые технологии, что приведет к снижению углеродного следа и увеличению лояльности потребителей.

– Рост сотрудничества и интеграции. Будет наблюдаться усиление интеграции между компаниями, что позволит создавать более эффективные и взаимосвязанные цепочки поставок. Информационные системы будут способствовать более тесному сотрудничеству между произ-

водителями, поставщиками и дистрибьюторами, что позволит минимизировать риски и повысить адаптивность к внешним изменениям.

В рамках реалистичного сценария рост коммерции и логистики продолжится, но компании будут сталкиваться со следующими барьерами и вызовами:

– Частичное внедрение новых технологий. Хотя многие компании внедряют цифровые решения, не все смогут полноценно интегрировать их в свои бизнес-процессы. Проблемы с бюджетированием, нехватка квалифицированных кадров и трудности с адаптацией к новым технологиям могут замедлить развитие.

– Умеренный рост экологических инициатив. Внедрение устойчивых технологий будет происходить постепенно. Компании будут стремиться к минимизации затрат, что может замедлить переход к экологически чистым решениям. Однако давление со стороны потребителей и регуляторов сохранится, что будет стимулировать постепенное развитие «зеленых» технологий.

– Глобальная неопределенность. Политическая и экономическая нестабильность продолжит оказывать влияние на глобальные цепочки поставок. Некоторые компании будут вынуждены искать новые пути диверсификации поставок и производства, чтобы защитить свои операции от внешних рисков.

При неблагоприятных условиях компании могут столкнуться с серьезными проблемами, связанными с экономической нестабильностью и невозможностью адаптироваться к новым реалиям:

– Замедление внедрения технологий. В рамках пессимистичного сценария компании не смогут быстро внедрять инновации из-за нехватки ресурсов, что приведет к снижению их конкурентоспособности. Технологическое отставание будет негативно сказываться на эффективности бизнес-процессов и увеличивать разрыв между лидерами рынка и остальными игроками.

– Экологические проблемы и отсутствие прогресса. В условиях экономических кризисов экологические инициативы могут быть отложены на второй план. Бизнес будет стремиться к краткосрочным целям, игнорируя долгосрочные последствия для окружающей среды, что приведет к ухудшению экологической ситуации и усилению давления со стороны регуляторов и общественности.

– Рост фрагментации глобальных цепочек поставок. Неспособность компаний адаптироваться к изменениям на глобальных рынках приведет к разрыву существующих цепочек поставок и увеличению затрат на логистику. Это вызовет снижение конкурентоспособности и ограничит возможности для дальнейшего роста.

Таким образом, в зависимости от того, насколько успешно компании смогут адаптироваться к изменениям и использовать возможности трансформационной экономики, будущее коммерции и логистики может варьироваться от уверенного роста до значительных вызовов и кризисов. Основным фактором успеха станет гибкость и готовность к изменениям, а также способность внедрять инновации и сохранять устойчивость в условиях неопределенности.

Список использованной литературы

1. **Юргель, Н. В.** Институционализация деятельности фирмы в трансформационной экономике / Н. В. Юргель. – Гродно : ГрГУ, 2013.

2. **Волкова, А. Л.** Принципы, факторы и типы структурной трансформации экономики в свете воспроизводства человеческого капитала / А. Л. Волкова // Экономика и упр. инновациями. – 2022. – № 4. – С. 4–17.

3. **Зенькова, Л. П.** Трансформационные экономики: кратко и среднесрочные экономические циклы : моногр. [Электронный ресурс] / Л. П. Зенькова // Электронная библиотека Белорусского государственного экономического университета. – Режим доступа: <http://www.edoc.bseu.by>. – Дата доступа: 02.08.2024.

НОВАЦИИ В РЕГУЛИРОВАНИИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цифровая трансформация и масштабное внедрение цифровых технологий в торговле отражают цифровую активность в отрасли. Современные потребители стремятся к экономии времени, хотят удобств и требуют персонального подхода при осуществлении покупок. Все эти факторы predetermined необходимость переосмысления субъектами торговли стратегий взаимодействия с покупателями. В статье проведен сравнительный анализ преимуществ и недостатков в работе интернет-магазинов и маркетплейсов; выявлены факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение при совершении покупок в интернете. Рассмотрены нововведения в законодательстве в области интернет-торговли, направленные на развитие конкуренции и обеспечение экономических интересов покупателей.

Digital transformation and large-scale introduction of digital technologies in trade reflect digital activity in the industry. Modern consumers strive to save time, want convenience and require a personal approach when making purchases. All these factors have predetermined the need for trade entities to rethink the strategies of interaction with customers. The article provides a comparative analysis of the advantages and disadvantages of online stores and marketplaces; factors influencing consumer behavior when shopping online have been identified. Innovations in the legislation in the field of e-commerce aimed at developing competition and ensuring the economic interests of buyers are considered.

Ключевые слова: цифровые технологии; интернет-торговля; интернет-магазин; маркетплейс; поведение потребителей; защита прав потребителей.

Key words: digital technologies; e-commerce; online store; marketplace; consumer behavior; consumer protection.

В Республике Беларусь продолжается создание современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, уровень развития которой отражает процессы цифровой трансформации экономики.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в стране насчитывается 7 368 организаций цифровой экономики, в том числе 5 437 организаций представляют сектор информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), 969 – цифровую торговлю, 962 – сектор контента и средств массовой информации (СМИ). Удельный вес численности работников цифровой экономики следующий: сектор ИКТ – 83,9%; сектор цифровой торговли – 7,6; сектор контента и СМИ – 8,5%. В Беларуси 89,5% населения пользуется интернетом.

Результаты исследования, проведенные в Беларуси (март–апрель 2021 г.), показали, что 70% компаний в Беларуси используют цифровые технологии для автоматизации бизнеса; 45% из них работают в учетных программах (например, бухгалтерский софт), 16% респондентов пользуются CRM-системами (Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами и автоматизации взаимодействия с заказчиками), 9% – самописным программным обеспечением. В ходе исследования выяснилось, что в области автоматизации бизнеса лидируют компании из Минска и Минской области. Уровень внедрения таких решений там составляет 76%, далее идут Гродненская и Брестская области – 70, Витебская и Гомельская – 66, Могилевская – 63%. В опросе участвовало 1 000 коммерческих предприятий из разных сфер бизнеса.

Тон в цифровизации задают компании в сферах информационных технологий (83%), e-commerce (77%), оптовой торговли (76%), производства (75%) [1].

Основной причиной использования цифровых технологий в организациях является возможность решать внутренние задачи: хранение информации (70% респондентов), ведение документооборота (52%) и отчетности (35%). Только 20% внедряют продвинутые технологии для автоматизации бизнеса – чат-боты, ip-телефонию, бизнес-аналитику.

Правильное и своевременное реагирование на ситуацию на потребительском рынке обеспечивает организациям торговли конкурентные преимущества. Поэтому розничная торговля является одной из наиболее восприимчивых к внедрению инноваций, прежде всего, это связано с цифровизацией.

В розничной торговле можно выделить четыре основополагающих направления цифровизации:

– работа с потребителями;

- обеспечение операционной эффективности;
- логистика и контроль поставок продукции;
- контроль работы IT-инфраструктуры и системы безопасности.

Современные потребители стремятся к экономии времени, хотят удобств и требуют персонального подхода при осуществлении покупок. Путь потребителя к приобретению товаров становится многоканальным. Если еще в 2020 г. основным каналом продаж оставались супермаркеты и гипермаркеты с долей товарооборота 93%, то в 2023 г. их доля снизилась до 56% за счет развития сегментов онлайн-магазинов (11%), специализированных магазинов парфюмерии, бытовой химии и хозяйственных товаров (15%), дискаунтеров (9%). Наибольшую угрозу для традиционных форматов продаж представляет сегмент онлайн-магазинов и маркетплейсов, который растет самыми высокими темпами.

Как показали результаты исследования, интерес белорусов к конкретным маркетплейсам и интернет-магазинам зависит от возраста людей [2, с. 122].

В опросе приняли участие 879 жителей Беларуси в возрасте от 14 до 78 лет, сгруппированных в рамках трех поколений: X (1964–1984 гг.), Y (1985–2002 гг.), Z (2003–2023 гг.).

Отвечая на вопрос о предпочитаемом месте совершения интернет-покупок, 49,6% представителей поколения X, 63,3% респондентов поколения Y и 75,7% представителей поколения Z назвали Wildberries. Таким образом, этот маркетплейс стал самым популярным среди респондентов.

Онлайн-гипермаркет 21vek.by оказался вторым по популярности у поколения X (42,1%), но четвертым у представителей поколения Y (28,9%) и Z (15,1%).

Маркетплейс AliExpress занял пятое место среди предпочитаемых мест интернет-покупок поколения X (17,4%), но второе – у поколения Y (35,9%) и Z (37,5%). Маркетплейс Ozon оказался третьим по популярности местом для интернет-покупок у представителей всех поколений.

В настоящее время ни одно из поколений не готово полностью перейти на использование электронного формата для совершения покупок. В качестве основного преимущества интернет-магазинов представители всех трех поколений указывают возможность сэкономить время [2, с. 130].

Покупатели, совершающие покупки в сети «Интернет», часто не видят разницы между интернет-магазинами и маркетплейсами.

Однако интернет-магазин и маркетплейс – это две абсолютно разные модели продаж.

Существенное отличие состоит в том, что интернет-магазин представляет интересы собственного бизнеса, все действия направлены на его дальнейшее развитие. Маркетплейс не заинтересован в развитии какой-либо компании или бренда, для него самым важным является увеличение количества продаж на собственной торговой площадке.

Интернет-магазины, как правило, имеют строгие ограничения по выбору и предлагают товары в рамках одной или нескольких ниш (техника, одежда, продукты питания, продукты для животных), а на маркетплейсах можно найти абсолютно разнообразные виды продукции и приобрести все нужное в одном месте.

Кроме этого, у большинства интернет-магазинов существуют офлайн-точки, куда можно прийти, посмотреть товар, выбрать «вживую». У маркетплейсов есть лишь пункты выдачи заказов, где вы можете посмотреть и оценить только то, что было приобретено.

У торговых площадок количество пользователей намного больше, чем у интернет-магазинов. Это связано с тем, что маркетплейсы тратят огромное количество ресурсов на расширение аудитории для дальнейшего увеличения продаж.

Преимущества и недостатки интернет-магазинов и маркетплейсов представлены в нижеприведенной таблице.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ) оценивает долю интернет-торговли на уровне 6% в общем объеме розничного товарооборота республики, хотя в 2015 г. этот показатель составлял всего лишь 2%. Учитывая, что доля онлайн-торговли в перспективе будет расти, поэтому совершенствуется правовое регулирование отношений в области интернет-торговли [3–4].

Так, в новом Законе о торговле предусматривается ряд нововведений, которые касаются качества обслуживания и защиты прав потребителей в рамках новых форматов интернет-торговли (в том числе с использованием маркетплейсов) [3].

Преимущества и недостатки интернет-магазинов и маркетплейсов

Преимущества и недостатки	Интернет-магазин	Маркетплейс
Преимущества	Развитие собственного бренда. Создать узнаваемый бренд на собственном сайте легче, чем на маркетплейсе. Для этого потребуются средства и время. Прямой контакт с покупателями. При покупке в интернет-магазине человек непосредственно обращается к продавцу, его данные о заказе остаются в CRM, используются в email-маркетинге и при настройке рекламы. Не нужно соответствовать правилам маркетплейса. Например, платить штрафы и участвовать в навязываемых акциях, переживать о повышении тарифов из-за низкой оборачиваемости товаров. Независимое ценообразование. Продавец сам устанавливает и регулирует цены на свои товары. Покупатель не отвлекается на предложения конкурентов. В интернет-магазине предлагается товар одного бренда или одной товарной категории	Огромный трафик. Масштабирование. Крупные маркетплейсы постепенно растут и выходят за границы одной страны, а вместе с ними и предприниматели, которые торгуют на этих площадках. Маркетинговые и аналитические инструменты хорошо развиты, благодаря чему можно легко увеличить свою аудиторию.
Недостатки	Значительные затраты на склад, аренду, заработную плату персонала. Эти затраты отсутствуют при работе с маркетплейсами на условиях FBO. Затраты на создание и администрирование сайта – оплата труда разработчика или шаблона для сайта, разработка дизайна онлайн-магазина, покупка домена и т. д. Не такой высокий трафик, как у маркетплейса. Нужно приложить усилия, оптимизировать сайт под требования поисковых систем, а еще должно пройти длительное время, чтобы получить стабильно высокую посещаемость сайта. Постоянные затраты на рекламу. Интернет-магазинам требуется немало времени уделять привлечению клиентов через контекст и таргет	Высокая конкуренция. На маркетплейсах работает большое количество предпринимателей, у которых ассортимент может повторяться. Зависимость от правил. Каждый маркетплейс устанавливает свои правила, а предпринимателям остается следовать им либо искать другую площадку. Не всегда есть возможность выстроить отношения с клиентом. Покупатель заказывает у маркетплейса, а не у бренда (если предприниматель уйдет с площадки, его постоянные заказчики останутся на площадке)
Примечание – Источник: собственная разработка автора.		

Прежде всего, это связано с изменением порядка начала осуществления торговли. Любой интернет-магазин сможет начать работу только со дня включения сведений о нем в Торговый реестр Республики Беларусь. Ранее действовал уведомительный порядок (в течение 5 дней со дня начала работы). Кроме того, включаться в Торговый реестр Республики Беларусь должны продавцы.

Также это связано с расширением перечня технологий, с помощью которых осуществляется розничная торговля с использованием сети «Интернет» (не только через интернет-магазин, но и с использованием иных информационных сетей, систем и ресурсов, имеющих подключение к сети «Интернет»); порядком использования информационных сетей, систем и ресурсов для онлайн-торговли. Наиболее существенные на данный момент нормы законодательства устанавливают требования по нахождению соответствующих систем на территории Беларуси и регистрации ресурсов в национальной доменной зоне «.by» и «.бел». Следовательно, продавать товары через Инстаграм и иные подобные сети белорусским продавцам нельзя, так как они не соответствуют установленному критерию.

Предусматривается еще одно существенное нововведение – это разрешение интернет-торговли всеми видами биологически активных добавок (БАД) [4].

Ранее интернет-торговля допускалась только видом БАД, применяемым для обогащения пищи человека и содержащим в своем составе дополнительные источники белков, жиров, углеводов и пищевых волокон. При этом продажа была разрешена следующим лицам:

- продавцам, которые имели торговый объект и (или) склад, в которых осуществлялась продажа и (или) хранение таких БАД;
- продавцами-изготовителями таких БАД независимо от наличия у них торгового объекта и (или) склада.

Второй вид БАД, который применяется для поддержания функциональной активности организма в физиологических границах (в составе таких БАД содержатся витамины, микроэлементы, минеральные вещества, аминокислоты, живые микроорганизмы и (или) их метаболиты),

продавать через интернет было запрещено, потребитель мог их приобрести, только посетив аптеку.

С 11 июля 2024 г. все виды БАД можно продавать через интернет при соблюдении требования о наличии у продавца торгового объекта и (или) склада, предназначенных для продажи и (или) хранения БАД [4].

Принятое решение связано с необходимостью устранить неравенство между белорусскими и иностранными производителями БАД, в России такого запрета нет. Российский производитель БАД мог продавать их дистанционно, а белорусский – нет.

Такое нововведение может привести к усилению конкуренции на рынке торговли БАД, следовательно, к потенциальному снижению или сдерживанию роста цен на них.

На владельцев информационных сетей и ресурсов, оказывающих услуги по интернет-торговле, возложена обязанность по соблюдению продавцами требований законодательства в области защиты прав потребителей.

В последние годы розничная торговля претерпела значительную трансформацию, вызванную изменением поведения потребителей и развитием цифровых технологий.

Развитие ИКТ, новых форм осуществления торговли, появление платежных систем меняет профиль потребителя, занимающего активную коммуникационную позицию и использующего интернет для покупок.

В условиях цифровой экономики можно предложить следующие характеристики современного потребителя: интеллектуальность, свобода выбора, способность к сетевому взаимодействию, мобильность, креативность. Современный потребитель стал более требовательный в своем выборе, так как хорошо знает свои права, имеет доступ к информации о тенденциях и новинках на потребительском рынке. Все это формирует его ожидания от товарного предложения в целом на потребительском рынке и уровне обслуживания.

Современные клиенты ожидают персонализированного обслуживания, бесперебойных транзакций и мгновенного доступа к информации. Чтобы удовлетворить эти требования, ретейлерам необходимо адаптировать и использовать передовые возможности, которые позволяют им оптимизировать операции, стимулировать продажи и повышать лояльность клиентов.

Список использованной литературы

1. **Белорусские** компании автоматизируют свой бизнес? Исследование рынка CRM [Электронный ресурс] // Belretail. – Режим доступа: https://belretail.by/article/kak-belarusskie-kompanii-avtomatiziruyut-svoy-biznes-issledovanie-ryinka-crm?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=WeekReview-17-may-2021. – Дата доступа: 12.09.2024.

2. **Беспалько, Л. В.** Предпочтения представителей поколений X, Y, Z при совершении покупок в интернет-магазинах / Л. В. Беспалько // Бел. экон. журн. – 2024. – № 2. – С. 121–132.

3. **Об изменении** Закона Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания» [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 7 марта 2024 г., № 358-3 // iLex: (BY) / ООО «ЮрСпектр». Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

4. **Правила** продажи при осуществлении дистанционной торговли [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 15 янв. 2009 г. № 31 (в ред. от 10 июля 2024 г. № 363) // iLex: (BY) / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В МЕСТАХ ПРОДАЖ – ОСНОВА РОСТА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье определены основные тенденции развития розничной торговли продовольственными товарами, охарактеризованы основные инновации, применяемые для формирования мест продаж, перечислены технические средства и технологии, используемые при проектировании и обустройстве инновационных мест продаж. В статье систематизированы основные направления инновационного развития сетевой розничной торговли, обобщен эффект и перспективы использования технических средств и технологий при формировании мест продаж.

The article identifies the main trends in the development of retail trade in food products, characterizes the main innovations used to create points of sale, and lists the technical means and technologies used in the design and arrangement of innovative points of sale. The article systematizes the main directions of innovative development of network retail trade, summarizes the effect and prospects for using technical means and technologies in the formation of points of sale.

Ключевые слова: сетевая розничная торговля; технические средства в розничной торговле; конкурентные преимущества розничной торговли; инновации в розничной торговле; места продаж.

Key words: network retail trade; technical means in retail trade; competitive advantages of retail trade; innovations in retail trade; points of sale.

Гипотеза исследования – розничные торговые сети являются лидером технического и технологического развития в сфере розничной торговли, что позволяет им достигать целевых показателей, несмотря на кризисные явления в экономике. Основой для внедрения инноваций в различные типы процессов в розничной торговле является применение ряда технических средств и технологий торговли.

Технические средства и технологии, апробируемые и внедряемые в сетевой розничной торговле, в целом призваны решить ряд задач по оптимизации управленческих, торговых, технологических и коммерческих бизнес-процессов на основе внедрения и развития инноваций. Такими бизнес-процессами являются оптимизация доставки, сокращение ее сроков и учета товаров в местах продаж, внедрение методов оплаты товаров без использования расчетно-кассовых узлов и наличных, использование при выполнении различных операций информационных, цифровых, интернет-технологий, технологий искусственного интеллекта.

Основанием для внедрения инноваций в местах продаж является следующее обстоятельство: сформировался запрос на разработку и внедрение способов организации бизнес-процессов, позволяющих на основе использования индивидуального подхода учесть не только и не столько приобретаемые товары, но вкусы или даже эмоциональное состояние потребителя [1–6].

Розничная торговля в России в целом имеет положительную динамику развития, несмотря на сдерживающее влияние ряда факторов: санкционное давление, внешнеполитическая нестабильность, безопасность и ряд других (рисунок 1).



Рисунок 1 – Изменение оборота розничной торговли в Российской Федерации за 2019–2023 гг.

Рост оборота розничной торговли наблюдался как в целом по отрасли на 13 781 млрд р., или на 40,98%, а также в расчете на душу населения – на 61 101 р., или на 26,67%. Оборот розничной торговли продовольственными товарами уменьшился на 1,0% при сравнении с базисным периодом.

Определенные изменения отмечены в структуре форм розничной торговли (рисунок 2).

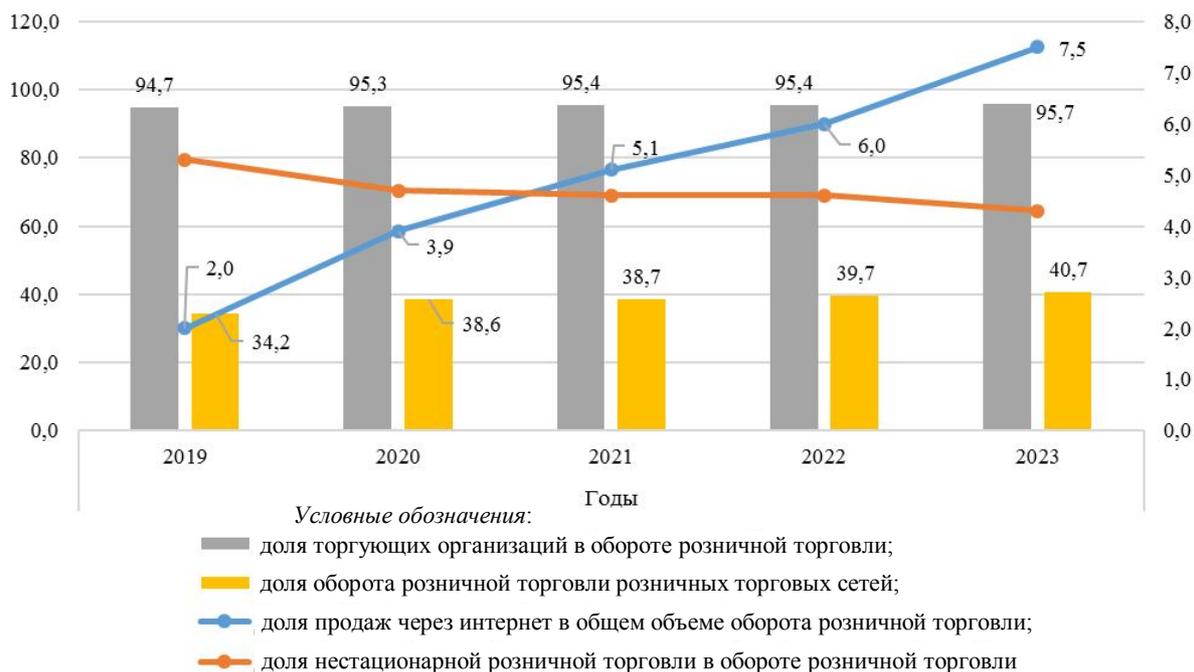


Рисунок 2 – Изменение структуры участников рынка розничной торговли России за 2019–2023 гг., %

Среди инновационных форм организации розничной торговли увеличилась доля розничных торговых сетей в обороте розничной торговли на 6,5% к базисному году.

Увеличивается доля продажи товаров с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – на 5,5% за исследуемый период. Однако доля товаров, реализуемых через интернет, остается небольшой в общей структуре продаж.

Динамика субъектов розничной торговли имеет отрицательный характер (рисунок 3). Количество организаций, осуществляющих торговую деятельность, сократилось на 61,5 тыс. ед., число индивидуальных предпринимателей – на 9,1 тыс. ед., количество рынков – на 151 ед., а число мест на них – на 44,4 тыс. ед.

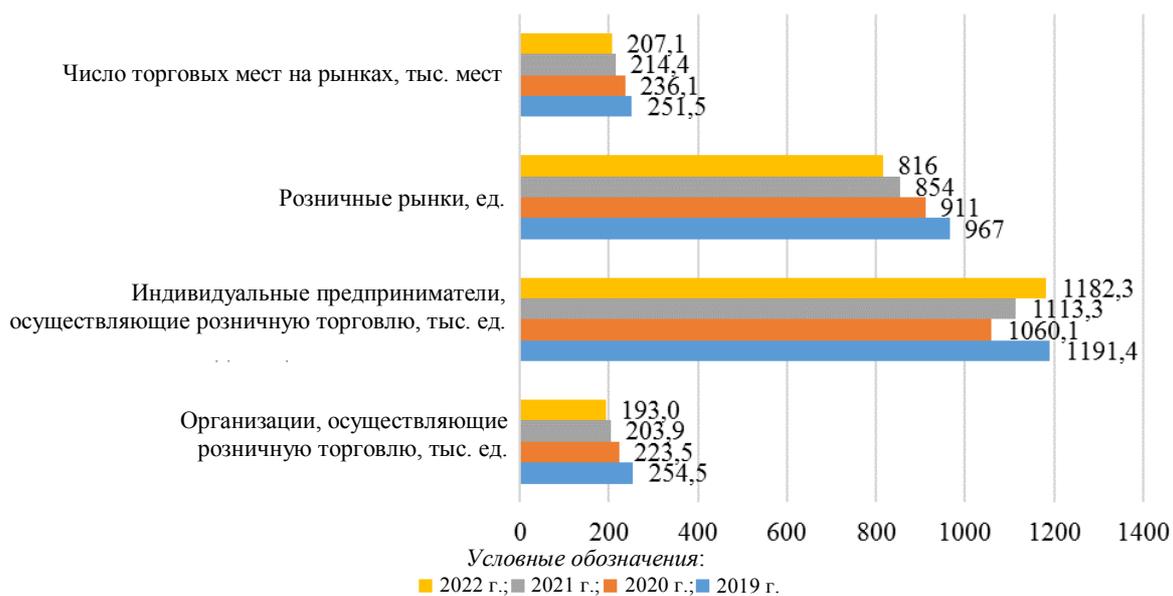


Рисунок 3 – Изменение состава участников и мест продаж в розничной торговле

Розничные торговые сети, занимающие лидирующие позиции на рынке розничной торговли продовольственными товарами, характеризуются более качественными показателями (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели деятельности крупнейших розничных торговых сетей России за 2019–2022 гг.

Наименование показателей, название розничной торговой сети	Годы				Изменение 2022 г. к 2019 г.	
	2019	2020	2021	2022	Абсолютное изменение	Темп роста
Выручка, млрд р.						
X5 Retail Group	1 734	1 978	2 205	2 605	871	150,23
Магнит	1 369	1 554	1 856	2 352	983	171,80
Количество магазинов, ед.						
X5 Retail Group	16 297	17 707	19 121	21 323	5 026	130,84
Магнит	20 725	21 564	26 077	27 405	6 680	132,23
Размер торговой площади, тыс. м ²						
X5 Retail Group	7 239	7 840	8 410	9 107	1 868	125,80
Магнит	7 238	7 497	8 997	9 472	2 234	130,86

Анализируя представленные данные и на основе использования метода сравнительного анализа можно отметить, что розничные торговые сети в России демонстрируют более высокие темпы роста объемов выручки в сравнении с общеотраслевыми показателями: 150,23% у X5 Retail Group и 171,80% у публичного акционерного общества (ПАО) «Магнит» в сравнении с 126,62% роста оборота розничной торговли за сопоставимый период.

Количество мест продаж, относящихся к сетевой форме торговли, также увеличилось на 5 026 ед. у X5 Retail Group, на 6 680 ед. – у ПАО «Магнит», при одновременном росте размеров торговой площади и на фоне сокращения числа хозяйствующих субъектов различных организационных форм в сфере розничной торговли, а также сокращения числа розничных рынков и торговых мест на них.

На наш взгляд, основой для данной динамики является формирование инновационных мест продаж с использованием определенного набора технических средств и ряда технологий, позволяющих оптимизировать бизнес-процессы в сфере розничной торговли (таблица 2).

Таблица 2 – Основные технологии, используемые при создании инновационных мест продаж в розничной торговле

Тип технических средств и технологий	Основное функциональное назначение	Оптимизируемые бизнес-процессы
<i>Технологии</i>		
Интернет вещей	Оптимизация операций учета товаров на полках; информирование покупателей о наличии товаров, проводимых акциях; учет изменений показателей микроклимата	Технологические, торговые и управленческие процессы
Робототехника	Повышение производительности труда на складах и в помещениях для хранения товаров: учет товаров, упаковка, маркировка и т. д.	Технологические процессы
Дополненная реальность	Повышение удобства и обоснованности предварительного выбора товаров; сокращение количества возвратов	Технологические процессы
Интернет-технологии	Создание дополнительного канала продаж или взаимодействия с потребителями	Технологические, торговые и управленческие процессы
Технологии расчетов за товары	Повышение скорости операций по расчетам с покупателями; расширение программ лояльности; увеличение количества узлов расчета	Технологические и торговые процессы
Big Data	Учет множества факторов: поведение покупателей, предпочтения при совершении предыдущих покупок (время года или суток, привычки и т. д.); разработка системы рекомендаций товаров	Технологические, торговые и управленческие процессы
<i>Технические средства</i>		
Умные холодильники	Составление демографического портрета покупателя; персонализация рекламы в местах продаж; передача информации о необходимости пополнения товарного запаса	Технологические, торговые и управленческие процессы
Умные тележки	Организация навигации в торговом зале; упрощение поиска конкретного товара; отслеживание качества товаров; предварительный расчет стоимости	Технологические и торговые процессы
Электронные ценники	Сокращение времени на изменение необходимой информации персоналом; предоставление потребителю данных о товарах	Технологические и торговые процессы

Как показало проведенное исследование, за ряд последних лет характер и возможности осуществления хозяйственно-экономической деятельности в сфере розничной торговли в России изменились. Наиболее динамичное развитие наблюдается у сетевых форматов розничной торговли, характер изменений является смешанным. Также розничные торговые сети стали площадкой, где апробация и применение различных форматов инноваций происходит легче всего.

Технические средства и технологии в случае рационального подбора, выбора и применения в розничной торговле позволяют достичь более высоких показателей, в том числе роста объемов деятельности и количества мест продаж, обеспечить привлекательность мест продаж торгующих организаций, повысить уровень сервиса и исполнительской дисциплины в условиях возрастающих требований со стороны различных аудиторий. Использование технических средств, технологий, предоставляемых ими возможностей позволяет оптимизировать торговые, технологические и управленческие процессы, усиливать конкурентные позиции и повышать экономическую эффективность деятельности [7–11].

Список использованной литературы

1. **Розничная** торговля. Классификация предприятий : ГОСТ Р 51773-2001. – Введ. 01.01.2002 [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200025420>. – Дата доступа: 24.01.2023.
2. **Торговля**. Термины и определения : ГОСТ Р 51303-2013. – Введ. 01.04.2014 [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793>. – Дата доступа: 24.01.2023.
3. **Воронков, А. В.** Факторы эффективности использования современных форматов предприятий розничной торговли / А. В. Воронков, Ю. А. Наплекова, О. Н. Гореликова // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2023. – № 2 (99). – С. 154–164.
4. **Доготарь, Н. В.** Анализ форматов розничной торговли в условиях систематического кризиса / Н. В. Доготарь // Наука XXI века: проблемы и перспективы. – 2016. – № 1 (4). – С. 96–98.
5. **Как** инновации работают в розничной торговле: несколько успешных примеров. Исследование [Электронный ресурс] // МТС. Медиа. Новости. Статьи. – Режим доступа: <https://media.mts.ru/business/197776-innovatsii-v-retaile/>. – Дата доступа: 02.02.2024.
6. **Макринова, Е. И.** Развитие менеджмента лояльности как фактор укрепления конкурентоспособности гостиничного бизнеса в глобальном рыночном пространстве / Е. И. Макринова, В. В. Лысенко, Е. В. Чурсина // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2020. – № 2 (81). – С. 28–40.
7. **Малые** форматы торговли. Исследование [Электронный ресурс] // Бизнес-школа SRC. – Режим доступа: <https://www.src-master.ru/article22329.html>. – Дата доступа: 02.02.2024.
8. **Основные** форматы розничной торговли. Исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://commercialproperty.ua/kompanii-obekty/spravochnaya-informatsiya/osnovnye-formaty-rozничной-torgovli/>. – Дата доступа: 01.02.2024.
9. **Рейтинг** топ-100 крупнейших российских интернет-магазинов. Исследование [Электронный ресурс] // Рейтинг топ-100 крупнейших российских интернет-магазинов. – Режим доступа: <https://top100.datainsight.ru/#tabD13439BA>. – Дата доступа: 02.02.2024.
10. **Розничная** торговля и общественное питание [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>. – Дата доступа: 01.03.2024.
11. **Штезель, А. Ю.** Новейшие технологии в розничной торговле и проблемы их внедрения / А. Ю. Штезель, Н. И. Денисова, М. А. Козырь // Сфера услуг: инновации и качество. – 2021. – № 53. – С. 150–159.

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Розничная торговля является важнейшей сферой развития экономики Российской Федерации. Пандемия коронавируса, обострения на международной арене, экономическая нестабильность в стране привели к росту розничной торговли как в России, так и за рубежом. Статья посвящена анализу показателей функционирования розничной торговли в России.

Retail trade is the most important area of economic development of the Russian Federation. The coronavirus pandemic, exacerbations in the international arena, and economic instability in the country have led to an increase in retail trade both in Russia and abroad. The article is devoted to the analysis of indicators of the functioning of retail trade in Russia.

Ключевые слова: розничная торговля; оборот розничной торговли; количество хозяйствующих субъектов; доля продовольственных и непродовольственных товаров.

Key words: retail trade; retail trade turnover; number of economic entities; share of food and non-food products.

В настоящее время розничная торговля в России развивается стремительными темпами.

Рассмотрим основные показатели ее развития, первым из которых является число субъектов розничной торговли России (рисунок 1).

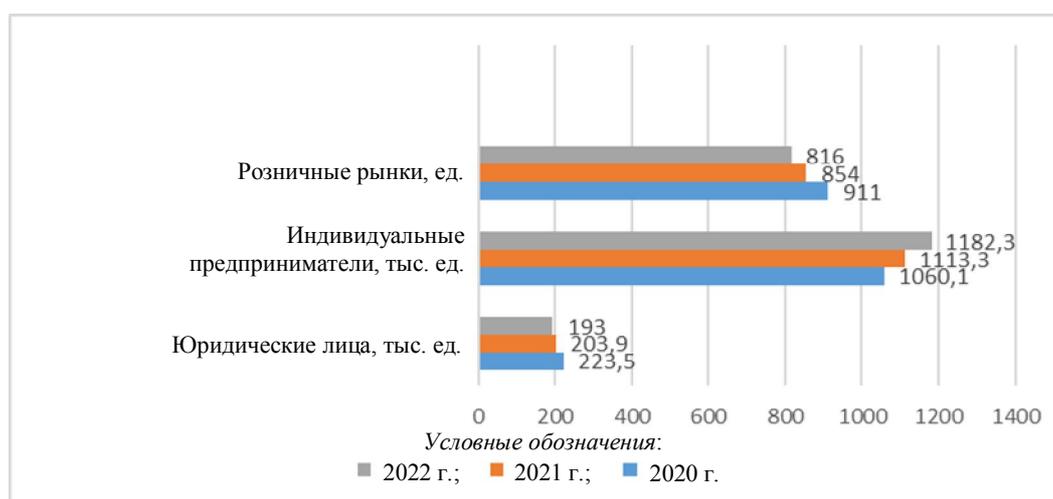


Рисунок 1 – Число субъектов розничной торговли России за 2020–2022 гг.

Примечание – Составлено автором на основе источника [1].

По данным рисунка 1 можно сделать вывод, что за трехлетний период тенденция увеличения хозяйствующих субъектов наблюдается по индивидуальным предпринимателям.

По таким хозяйствующим субъектам, как юридические лица розничной торговли и розничные рынки наблюдается тенденция снижения. Так, в 2022 г. организаций, осуществляющих розничную торговлю, стало на 30,5 тыс. ед. меньше, а розничных рынков – на 95 ед. меньше. Как следствие, также сократились торговые места на рынках (за трехлетний период – на 29 тыс. мест).

Вторым важным показателем развития розничной торговли является ее оборот, динамика изменения которого представлена в нижеприведенной таблице.

Оборот розничной торговли по Российской Федерации за 2020–2022 гг., млрд р.

Показатели	Годы			Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021 г. к 2020 г.	2022 г. к 2021 г.
Оборот розничной торговли всего	33 873,7	394 720	42 577,0	116,5	107,9
В том числе:					
продовольственными товарами	16 587,2	18 554,2	21 033,8	111,9	113,4
непродовольственными товарами	17 286,5	20 917,8	21 543,2	121,0	103,0

Оборот розничной торговли в последние три года растет. Если в 2020 г. он составил 33 873,7 млрд р., то в 2022 г. он увеличился на 8 703,3 млрд р. Удельный вес непродовольственных товаров в настоящее время преобладает в объеме розничной торговли (рисунок 2).

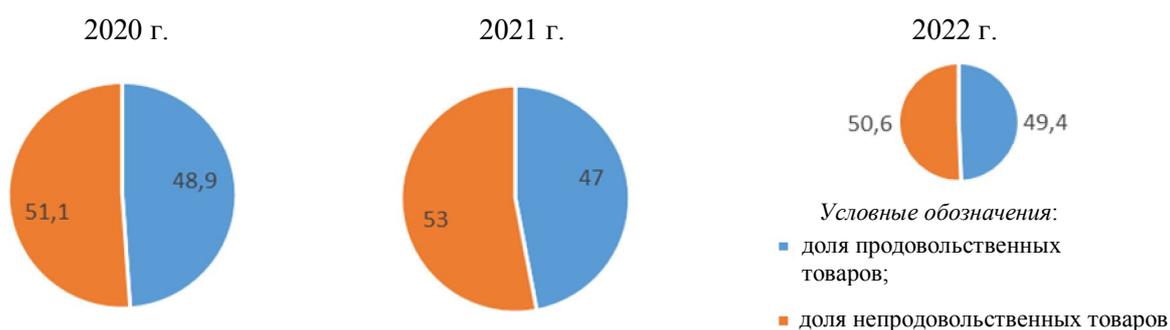


Рисунок 2 – Удельный вес продовольственных и непродовольственных товаров в объеме розничной торговли за 2020–2022 гг., %

Примечание – Составлено автором на основе источника [1].

Удельный вес непродовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли по субъектам России представлен на рисунке 3.

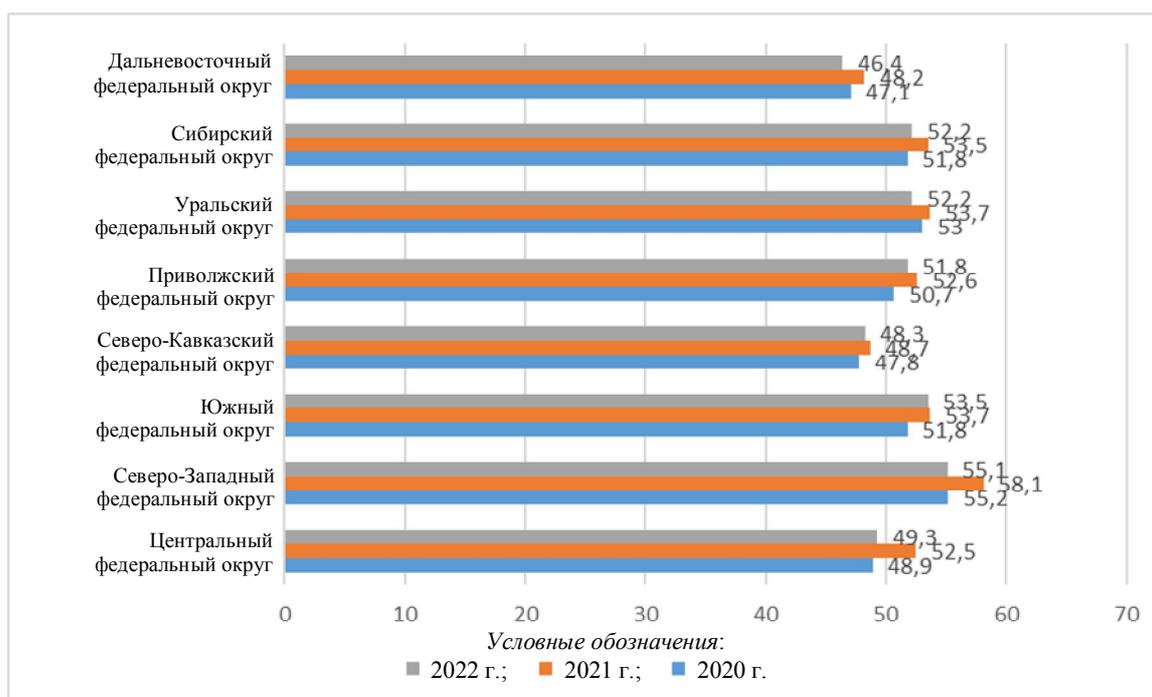


Рисунок 3 – Удельный вес непродовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли по субъектам Российской Федерации за 2020–2022 гг., %

По таким федеральным округам, как Северо-Западный, Южный, Уральский и Сибирский наблюдается наибольший удельный вес непродовольственных товаров, только по Дальневосточному федеральному округу он наименьший. За трехлетний период снижение удельного веса непродовольственных товаров произошло по таким федеральным округам, как Дальневосточный, Уральский и Северо-Западный.

Важную роль в обороте розничной торговли играют торговые сети. На рисунке 4 отражена доля оборота розничных торговых сетей в общем обороте розничной торговли за 2020–2022 гг. По данным рисунка 4 можно сделать вывод, что наибольшее развитие торговые сети получили по следующим федеральным округам: Северо-Западный (54,8%), Уральский (45,7%), Сибирский (43,4%), Центральный (42,9%); наименьшее – Северо-Кавказский (10,6%) и Дальневосточный (18,8%).

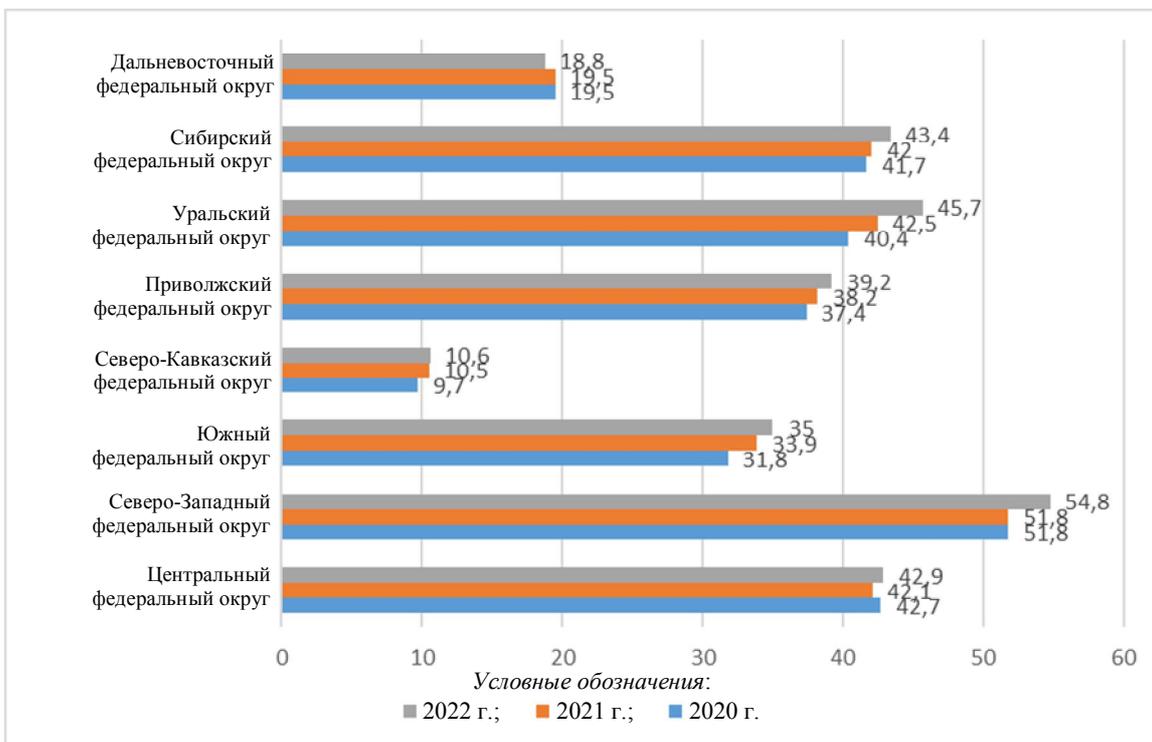


Рисунок 4 – Доля оборота розничных торговых сетей в общем обороте розничной торговли за 2020–2022 гг., %

Тенденция увеличения оборота розничных торговых сетей в общем обороте розничной торговли за трехлетний период наблюдается по всем федеральным округам, кроме Дальневосточного.

Следующим важным показателем, характеризующим развитие розничной торговли, является объем реализованных товаров, который представлен на рисунке 5.

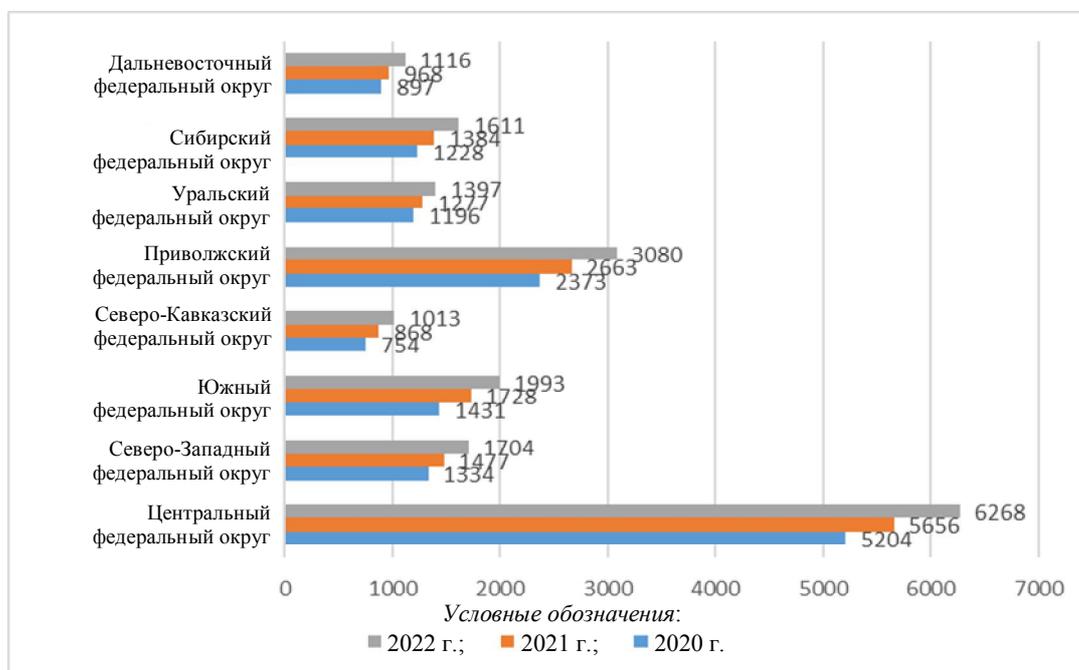


Рисунок 5 – Объем реализованных продовольственных товаров по субъектам Российской Федерации за 2020–2022 гг.

Примечание – Составлено автором на основе источника [1].

По данным рисунка 5 можно сделать вывод, что за последние 3 года наблюдается тенденция роста реализованных продовольственных товаров. По всей Российской Федерации в 2022 г. объем реализованных продовольственных товаров составил 18 183,4 млрд р., что больше показателя 2020 г. в 1,3 раза.

Наибольший объем реализованных продовольственных товаров наблюдается у следующих федеральных округов: Центрального и Приволжского; наименьший – у Северо-Кавказского.

Таким образом, проанализировав развитие розничной торговли в Российской Федерации, можно сделать следующие выводы.

За трехлетний период тенденция увеличения хозяйствующих субъектов наблюдается по индивидуальным предпринимателям. По таким хозяйствующим субъектам как юридические лица розничной торговли и розничные рынки наблюдается тенденция снижения. Также сократились торговые места на рынках.

Оборот розничной торговли, а также доля непродовольственных товаров в последние три года растут.

По таким федеральным округам, как Северо-Западный, Южный, Уральский и Сибирский наблюдается наибольший удельный вес непродовольственных товаров, только по Дальневосточному федеральному округу он наименьший. За трехлетний период снижение удельного веса непродовольственных товаров произошло по таким федеральным округам, как Дальневосточный, Уральский и Северо-Западный.

Наибольшая доля оборота розничных сетей в общем обороте розничной торговли в 2022 г. принадлежит следующим федеральным округам: Северо-Западному, Уральскому, Сибирскому и Центральному; наименьшая – Северо-Кавказскому и Дальневосточному. Тенденция увеличения оборота розничных торговых сетей в общем обороте розничной торговли за трехлетний период наблюдается по всем федеральным округам, кроме Дальневосточного.

За последние 3 года наблюдается тенденция роста реализованных продовольственных товаров.

Исходя из вышеизложенного можно заключить, что развитие розничной торговли в Российской Федерации происходит стремительными темпами.

Список использованной литературы

1. **Розничная** торговля [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>. – Дата доступа: 12.10.2024.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА FMCG

В статье рассмотрены текущее состояние и перспективы развития рынка FMCG в России, которые можно охарактеризовать как положительные, несмотря на сложившуюся экономическую ситуацию. Описаны риски, влиянию которых подвержены предприятия сферы FMCG, в том числе связанные с санкционными ограничениями. Определены главные направления развития бизнеса, ключевые стратегии продаж, а также особенности поведения покупателей, ориентированных на экономию.

The article discusses the current state and prospects for the development of the FMCG market in Russia, which can be described as positive, despite the current economic situation. The risks affected by FMCG enterprises, including those associated with sanctions restrictions, are described. The main directions of business development, key sales strategies and features of customer behavior focused on savings are identified.

Ключевые слова: рынок FMCG; тенденции; динамика; розничная торговля; риск; поведение потребителей.

Key words: FMCG market; trends; dynamics; retail; risk; consumer behavior.

Современное состояние экономики России характеризуется высоким ростом уровня инфляции, что вынуждает потребителей более рационально подходить к своим покупкам, а ретейлеров вынуждает более активно применять разнообразные приемы привлечения внимания в условиях обострившейся конкуренции из-за стремления покупателей сократить расходы. Главная стратегия экономии состоит в том, что потребители оптимизируют свой бюджет путем переключения на магазины с более низкими ценами, чаще реагируют на различные промоакции и скидки, а также ограничиваются покупкой только самого необходимого [1].

За последние два года изменилось потребительское поведение, произошла трансформация каналов продаж, а также структуры ассортимента товаров повседневного спроса. Несмотря на изменчивость политических и экономических процессов, отмечается рост FMCG-рынка, основными факторами которого стали быстрая адаптация к новым условиям и внешним факторам, «мимикрия» и использование силы похожих брендов, развитие перспективных ниш в снижающихся категориях, локализация и усиление новых брендов из других стран (рисунок 1) [2].

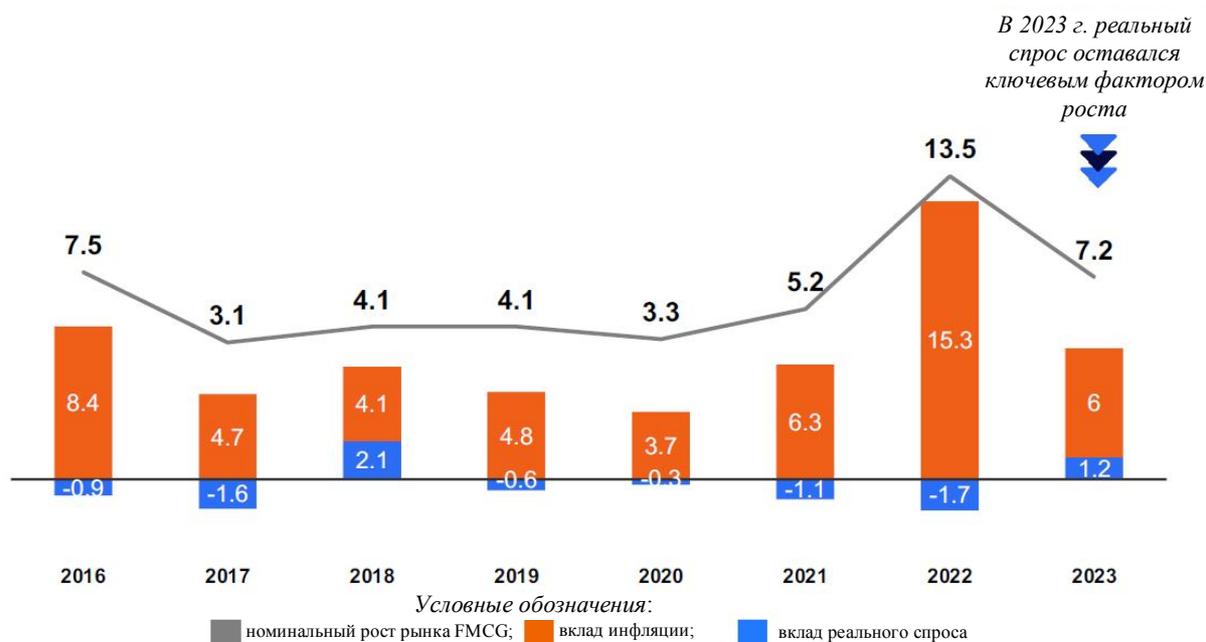


Рисунок 1 – Динамика спроса на рынке FMCG

Примечание – Источник: [2].

Несмотря на определенные обстоятельства, некоторые из которых могли бы оказать негативное влияние на ретейл, в целом наблюдаются следующие позитивные тренды в развитии FMCG-рынка:

- Развитие премиальных собственных торговых марок (СТМ).

Ранее СТМ развивались преимущественно в низком ценовом сегменте, однако сегодня их доля в среднем и высоком ценовых сегментах заметно увеличилась, особенно это касается таких товарных групп, как колбасные изделия, мягкие сыры, замороженные фрукты и овощи.

- Увеличение доли отечественных товаров.

Число потребителей, отдающих предпочтение товарам отечественного производства, постоянно растет.

- Развитие хард-дискаунтеров.

Они стабильно увеличивают свою долю на рынке, демонстрируя высокие темпы роста.

- Расширение ассортимента.

Это произошло в основном благодаря появлению новых торговых марок. Больше всего новых брендов появилось в следующих категориях: кондитерские изделия, алкоголь, молочная продукция, уход за телом, холодные напитки.

- Усиление роли локальных игроков.

Так как некоторые иностранные компании ушли с российского рынка, то это позволило расширить свое присутствие отечественным производителям.

- Внедрение инновационных решений на базе искусственного интеллекта.

CRM-системы, машинное обучение, автоматизированные чаты поддержки, компьютерное зрение помогают повысить качество обслуживания, удержать клиентов. Виртуальная примерка, визуализация декора, описания в карточках, общение с покупателями, персонализированные рекомендации, создание контента в социальных сетях – вот неполный перечень примеров применения искусственного интеллекта [3].

Трансформация FMCG-рынка происходит очень быстро, требуя от участников рынка оперативного реагирования, адаптации всего комплекса маркетинговой деятельности к новым условиям, включая ассортиментные, ценовые, сбытовые стратегии и средства продвижения. Среди прочих тенденций развития ретейла можно также назвать следующие:

- персонализированная омниканальность;
- живая, эмоциональная реклама;
- экспресс-доставка;
- гибкие модели оплаты;
- отзывы на маркетплейсах;
- продвижение в социальных сетях с участием инфлюенсеров;
- умное потребление – выбор экотоваров [3].

Исследование рынка FMCG показывает, что на него воздействует большое число факторов, которые оказывают положительное и отрицательное влияние. Среди ключевых рисков для ретейлеров и производителей необходимо выделить следующие:

- снижение реальных доходов населения;
- нестабильность валютных курсов;
- повышение закупочных цен;
- кадровый дефицит;
- высокие темпы инфляции;
- логистические проблемы (начиная с перебоев в поставках сырья, заканчивая проблемами с доставкой товара от торговой точки);
- консолидация ретейла [4].

Кроме того, необходимо отметить такие особенности деятельности предприятий FMCG-рынка, которые связаны с возникновением санкционных рисков (рисунок 2). Однако в силу того, что сфера FMCG является весьма многообразной, это позволяет ей быстро адаптироваться к изменяющимся условиям и использовать их для расширения отечественного бизнеса [5].

В сложившейся ситуации продавцы и производители демонстрируют адаптивную предприимчивость, быстро и эффективно реагируя на изменения внешней среды и проявляя инициативу в управлении производством и сбытом продукции, тем самым усиливая свои позиции и развивая данную сферу. Можно обозначить следующие основные направления развития бизнеса на рынке быстрооборачиваемых товаров:

- развитие собственных торговых марок;
- запуск новых продуктов;

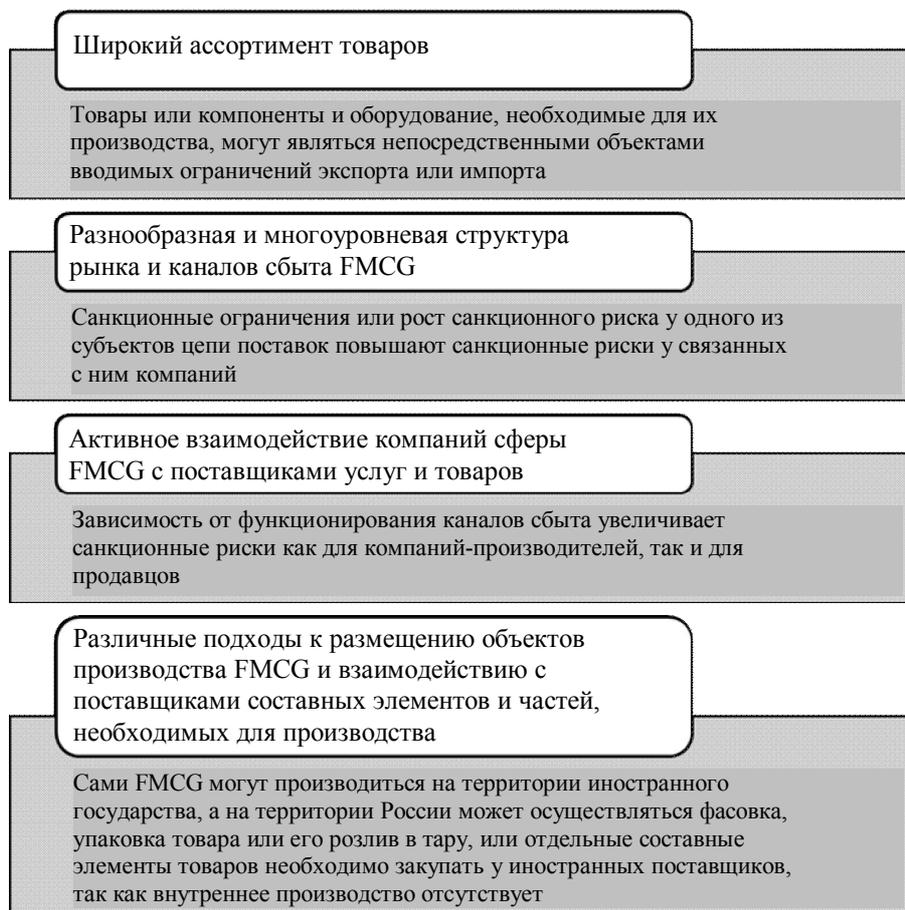


Рисунок 2 – Факторы возникновения санкционных рисков в сфере FMCG

Примечание – Источник: [4].

- выход в новые сегменты или категории товаров;
- использование возможностей аналитики для усиления конкурентоспособности;
- диверсификация цепочек поставок [1].

Изменения в сфере розничной торговли FMCG в большей степени связаны с благосостоянием потребителей и их меняющимися покупательскими привычками. Активное развитие хард-дискаунтеров влияет не только на рынок в целом, но и на стратегии других ретейлеров. Рост рынка в основном обусловлен высокой инфляцией, при этом происходит снижение объемов потребления и переход к более экономному покупательскому поведению.

Усиление влияния регулятора на отрасль, угрозы новых санкций и прочих ограничений, слияния и поглощения в FMCG-ритейле – эти и другие факторы влияют на рынок, сдерживая его развитие и инвестиционную активность его участников. В условиях такой высокой степени неопределенности невозможно осуществлять долгосрочное стратегическое планирование. Поэтому главные приоритеты в стратегии продаж в ближайшее время отводятся развитию онлайн-продаж, повышению эффективности логистических процессов, корректировке коммуникационной политики [4].

Если более подробно рассмотреть покупательское поведение, то можно сделать вывод, что потребители стали более рациональными, это подтверждается тем, что для большинства первостепенным критерием выбора товара становится его ценовая доступность. Основные стратегии экономии покупателей заключаются в следующем:

- выбор магазинов с низкими ценами;
- поиск товаров по сниженным ценам;
- покупка только необходимых товаров;
- покупка более дешевых марок [1].

Потребители сосредотачиваются на низком и среднем ценовых сегментах, объемы продаж премиальных товаров снижаются, например, в таких товарных категориях, как крупы, стиральные порошки, яйца, молоко, сметана. Также потребители больше стали приобретать товары

в крупных упаковках, что обеспечивает экономию в пересчете на единицу массы или объема продукции. Даже покупка новинок часто связана не со стремлением к новизне, а с тем, что они дешевле уже знакомых аналогов.

Растет спрос на мороженое, энергетики, шоколадные батончики, в алкогольных категориях увеличивается доля более дешевых отечественных аналогов. Потребление непродовольственных товаров стабильно, однако в этом сегменте растет доля покупок онлайн. Помимо локальных производителей значительную долю занимают марки из Турции, Китая, Индии и Кореи. Участники FMCG-рынка осваивают новые каналы продаж, пытаются удерживать цены за счет снижения логистических издержек, а также активно развивают онлайн-продажи, усиливая продвижение в социальных сетях и мессенджерах [2].

Однако нельзя не отметить отрицательные моменты в состоянии сферы FMCG, которые негативно влияют на ее динамику. Это уменьшение реальных доходов населения, сильно различающаяся в зависимости от региона плотность размещения предприятий розничной торговли, трудности с использованием онлайн-сервисов людьми преклонного возраста. Существенное значение имеет общая неопределенность социально-экономической ситуации, в том числе нестабильность закупочных цен. Низкий уровень квалификации части персонала также оказывает негативное влияние на динамику FMCG-рынка.

Проведенный анализ сферы FMCG свидетельствует о том, что она продолжает успешно развиваться, наращивая объемы продаж, диверсифицирует каналы сбыта в зависимости от потребностей, оптимизирует ассортимент, предлагает новые СТМ, использует новые подходы в ценовой и коммуникационной политике. Все это происходит на фоне покупательского оптимизма и интенсификации регионального потребления.

Список использованной литературы

1. **FMCG в 2023 г. – как будет развиваться российский рынок?** [Электронный ресурс] // Nielseniq. – Режим доступа: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/fmcg-v-2023-kak-budet-razvivatsya-rossiyskiy-rynok/>. – Дата доступа: 30.08.2024.

2. **Результаты 2023 г. и успешные стратегии на FMCG-рынке** [Электронный ресурс] // Nielseniq. – Режим доступа: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/multimedia/2024/vebinar-rezultaty-2023-i-uspeshnye-strategii/>. – Дата доступа: 30.08.2024.

3. **Тренды FMCG в России в 2024 г.: эмоции, отзывы и локальные бренды** [Электронный ресурс] // Aurivallis. – Режим доступа: <https://www.aurivallis.ru/articles/trendy-fmcg-rynka-v-2024-godu/?ysclid=lwt9jx3s8q25186914>. – Дата доступа: 30.08.2024.

4. **Планы FMCG-бизнеса на 2024 г.: опрос топ-менеджеров** [Электронный ресурс] // Nielseniq. – Режим доступа: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2023/plany-fmcg-biznesa-na-2024-god-opros-top-menedzherov/>. – Дата доступа: 30.08.2024.

5. **Ишутин, А. В.** Санкционные риски российских компаний и их профилактика (на примере сферы FMCG) [Электронный ресурс] / А. В. Ишутин // ЭСПР. – 2023. – № 2 (54) // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sanktsionnye-riski-rossiyskih-kompaniy-i-ih-profilaktika-na-primere-sfery-fmcg>. – Дата доступа: 30.08.2024.

V. МАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА

УДК 642.5:658.8.012.12

В. А. Антонова (lera06_60@mail.ru),

д-р экон. наук, доцент

*Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Обоснована важность маркетинговых исследований для успешного функционирования предприятий ресторанного бизнеса на рынке продукции и услуг. Выделены этапы развития предприятия питания в виде жизненного цикла предприятия, основную роль в стабилизации его развития и закрепления на основных стадиях играет жизненный цикл товара. Аргументирована важность планирования процессов заведения, что возможно только на основе маркетинговых исследований, содержащих свои цели, задачи, особенности и общие свойства каждого этапа. Выделены факторы, воздействующие на сам процесс планирования деятельности предприятия питания, в котором объединены миссия, стратегия и тактика деятельности заведения.

The importance of marketing research for the successful functioning of restaurant business enterprises in the market of products and services is substantiated. The stages of the development of a catering enterprise in the form of an enterprise life cycle are highlighted, the main role in stabilizing its development and consolidation at the main stages is played by the product life cycle. The importance of planning the processes of an institution is argued, which is possible only on the basis of marketing research containing its own goals, objectives, features and general properties of each stage. The factors influencing the very process of planning the activities of a catering company, which combines the mission, strategy and tactics of the institution, are highlighted.

Ключевые слова: предприятия питания; ресторанный бизнес; маркетинг; маркетинговые исследования; планирование; стратегия; жизненный цикл; факторы; макросреда; микросреда.

Key words: catering enterprises; restaurant business; marketing; marketing research; planning; strategy; life cycle; factors; macroenvironment; microenvironment.

Предприятия ресторанного бизнеса в условиях современной экономики и социально-политического конфликта на Донбассе тем не менее являются субъектом хозяйствования, товаропроизводителем (производителем продукции и услуг по организации питания и досуга), организационной формой хозяйствования, субъектом индивидуального воспроизводства, субъектом и одновременно объектом маркетинга и менеджмента (управления) [1, с. 201]. Поэтому для повышения эффективности функционирования последних острым становится вопрос о проведении маркетинговых исследований, что и определило цель, задачи данной работы, а также позволило сформулировать направления совершенствования деятельности предприятий питания для повышения эффективности функционирования.

Субъект хозяйственной деятельности в ресторанном бизнесе становится предприятием при соблюдении следующих условий:

- осуществлена регистрация в соответствии с законодательством страны, присутствуют все оговоренные законом атрибуты юридического лица (устав, расчетный счет, баланс, печать, наименование, фирменный знак и др.);
- выполняются хозяйственные функции, производится товар (продукция, услуги и др.);
- сохраняются условия постоянного повторения последовательного процесса производства, реализации и организации потребления;

– товар (продукции и услуги) проходит определенный жизненный цикл, который повторяется, а в конечном итоге и предприятие питания также проходит определенный жизненный цикл.

В условиях административно-командной экономики предприятия были организационной частью единого государственного хозяйства. Имущество принадлежит государству или коллективу. Однако фактически собственность была огосударствлена на основании действующих в то время законов. Хозяйственная деятельность любого предприятия осуществлялась в условиях жестких директивных планов государства.

В рыночной экономике функционирование предприятий ресторанного бизнеса (как и предприятий других сфер экономики) осуществляется в отсутствие жесткого директивного планирования и в условиях присутствия на рынке заведений различных форм собственности. Данный факт вовсе не свидетельствует о полном отказе от планирования деятельности. Любые осмысленные действия человека выступают реализацией модели, плана, которые тщательно и детально продумываются. Потому что на рынке присутствует большое количество субъектов хозяйствования, которые предлагают аналогичные товары (продукцию и услуги) и таким образом создают достаточно жесткую конкуренцию. Выжить в таких условиях возможно только при условии тщательного планирования своих действий.

Переход к социально ориентированной рыночной экономике потребовал усиления роли государства в регулировании процессов производства, планирования на различных уровнях, прежде всего на макроуровне.

В условиях социально ориентированной рыночной экономики должно иметь место методологическое единство индикативного планирования и самостоятельности производителей, основанные на изучении потребностей потребителей, партнеров, поставщиков, т. е. всей контактной аудитории. Таким образом, в основе планирования деятельности любого предприятия (и заведения питания не являются исключением) должны лежать всесторонние маркетинговые исследования, выполняемые предприятиями питания и (или) специализированными маркетинговыми службами. Процесс индивидуального воспроизводства подразумевает воспроизводство предприятий. Это обусловлено самим процессом производства товаров (продукции и услуг). Для осуществления такой деятельности необходимо постоянное обновление основных средств, ассортимента продукции и услуг, повышение квалификации работников, приобретение и использование новых технологий, модернизация оборудования и т. п. (рисунок).

Процесс производства товаров (продукции и услуг) на предприятиях питания



Индивидуальное воспроизводство осуществляется на фоне жизненного цикла предприятия, который проходит предприятие начиная от идеи создания нового предприятия, разработки его проекта (бизнес-план), реализации проекта и заканчивая его ликвидацией. Такой же этап проходит и каждый вид товара (продукции или услуги). Если говорить о предприятии, то, по мнению отдельных экономистов, цикл развития предприятия во времени составляет от 25 лет (освоение – 4 года, совершенствование – 12 лет, частичное расширение – 6 лет, сворачивание – 3 года, четвертый этап может многократно отодвигаться в результате реконструкции и расширения) [2, с. 23]. Однако данное утверждение в большей степени касается с большими допусками жизненного цикла крупного промышленного предприятия. Что же касается ресторанного бизнеса, то здесь все совершенно иначе. Да, предприятие проходит такие же стадии. Однако, чтобы предприятию выйти на рынок, удержаться на стадии роста или зрелости, коллектив заведения питания ведет постоянную работу по совершенствованию качества продукции и услуг, поиску новой ниши или рынка со своим конкретным потребителем, работает над совершенствованием ассортимента продукции и услуг и т. п.

Однако нельзя отрицать и факт того, что существуют отдельные предприятия, которые функционируют достаточно продолжительный период времени, другие – «фирмы-однодневки». На продолжительность работы любого предприятия оказывают влияние различные факторы маркетинговой среды, как внешние, так и внутренние.

Для успешной продолжительной работы в выбранном сегменте предприятию питания (в лице руководства и работников) необходимо на каждом этапе жизненного цикла осуществлять планирование экономических, финансовых, производственных и социальных процессов, что возможно только на базе глубоких маркетинговых исследований, имеющих свои цели, задачи, особенности и общие качества каждого этапа.

В классическом понимании маркетинг воспринимается в большинстве своем как концепция управления функционированием предприятия в рыночной экономике и предполагает организацию всех видов его деятельности по разработке, производству и сбыту продукции и услуг на основе знания рынка и запросов потребителей. Успех предприятия на рынке определяется также тем, насколько соблюдаются основные принципы маркетинга:

- производить только тот товар (продукцию, услуги), на который есть спрос в данный период времени и в котором есть потребность для обеспечения гарантированного сбыта;
- оказывать активное воздействие на потребителя с целью формирования желательного для предприятия спроса.

Поэтому современный маркетинг представляет собой, во-первых, принцип поведения предприятия, который заключается в ориентации всех решений, касающихся рынка, на потребности и нужды потребителей (маркетинг как принцип управления предприятием); во-вторых, действия предприятия, направленные на придание продукции и услугам таких свойств, благодаря которым они будут конкурентоспособными на рынке аналогичных продукции и услуг (маркетинг как средство); в-третьих, систематический, опирающийся на современный инструментарий, поиск решений – а что еще можно сделать для улучшения деятельности предприятия с товаром (продукцией и услугами) (маркетинг как метод).

Поскольку деятельность предприятия питания нацелена на удовлетворение спроса потребителей с получением выгоды для себя (что отражает саму философию маркетинга), то для этого осуществляется исследование рынка, которое следует проводить по следующим направлениям:

- исследование рынка как такового;
- изучение потребителей;
- изучение товаров (продукции и услуг);
- изучение конкурентов.

Исследование рынка связано с определением его емкости, секторов и ниш, предполагаемой доли товаров данного предприятия, краткосрочным, среднесрочным и долгосрочным планированием рынка.

Изучение потребителей позволяет предприятию получить ответы на вопросы: кто является потенциальным потребителем продукции и услуг сейчас и в будущем; когда потребители чаще всего пользуются услугами предприятия питания, и конкретизирует какими именно; какие их потребности не удовлетворяются продукцией и услугами предприятия и конкурентов. Изучение продукции и услуг предприятия питания предусматривает выяснение: конкурентоспособны ли данные продукция и услуги по сравнению с аналогичными товарами других предприятий и их субститутами; способно ли предприятие удовлетворить существующие и перспективные запросы потенциальных и реальных потребителей и др.

При изучении рыночных конкурентов выясняется, кто они; почему потребители предпочитают товары конкурентов; какую товарную, ценовую политику проводят конкуренты; какие каналы товародвижения выбирают и почему; какие перспективные разработки они проводят.

Для поведения всесторонних маркетинговых исследований формулируются его цели и задачи, определяется предмет и объект исследования, определяются формы получения информации.

Маркетинг в современных социально-политических и экономических условиях является предпринимательским мышлением, когда все действия предприятия (предпринимателя) диктуются исключительно потребностями потребителей. Такое восприятие маркетинга предполагает постоянную работу персонала и руководства предприятия на всех этапах – от закупки до финансового планирования. На предприятии заниматься маркетингом должны все категории сотрудников: от первого руководителя до конкретного работника. Для крупных предприятий целесообразным является создание в структуре отдела маркетинга, который будет координировать всю деятельность. Для маленьких и мелких предприятий эти функции возлагаются на

руководителя, который должен обладать знаниями в области маркетинга, а маркетинговая стратегия часто идентична стратегии предприятия.

Можно с полной уверенностью утверждать, что весь процесс производства протекает как бы в обратном направлении: вначале с помощью специальных методов определяются на рынке проблемы и запросы потребителей, затем осуществляется проектирование товара (продукции, услуг), его выпуск, реализация и организация потребления.

Имеет смысл прислушиваться к советам опытных бизнесменов. Так, обобщая многолетний бизнес-опыт, можно сформулировать следующие рекомендации: необходимо серьезно заниматься маркетингом, а именно: несколько лет изучать психологию, экономику и коммуникацию (информатику); получить практический опыт разработки новых продуктов, дизайна, рекламы. Все вышесказанное подчеркивает, что маркетинг является инвестицией, которая практически всегда окупается лучше, чем новая производственная установка.

Руководство в процессе управления предприятием концепцией маркетинга означает серьезное восприятие потребителя как партнера и постоянную заботу о его нуждах и потребностях. Экономика Донецкой Народной Республики (далее – Республика) также пытается функционировать на принципах маркетинга (хотя процесс часто замедляется сложной обстановкой, которая сохраняется пока в Республике из-за боевых действий), поскольку усиливается конкуренция между отечественными производителями, между отечественными и зарубежными производителями на внутреннем и внешнем рынках. На этом базируется стратегия планирования в рыночной экономике.

На уровне предприятия в основе планирования сконцентрированы следующие составляющие: миссия, стратегия и тактика предприятия, знание рынков сбыта, своих секторов и ниш на просторах рынках. При этом стратегия рассматривается как конкретизация путей развития и достижения желаемых результатов в производстве, реализации и организации потребления продукции и услуг на основе формирования долгосрочных целей и планирования конкретных действий на перспективу исходя из динамики внешнего окружения и внутреннего состояния предприятия.

В разработке стратегии предприятия ресторанного бизнеса важное место занимают маркетинг, маркетинговые исследования, сочетание долгосрочного, среднесрочного и оперативного планирования.

В условиях слабо развитого рынка, дефицита некоторых видов ресурсов (особенно кадровые ресурсы) и диктата поставщиков сложно пока говорить о реальном и широком использовании маркетинга (как системы, а не отдельных элементов его в деятельности предприятий). Однако даже сегодня предприятия питания используют отдельные элементы маркетинга, которые постепенно перерастают в систему.

Обратиться к маркетингу управленческий персонал предприятий питания заставляют объективные условия – падение объемов производства, вызванное длительным периодом резервации территории (с 2014 г. по сентябрь 2022 г.) и ведением боевых действий на территории Республики.

К объективным факторам относятся: общий кризис в Донбассе, обусловленный политическими событиями, который привел как к сокращению производства продукции во всех сферах, а где-то и полной приостановке деятельности. Непризнание территорий и как следствие – отсутствие возможности официального предложение товаров и услуг за пределы Республики, отсутствие признанной банковской системы, отток кадрового потенциала в различных сферах за пределы Республики и др.

К субъективным факторам можно отнести: слабое знание работниками службы сбыта емкости местного рынка; недостатки в ценообразовании на предприятии; низкая эффективность, а чаще всего просто отсутствие службы маркетинга на предприятии и др.

В целях восстановления рынков сбыта, обеспечения конкурентоспособности продукции и услуг ресторанного бизнеса на внутреннем рынке сегодня проводятся следующие работы:

- планово-экономические службы предприятий питания преобразуют в службу экономического анализа, прогнозирования и цен;

- на крупных и заготовочных предприятиях ресторанного бизнеса службы сбыта преобразуются в службу маркетинга, сбыта и рекламы, в составе которой под руководством заместителя начальника данной службы создается группа маркетинговых исследований рынка и рекламы;

- служба материально-технического снабжения преобразуется в службу коммерческих операций и снабжения и другие изменения.

Организационно отмеченные выше функции замкнуты на группу принятия решений, в которую входят: руководитель предприятия, его заместители по экономике и финансам и по маркетингу. Указанная группа руководителей принимает решения по всем вопросам, которые касаются объемов производства, реализации и организации потребления продукции и услуг. Она рассматривает и принимает бизнес-планы по предприятию в целом и по отдельным программам в частности; по организационной структуре управления и прикрепленной сети (при ее наличии); по ценообразованию и по ценам на предлагаемую продукцию и предоставляемые услуги.

На основании маркетинговых исследований на предприятиях ресторанного бизнеса разрабатываются:

- основные направления экономического и социального развития (бизнес-план на три года и на год);

- годовые планы производства и реализации продукции и предоставления услуг, которые детализируются и корректируются ежеквартально.

К основным мероприятиям, которые сегодня направлены на стабилизацию деятельности предприятия питания, следует отнести:

- совершенствование структуры производства и управления, для чего расширяется производственно-финансовая самостоятельность структурных подразделений;

- восстановление рынков и рыночных сегментов, ниш;

- реформирование правовой формы ведения бизнеса;

- увеличение средств (как собственных, так и привлеченных), направляемых на реконструкцию, техническое перевооружение предприятия.

Важнейшей проблемой в Республике в последнее время стало обеспечение рынка платежеспособным потребителем. Для этого проводится постоянная работа по повышению заработной платы трудящимся и других социальных выплат населению, что позволит расширить рынок предприятий ресторанного бизнеса.

Таким образом, маркетинговые исследования являются важным элементом в деятельности любого предприятия, и ресторанный бизнес не является исключением. Именно предприятия питания являются тем объектом рынка, который очень мобилен и быстро реагирует на рыночный спрос. А как и на что реагировать – это как раз и подсказывает маркетинговая информация, которую получают в процессе проведения глубоких и всесторонних маркетинговых исследований.

Список использованной литературы

1. **Климко, Г. Н.** Основы экономической теории: политэкономический аспект / Г. Н. Климко. – Киев : Знание, 2001. – 646 с.

2. **Тенденции** развития предприятия: (социально-экономический аспект) / О. В. Козлова [и др.] ; под ред. О. В. Козловой. – М. : Экономика, 1987. – 270 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ В УО «БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»

В статье рассмотрены современные аспекты подготовки магистров в учреждении высшего образования, отражены проблемы, имеющие место в ходе подготовки специалистов высшей квалификации, определены приоритеты по усилению конкурентных позиций университета на рынке образовательных услуг в рамках многоуровневой системы подготовки кадров экономического профиля.

The article discusses modern aspects of training masters in higher education institutions, reflects the problems that occur during the training of highly qualified specialists, and identifies priorities for strengthening the competitive position of the university in the market of educational services within the framework of a multi-level system for training masters of economics.

Ключевые слова: магистратура; магистрант; магистр; удовлетворенность качеством образовательных услуг; рынок образовательных услуг.

Key words: master's degree; undergraduate; master's program; satisfaction with the quality of educational services; market of educational services.

Развитие процессов экономической интеграции и глобализации требуют от национальной системы образования Республике Беларусь соответствия мировым тенденциям развития высшего образования.

В XXI в. образование становится одним из основных ресурсов развития национальной экономики. Гармоничное развитие личности и творческих способностей человека, создание интеллектуального, культурного и нравственного потенциала государства являются важнейшими предпосылками успешного социально-экономического развития государства и достойного его позиционирования в международном сообществе [1].

14 января 2022 г. принят Закон Республики Беларусь № 154-З «Об изменении Кодекса Республики Беларусь об образовании». Данным Законом излагается Кодекс Республики Беларусь об образовании в новой редакции. Изменения направлены на совершенствование норм Кодекса об образовании с учетом практики его применения в современных условиях, а также на приведение отдельных предписаний в соответствие с законодательством Республики Беларусь [2].

Особое место в подготовке высококвалифицированных кадров отводится магистратуре. Всего за период функционирования магистратуры в учреждении образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» (далее – БТЭУ) с 2005 по 2024 г. подготовлено 1 513 магистров, с 2019 по 2024 г. – 645 магистров, что составляет 42,6% от общего количества выпущенных специалистов высшего образования с углубленной подготовкой.

Эволюция подготовки магистров в БТЭУ прошла определенные этапы своего развития, которые свидетельствуют о неравномерности востребованности магистерского образования, характерной и для Республики Беларусь в целом. Наибольшее число магистров выпущено в период с 2016 по 2020 г. (1 013 человек). Максимальное количество магистрантов выпущено в 2019 г. (255 человек). Данный этап был связан с переходом на практико-ориентированную профессиональную магистратуру, ориентированную на проектную, технологическую, методическую и управленческую деятельность. Количество лиц, желающих получить образование в магистратуре постоянно снижается, о чем свидетельствует имеющая место отрицательная динамика наборов магистрантов по сравнению с 2019 г. Удельный вес поступивших в магистратуру в 2023 г. по сравнению с 2019 г. снизился на 8,45%.

Следует отметить значительное уменьшение целевых мест для обучения в магистратуре и, как следствие, отсутствие контингента поступающих из системы потребительской кооперации. За последние 5 лет удельный вес лиц, поступающих из системы потребительской кооперации, составляет 4,2%.

Наблюдается тенденция и снижения контингента желающих поступать в магистратуру в БТЭУ из других учреждений высшего образования. Как показывает практика, наибольшее количество абитуриентов поступают в магистратуру БТЭУ из других учреждений высшего образования (УВО) Республики Беларусь (72,3%), кроме того в данном периоде проявили заинтересованность учиться в БТЭУ выпускники УВО Российской Федерации (16,0%), Таджикистана (6,5%), Туркменистана (1,0), Украины (1,0%), Конго (3,2%).

Наблюдаемая тенденция уменьшения количества заинтересованных лиц для поступления в магистратуру сказывается и на изменении в динамике выпуска магистров за последние годы.

Лидирующая позиция по количеству выпускников за данный период принадлежит факультету коммерции и финансов (65,6%). Если рассматривать тенденцию снижения количества выпускников магистратуры за 2019–2023 гг., то самым минимальным по своему значению был выпуск в 2023 г. (51 магистр). Максимальное количество выпускников по заочной форме было в 2019 г. – 229 человек, а по дневной в 2020 г. – 38 человек.

Учреждения высшего образования, готовящие кадровую элиту на перспективу, призваны научить своих выпускников инновационной культуре, инновационному мышлению и основам инновационной деятельности. Особое внимание выпускающими кафедрами университета уделяется научно-исследовательской работе с магистрантами. За анализируемый период 148 магистрантов приняли участие в выполнении 43 научно-исследовательских тем университета.

Одним из результатов научно-исследовательской деятельности магистрантов является их участие в подготовке научных статей по результатам проведенных исследований и выступление на конференциях. За анализируемый период магистранты приняли участие в 194 конференциях, из них 65 – международных. Всего подготовлено 396 публикаций, в том числе за рубежом – 104 (26,3%), в рецензируемых журналах из перечня высшей аттестационной комиссии (ВАК) – 5 (1,3%). Среди лидеров по подготовке публикаций с магистрантами являются кафедры маркетинга, коммерции и логистики, бухгалтерского учета.

Важной составляющей образовательного процесса у магистрантов является прохождение практики во время обучения в магистратуре. По новым образовательным стандартам из 11 магистерских программ 8 являются программами исследовательской практики и 3 – программами управленческой практики в структуре данных магистерских программ. За анализируемый период магистранты имели возможность прохождения данных видов практик как на базе БТЭУ, так и в различных организациях Республике Беларусь.

Результаты защиты отчетов по прохождению практики за анализируемый период свидетельствуют об имеющей место положительной динамике в данной сфере образовательного процесса. Средний балл составляет 8,6. Наибольшую результативность имеет кафедра права и экономических теорий (9,1).

Итоговым показателем качества обучения в магистратуре является результат защиты магистерских диссертаций. Средний балл защиты по университету за анализируемый период (2019–2023 гг.) составил – 8,8; качественная успеваемость – 94,2.

С целью определения степени удовлетворенности потребителя образовательным процессом в университете в 2023 г. был проанкетирован 51 магистрант, из них 15 человек – на факультете экономики и управления и 36 человек – на факультете коммерции и финансов.

По сравнению с 2022 г. данный показатель вырос на 2,89 процентного пункта, а по сравнению с 2019 г. – на 3,24 процентного пункта, степень удовлетворенности потребителей осталась на уровне «отличная». Если рассматривать удовлетворенность магистрантов по отдельным группам показателей, формирующих комплексный показатель удовлетворенности, то по всем группам показателей удовлетворенность превысила 90% (в порядке убывания показателя удовлетворенности):

- качество руководства научно-исследовательской работой – 96,81%;
- уровень организации образовательного процесса – 93,06%;
- качество образования – 91,47%;
- научно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса – 90,85%.

Наиболее удовлетворены выпускники «качеством руководства научно-исследовательской работой» (96,81%) и «уровнем организации образовательного процесса» (93,06%), незначительно ниже удовлетворенность по критериям «качество образования» (91,47%) и «научно-методическое информационное обеспечение образовательного процесса» (90,85%).

В целом результаты анкетирования выпускников магистратуры 2022 и 2023 г. позволяют сделать вывод об отличной и хорошей степени удовлетворенности полученным образованием.

Результаты мониторинга по трудоустройству выпускников магистратуры за анализируемый период, что выпускники БТЭУ не имеют проблем с трудоустройством. В основном все работают по выбранной специальности с учетом профиля подготовки. Некоторые из магистров работают в качестве преподавателей колледжей и УВО.

Вместе с тем имеют место определенные проблемы как при формировании контингента магистратуры, так и в ходе подготовки специалистов углубленного высшего образования:

- увеличивающийся разрыв между качеством образования и ростом требований к компетенциям специалистов со стороны работодателей рынка труда;
- большие противоречия между ожидаемыми со стороны бизнес-структур результатами профессиональной подготовки студентов, закончивших магистратуру, и степенью их удовлетворения уровнем квалификации выпускников магистратуры;
- недостаточное соответствие программ и технологий обучения студентов по специальностям экономического профиля в университете потребностям рынка труда;
- дефицит финансирования университета, что влияет, в свою очередь, на приобретение современного программного обеспечения, развитие материально-технической базы;
- отсутствие проведения на постоянной основе мониторинга изучения требований работодателей к выпускникам магистратуры, что обусловлено необходимостью адаптации процесса обучения специалистов требованиям рынка труда;
- потеря контингента студентов по разным причинам во время обучения в магистратуре [3].

Для повышения эффективности подготовки магистров в БТЭУ следует соблюдать следующие приоритеты по усилению конкурентных позиций университета на рынке образовательных услуг:

- развитие многоуровневой системы подготовки специалистов, обладающих ключевыми современными компетенциями, совершенствование системы непрерывного профессионального образования специалистов на принципах «образование через всю жизнь»;
- внедрение в образовательный процесс инновационных технологий и методов дистанционного обучения;
- развитие ресурсного потенциала университета за счет цифровизации образовательного процесса (облачные решения, виртуализация, инфраструктурные решения, кибербезопасность);
- обогащение образовательных программ результатами новейших научных исследований и повышение качества подготовки специалистов на основе их использования;
- привлечение магистров к участию в выполнении научно-исследовательских тем кафедр и в рамках проектов Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (БРФФИ);
- активизация участия магистрантов в подготовке совместных публикаций, в том числе и в рецензируемых журналах из перечня ВАК;
- повышение качества и эффективности подготовки специалистов за счет углубления взаимодействия с организациями-заказчиками кадров и рынком труда;
- совершенствование содержания образовательного процесса путем адаптации учебных дисциплин к потребностям рынка труда, взаимодействия с бизнес-сообществом;
- введение актуальных специальных курсов, широкое привлечение к образовательному процессу руководителей и ведущих специалистов отраслей экономики, в том числе системы потребительской кооперации;
- расширение круга организаций, заинтересованных в сотрудничестве с университетом и в приеме студентов на прохождение исследовательской и управленческой практики с заключением соответствующих договоров;
- реализация совместной деятельности в рамках Сетевого университета «Кооперация» с учреждениями высшего образования государств-участников постсоветского пространства (обучение по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки в университетах, развитие академической мобильности студентов на территории данных стран и др.) [4].

Таким образом, инновационная направленность страны определяет, в свою очередь, и новые приоритеты в формировании высшей школы, которые должны быть направлены на совершенствование высшего образования, соответствие качества подготовки магистров требованиям современного уровня инновационного развития отраслей экономики и социальной сферы.

Список использованной литературы

1. **Подготовка** маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина [и др.] ; под общ. ред. Т. Н. Байбардиной. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2017. – 216 с.

2. **Об изменении** Кодекса Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 14 янв. 2022 г., № 154-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by>. – Дата доступа: 22.09.2024.

3. **Специфика** подготовки маркетологов в магистратуре в Республике Беларусь : моногр. / Т. Н. Байбардина [и др.] ; под общ. ред. Т. Н. Байбардиной. – Литва : Palmarium academic publishing, 2019. – 160 с.

4. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2022. – 316 с.

УДК 658.8

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

С. С. Голово (golovko@list.ru),
магистрантка

А. А. Гусакова (annabelova0502@mail.ru),
магистрантка
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье отражены особенности организационно-правовых форм некоммерческих организаций, представленных на рынке Республики Беларусь. Определены виды некоммерческих субъектов согласно положениям Гражданского кодекса Республики Беларусь.

The article reflects the features of the organizational and legal forms of non-profit organizations represented on the market of the Republic of Belarus. The types of non-profit entities are defined in accordance with the provisions of the Civil Code of the Republic of Belarus.

Ключевые слова: некоммерческие организации; организационно-правовые формы; Гражданский кодекс Республики Беларусь; некоммерческие субъекты; законодательные акты.

Key words: non-profit organizations; organizational and legal forms; Civil Code of the Republic of Belarus; non-profit entities; legislative acts.

В современных условиях развития общества немаловажное значение приобретает изучение деятельности некоммерческих организаций, которые для продвижения своих идей и деятельности в целом используют инструменты маркетинга. Некоммерческий маркетинг приобретает всевозрастающую роль на фоне возрождения научных, культурных, религиозных организаций, развития благотворительных фондов и пр. [1].

Сфера некоммерческой деятельности формируется в любой стране: здравоохранение, образование, обороноспособность, религия, наука, искусство, политика. Все эти отрасли проявляют интерес в том, чтобы результаты их деятельности находили положительный отклик в обществе, т. е. социальная направленность становится достаточно весомым фактором в деятельности хозяйствующего субъекта. Только в этом случае они могут рассчитывать на финансирование из средств государственного бюджета, взносов учредителей, спонсорской помощи.

Все некоммерческие субъекты можно разделить на три вида.

1. Государственные некоммерческие субъекты (органы государственной, законодательной, исполнительной и судебной власти регионального уровня; местные органы государственной власти и управления; госбюджетные предприятия и организации здравоохранения, науки и культуры; государственные силовые структуры и т. д.).

2. Негосударственные некоммерческие субъекты (политические партии и движения; профсоюзные организации; некоммерческие благотворительные фонды и различные ассоциации; религиозные конфессии и т. д.).

3. Физические лица, занимающиеся некоммерческой деятельностью (независимые политики, ученые, деятели искусства и культуры, миссионеры и т. д.) [2].

В Республике Беларусь основным законом, регламентирующим деятельность некоммерческих организаций, является Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее – ГК) (введен в действие с 1 июля 1999 г.; глава «Юридические лица» вступила в силу с 1 марта 1999 г.).

Вытекающее из широкой вариативности целей многообразие сфер деятельности некоммерческих организаций и наличие большого числа разновидностей таких организаций часто приводит к смешению организационно-правовых форм некоммерческих организаций с видами таких организаций, определяемыми общностью целей деятельности, особенностями функционирования и другими признаками.

Легальное определение организационно-правовой формы юридического лица в действующем законодательстве отсутствует. Доктринально организационно-правовая форма юридического лица определяется как совокупность конкретных признаков, объективно выделяющихся в системе общих признаков юридического лица и существенно отличающих данную группу лиц от всех остальных [3].

Согласно положениям Гражданского кодекса в Республике Беларусь выделяются следующие организационно-правовые формы некоммерческих организаций, которые условно разделяются на два основных типа исходя из критериев «объединения на основе членства» и «на основе объединения имущества»:

– Общественные и религиозные организации (объединения) – добровольные объединения граждан, в установленном законодательством порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей (ст. 117 ГК).

– Республиканские государственно-общественные объединения – основанные на членстве некоммерческие организации, целью деятельности которых является выполнение возложенных на них государственно значимых задач (ст. 117-1 ГК).

– Объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей (ассоциации и союзы) – некоммерческие организации, созданные по договору между собой коммерческими организациями в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов, либо объединения некоммерческих организаций (ст. 121 ГК).

– Фонды – не имеющие членства некоммерческие организации, учрежденные гражданами (гражданином) и (или) юридическими лицами (юридическим лицом) на основе добровольных имущественных взносов, преследующие социальные, благотворительные, культурные, образовательные, содействующие развитию физкультуры и спорта, научные или иные общественно полезные цели, указанные в уставе фонда (пункт 1 ст. 118 ГК).

– Учреждения – организации, созданные собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемые им полностью или частично (пункт 1 ст. 120 ГК).

– Потребительский кооператив – добровольное объединение граждан либо граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов (пункт 1 ст. 116 ГК).

Перечень видов (организационно-правовых форм) некоммерческих организаций, содержащийся в Гражданском кодексе Республики Беларусь не является исчерпывающим. Сам кодекс указывает на то, что вопросы создания и деятельности отдельных видов общественных объединений регулируется специальным законодательством.

В зависимости от целей объединения, законодательство Республики Беларусь предусматривает создание следующих видов некоммерческих юридических лиц, основанных на членстве:

общественное объединение, религиозная организация, политическая партия, профессиональный союз.

1. Общественное объединение. Закон «Об общественных объединениях» определяет общественное объединение как добровольное объединение граждан, в установленном законодательством порядке объединившихся на основе общности интересов для совместной реализации гражданских, социальных, культурных и иных прав (ст. 117 ГК).

Закон подразделяет общественные объединения на международные, республиканские, местные исходя из принципа «территориальности» при их создании. Также закон выделяет детские и молодежные общественные объединения, исходя из возрастного критерия объединившихся лиц.

Не допускается создание и деятельность общественных объединений, имеющих целью насильственное изменение конституционного строя либо ведущих пропаганду войны, социальной, национальной, религиозной и расовой вражды. Закон запрещает деятельность незарегистрированных общественных объединений.

2. Религиозная организация. Закон «О свободе совести и религиозных организациях» определяет, что религиозными организациями в Республике Беларусь признаются добровольные объединения граждан Республики Беларусь (религиозные общины) или религиозных общин (религиозные объединения), объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения религиозных потребностей, а также монастыри и монашеские общины, религиозные братства и сестричества, религиозные миссии, духовные учебные заведения (ст. 13 Закона Республики Беларусь от 17 декабря 1992 г. «О свободе совести и религиозных организациях»). Руководителем религиозной организации может быть только гражданин Республики Беларусь.

С учетом используемой в законодательстве формулировки понятие религиозной организации является собирательным, включающим в себя не только религиозные общины и религиозные объединения, но и иных субъектов (монастыри, духовные учебные заведения и т. д.). Поэтому достаточно сложно рассматривать религиозные организации как самостоятельную организационно-правовую форму некоммерческого юридического лица ввиду невозможности определения в рамках данной формы единых признаков.

Запрещается деятельность религиозных организаций, их органов и представителей, которая направлена против суверенитета Республики Беларусь, ее конституционного строя и гражданского согласия либо сопряжена с нарушением прав и свобод граждан, а также препятствует исполнению гражданами их государственных, общественных, семейных обязанностей или наносит вред их здоровью и нравственности.

3. Политическая партия. Согласно Закону Республики Беларусь от 5 октября 1994 г. «О политических партиях» политической партией является добровольное общественное объединение, преследующее политические цели, содействующее выявлению и выражению политической воли граждан и участвующее в выборах.

В качестве учредителей политической партии имеют право выступать граждане Республики Беларусь, достигшие восемнадцатилетнего возраста и обладающие избирательным правом.

Запрещается создание и деятельность политических партий, имеющих целью насильственное изменение конституционного строя либо ведущих пропаганду войны, социальной, национальной, религиозной и расовой вражды.

4. Профессиональный союз. Закон «О профессиональных союзах» (ст. 1 Закона Республики Беларусь от 22 апреля 1992 г.) определяет, что профессиональный союз – это добровольная общественная организация, объединяющая граждан, в том числе, обучающихся в высших, средних специальных и профессионально-технических учебных заведениях, связанных общими интересами по роду деятельности как в производственной, так и непромышленной сферах, для защиты трудовых, социально-экономических прав и интересов, вытекающих из общепризнанных принципов международного права и установленных Всеобщей декларацией прав человека, Международным пактом об экономических, социальных и культурных правах, конвенциями Международной организации труда и иными ратифицированными в установленном порядке международными договорами Республики Беларусь.

Кроме того, в соответствии с иными законодательными актами к некоммерческим организациям относятся:

- садоводческие товарищества;
- товарищества собственников;

- торгово-промышленные;
- постоянно действующий международный арбитражный суд;
- постоянно действующий третейский суд;
- коллегиальный орган территориального общественного самоуправления;
- Белорусская нотариальная палата;
- территориальная коллегия адвокатов;
- адвокатское бюро.

Некоторые из перечисленных организационно-правовых форм некоммерческих юридических лиц не обладают специфическим набором признаков, позволяющих говорить о самостоятельности данной формы. Так, постоянно действующий международный арбитражный суд и постоянно действующий третейский суд могли бы существовать в рамках одной организационно-правовой формы ввиду отсутствия значимых различий, торгово-промышленные палаты по существу являются разновидностью объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей.

Таким образом, существующая система некоммерческих юридических лиц, сформировавшаяся после принятия значительного числа законодательных актов, регулирующих деятельность некоммерческих организаций, и появления множества организационно-правовых форм и видов некоммерческих юридических лиц, не отличается последовательностью в вопросах определения организационно-правовых форм некоммерческих организаций.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2022. – 316 с.
2. **Андреев, С. И.** Маркетинг некоммерческих субъектов / С. И. Андреев. – М. : ДиС, 2002. – 320 с.
3. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг некоммерческих организаций : пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – 142 с.

УДК 658.8

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

К. И. Исаева (berkutksenia4@gmail.com),
магистрантка

А. А. Гусакова (annabelova0502@mail.ru),
магистрантка
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

РОЛЬ ФАНДРАЙЗИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье отражены особенности и специфика фандрайзинга в деятельности некоммерческих и благотворительных организаций, определены цели и функции фандрайзинга. Выявлены факторы отражающие результативность фандрайзинга в отечественных некоммерческих организациях.

The article reflects the features and specifics of fundraising in the activities of non-profit and charitable organizations, and defines the goals and functions of fundraising. Factors reflecting the effectiveness of fundraising in domestic non-profit organizations have been identified.

Ключевые слова: фандрайзинг; некоммерческие организации; благотворительные организации; источники финансирования; финансовая помощь.

Key words: fundraising; non-profit organizations; charitable organizations; sources of financing; financial assistance.

Использование понятия «фандрайзинг» в отечественной науке и практике началось с переходом Беларуси на рыночные условия. Термин «фандрайзинг» был заимствован из США, где он используется уже многие десятилетия преимущественно в области привлечения финансиро-

вания в так называемый третий сектор, который объединяет некоммерческие негосударственные организации, для которых основной целью деятельности является неполучение прибыли, а решение различных социальных задач, игнорируемых частным и государственным сектором.

В Беларуси термин «фандрайзинг» стал активно использоваться с начала 1990-х гг. преимущественно государственными некоммерческими организациями для покрытия дефицита финансовых средств, связанного с сокращением государственного финансирования на социальную сферу. Однако в настоящее время фандрайзинг в Беларуси все более широко применяется и негосударственными некоммерческими организациями [1].

Фандрайзинг – деятельность некоммерческой организации (НКО), базирующаяся на ее уникальной миссии и стратегии, использующая эффективные и продуктивные способы получения ею ресурсов, необходимых для реализации ее программ и достижения стоящих перед ней целей, обеспечивающая желаемую удовлетворенность дарителю (источнику ресурсов) и имеющая конечным результатом укрепление благополучия общества в целом.

Таким образом, основными целями фандрайзинга являются:

- получение необходимых ресурсов и удовлетворение дарителя;
- достижение целей организации и реализация ее программ;
- укрепление благополучия общества в целом.

Таким образом, под фандрайзингом понимается деятельность по привлечению средств, поиску спонсоров. Ясно, что эта деятельность связана с деятельностью организации, ее миссией, ценностями, стратегиями и т. п., т. е. с некоммерческой деятельностью как таковой. Кроме этого, важно подчеркнуть, что деятельность, для которой привлекаются ресурсы, носит социально значимый характер (что, собственно, и побуждает людей давать деньги, средства и т. п.). На наш взгляд, фандрайзинг – это работа по привлечению ресурсов для некоммерческой, социально значимой деятельности.

Речь идет о полноценной маркетинговой стратегии, задача которой привлечь инвестиции, технологии, оборудование, персонал и направить их на развитие социальных и творческих проектов. В отличие от благотворительности, где пожертвования принято делать анонимно, в фандрайзинге нет резона скрывать имена спонсоров и меценатов.

Люди и компании, вкладывающие деньги в тот или иной проект, улучшают собственную репутацию. Получается, фандрайзинг – взаимовыгодное мероприятие. Только инвесторы получают в обмен на вложения не прибыль, а положительный имидж. Кроме того, необходимо уяснить, что фандрайзинг не должен вступать в противоречие с миссией организации и с ее базовыми стратегиями. Процесс привлечения ресурсов не должен приводить к потере идентичности (лица) организации, размыванию ее целей, отступлению от генеральной линии ее развития. Учитывая необходимость использования эффективных и продуктивных методов, фандрайзинг предполагает определенную стратегию, тактику, методологию. Деятельность по фандрайзингу является продолжением стратегии и тактики организации по планированию и управлению.

С другой стороны, именно организованный фандрайзинг позволяет привлекать ресурсы для обеспечения нормального внутреннего функционирования организации – ее системы планирования, контроля, для реализации ее маркетинговой стратегии, обучения персонала и т. п. Именно организованный фандрайзинг позволяет организации привлекать ресурсы для осуществления ее программной деятельности, проектов, оказания услуг, а значит – реализовывать свою миссию, стратегию, воплощать свое видение ситуации и сохранять свои ценности. Хотя, с другой стороны, фандрайзинг не является для организации самостоятельной и безусловной ценностью, поскольку существует не сам по себе. Уникальные миссия, стратегия, видение, ценности организации, реализуемые ею проекты, определяют ценности, стратегию, методы, инструменты фандрайзинга, определяют степень участия каждого сотрудника в этой деятельности. Таким образом, можно сказать, что в системе деятельности НКО фандрайзинг несет функцию обеспечения ресурсами основной, программной деятельности организации, направленной на реализацию ее миссии и решение социально значимых проблем. Ключевое в привлечении средств – понимание того «поля», с которым работает каждый специалист по фандрайзингу. Это «поле» состоит из четырех элементов:

- виды ресурсов;
- источники привлечения ресурсов;
- методы привлечения ресурсов;
- условия привлечения ресурсов.

Фандрайзинг не может существовать без других важных для организации элементов деятельности: стратегического и текущего планирования, паблик рилейшинз, активного вовлечения добровольцев.

В Беларуси основными источниками финансирования являются пожертвования от физических лиц и гранты от донорских организаций.

Организация фандрайзинговой кампании является сложным процессом, который условно можно разделить на четыре этапа. Первый этап заключается в планировании финансовой кампании, второй этап – реализация фандрайзинга, третий этап – контроль над ходом реализации фандрайзинга, четвертый – оценка результатов проведенной фандрайзинговой кампании.

В качестве факторов, отражающих результативность фандрайзинга в отечественных некоммерческих организациях, являются:

- направление деятельности НКО;
- возраст НКО;
- размер НКО;
- географический охват деятельности НКО;
- количество источников финансирования НКО;
- получение государственных субсидий;
- получение финансовой помощи от коммерческих организаций и предпринимателей [2].

Направление деятельности некоммерческой организации. В целом направление деятельности организации с точки зрения воздействия этого фактора на результативность фандрайзинга во многом определяется приоритетами конкретных доноров. В случае государственной поддержки успешность НКО в привлечении средств ловлена направленностью государственных социальных программ в конкретном социально-политическом контексте. Так, исследование британского «третьего сектора» показывает, что наиболее вероятными получателями государственной поддержки оказываются организации, целевой группой которых являются социально неблагополучные слои населения (69% организаций данной группы получают поддержку от государства); затем следуют организации, оказывающие реабилитационную помощь людям с проблемами умственного и психического развития, бывшим заключенным жертвам насилия (60% таких организаций получают государственную поддержку), и организации, предоставляющие помощь бездомным (50% таких организаций получает помощь от государства). Эмпирические исследования организаций «третьего сектора» в Австралии обнаруживают серьезную зависимость организаций, работающих на уровне местного сообщества, от государственного финансирования. В Австралии организации, занятые в сфере социальных услуг, здравоохранения и развития местного сообщества, получают значительное государственное финансирование, в то время как такие направления, как спорт, религиозная и досуговая деятельность, поддерживаются в первую очередь из частных источников [3].

Возраст некоммерческой организации. Возраст организации в большинстве случаев оказывает прямую связь с тем, насколько эффективно организация ведет деятельность по привлечению средств. Понятие возраста связано с комплексом различных аспектов организационного развития, таких как финансовая устойчивость, наличие квалифицированных штатных сотрудников, связи с донорами. Именно поэтому новые организации чаще испытывают большие трудности в привлечении средств, чем организации, существующие длительное время.

Размер некоммерческой организации. Многочисленные исследования показывают, что чем крупнее НКО, тем выше вероятность выживания. Как правило, размер организации определяется числом штатных сотрудников. Широко распространено и обосновано мнение об однозначной положительной корреляции между размером организации и объемом привлекаемых пожертвований. Крупные, более известные организации, как правило, обладают большими возможностями для диверсификации фандрайзинга за счет своего бренда.

Географический охват деятельности некоммерческой организации. Проблема географического охвата не является, как показывают зарубежные исследования, значимой детерминантой фандрайзинга НКО в западных странах. В географическом плане в некоторых случаях сопоставляется эффективность фандрайзинга между организациями, действующими в городской и сельской местности, с указанием на более высокие доходы домовладений и, следовательно, потенциальные пожертвования в городской среде.

Количество источников финансирования некоммерческой организации. Количество источников финансирования признается одним из ключевых показателей эффективного фандрайзинга. Многочисленными исследованиями показано, что, чем более организация полагается

только на один или два источника финансирования, тем более вероятен риск ее финансовой нестабильности. Организации, зависящие от одного источника, в частности такого традиционно, как гранты и пожертвования, в конечном счете окажутся перед дилеммой: снизить объем и качество оказываемых ими услуг или обратиться к поиску новых источников финансирования. Диверсификация источников финансирования как предпосылка эффективного фандрайзинга предполагает не только расширение круга доноров, но и привлечение источников финансирования с различным временным горизонтом: в частности, регулярных ежегодных поступлений, обеспечивающих годичное наполнение бюджета и деятельность организации, разовых крупных пожертвований, обеспечивающих решение конкретных потребностей, и так называемых отложенных пожертвований долгосрочного характера, таких как получение наследства, ренты.

Получение государственных субсидий. Получение государственных субсидий является важным источником финансирования организаций «третьего сектора» в западных странах. В зарубежных исследованиях отмечено в целом положительное воздействие государственного финансирования на привлечение организациями «третьего сектора» средств из других источников и, следовательно, на диверсификацию; источников финансирования в бюджете НКО. Это проявляется в так называемом эффекте «привлечения» (crowding-in), в результате которого увеличение государственной поддержки НКО способствует и увеличению поступлений из иных, в частности коммерческих, источников.

Получение финансовой помощи от коммерческих организаций и предпринимателей. Также в западных странах важным источником финансирования организаций «третьего сектора» является получение финансовой поддержки от коммерческих организаций. Однако, как показано выше, взаимодействие государственной помощи и финансирования из коммерческих источников обнаруживает неоднозначные векторы влияния, приводящие в одних случаях к взаимодействию, а в других случаях к вытеснению одних типов источников другими. Не менее сложную динамику обнаруживает и взаимодействие активных усилий по фандрайзингу и диверсификации источников поддержки, предпринимаемых НКО, и уровня помощи от коммерческих организаций и предпринимателей.

Кроме того, чтобы стратегия фандрайзинга принесла результаты, важно соблюдать следующие принципы:

– Аргументированность. У проекта должна быть четкая схема с подробным описанием всех затрат. Спонсорам важно видеть, сколько денег требуется на те или иные цели. Важно описать не только расходы, но и этапы реализации, а также сроки.

– Убедительность. Необходимо заинтересовать потенциального инвестора, чтобы он осознал, что, приняв участие в проекте, он сделает доброе дело и реально поможет тем, кому необходима поддержка. Спонсор охотнее пойдет навстречу, если взамен ему предложат косвенную выгоду: пообещают разместить логотип компании на форме спортсменов, публично поблагодарить за участие перед большой аудиторией, упомянуть название организации в соцсетях.

– Прозрачная отчетность. За все поступления и расходы следует отчитываться. Желательно, чтобы финансовые документы были в открытом доступе, чтобы каждый мог с ними ознакомиться. Так у реальных и потенциальных инвесторов будет больше доверия к проекту: они увидят, что деньги действительно потратили на благое дело.

Каждому, кто внес вклад в проект, нужно выразить благодарность. Это можно сделать при личной встрече, в письме или в публичном обращении ко всем спонсорам. Также стоит упомянуть всех частных и юридических лиц на сайте проекта.

Самостоятельным направлением в улучшении качества фандрайзинга НКО является профессионализация фандрайзинга: создание специальных исследовательских центров и программ, введение университетских курсов, возможность получения диплома по фандрайзингу. Отмечается, что развитие устойчивости НКО может быть достигнуто за счет привлечения не только профессиональных фандрайзеров, но и волонтеров, специализирующихся на фандрайзинге. С точки зрения доноров, присутствие в составе некоммерческой организации специалиста по фандрайзингу – важный показатель ее профессионализма. По данным социологического обследования 91% доноров отметили, что наличие специалиста по фандрайзингу является одним из определяющих факторов в принятии решения о поддержке организации. Большинство исследователей относят фандрайзинг к дисциплине менеджмента некоммерческих организаций или выделяют его в качестве отдельной дисциплины, что связано с высокой значимостью фандрайзинга для некоммерческого сектора. Однако возрастает количество исследований, авторы

которых отстаивают точку зрения о маркетинговой природе фандрайзинга, неправомерности его рассмотрения вне маркетинговых концептов, что неминуемо приводит к потере конкурентных преимуществ на некоммерческом рынке. Доноры являются слишком важными субъектами некоммерческого рынка, и без учета особенностей взаимодействия с ними будет утрачено понимание специфики его функционирования. Все это предъявляет более высокие требования к маркетинговой подготовке руководителей и сотрудников НКО.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг некоммерческих организаций : пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – 142 с.
2. **Артемьева, Т. В.** Фандрейзин: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учеб. пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, 2010. – 288 с.
3. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2022. – 316 с.

УДК 658.8

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

А. М. Куленков (alexMNC@mail.ru),
магистрант

А. А. Гусакова (annabelova0502@mail.ru),
магистрантка
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ВИДЫ ФАНДРАЙЗИНГА И ИХ ОСОБЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье представлены основные виды фандрайзинга и основные их позиции в современном обществе, отражены их особенности и источники финансирования. Определены показатели эффективности конечных результатов фандрайзинга.

The article presents the main types of fundraising and their main positions in modern society, reflects their features and sources of financing. Indicators of the effectiveness of the final results of fundraising have been determined.

Ключевые слова: фандрайзинг; некоммерческая организация; проектный фандрайзинг; оперативный фандрайзинг; показатели фандрайзинга; источники финансирования; эффективность фандрайзинга.

Key words: fundraising; non-profit organization; project fundraising; operational fundraising; fundraising indicators; sources of financing; fundraising efficiency.

В последнее время в Республике Беларусь происходит активное внедрение в некоммерческую деятельность различных маркетинговых элементов. Возрастает потребность применения маркетинга в деятельности общественных институтов, органах государственного и структурах негосударственного управления, различных фондов и некоммерческих субъектов. Маркетинговая деятельность некоммерческих организаций (НКО) приобретает огромную экономическую и социальную значимость, способствуя увеличению спектра решений важнейших проблем общества [1].

В основе маркетингового подхода к фандрайзингу в некоммерческой организации лежит концепция маркетинговой ориентации (далее – МО), как и многие другие подходы, заимствованная из коммерческого сектора. МО является центральным элементом философии управления на основе концепции маркетинга. В конце 1980-х – начале 1990-х гг. отмечался рост академического и практического интереса к концепции МО и ее реализации, и в центре внимания ученых оказывался вопрос содержательной трактовки МО и подходов к ее измерению.

Еще одним направлением в улучшении качества фандрайзинга НКО выступает поиск новых, стратегически значимых целевых аудиторий, каналов и методов фандрайзинга. Это касается, например: адресных обращений к различным этническим группам населения, которые мо-

гут быть склонны делать пожертвования в силу различных религиозно-этических причин, но в настоящее время не представлены среди доноров; креативного использования социальных медиа; разработки фандрайзинговых кампаний с учетом гендерных особенностей благотворителей. Многие из этих инновационных подходов к фандрайзингу еще требуют изучения их эффективности и описания имеющихся немногочисленных практик.

Каждая фандрайзинговая кампания имеет строго определенные задачи, в соответствии с которыми выделяются два основных вида фандрайзинга:

– Проектный – если задачи фандрайзинга сводятся к поступлению конкретных средств под реализацию проектов. Данный вид фандрайзинга является наиболее удобной формой привлечения средств как для некоммерческой организации, так и финансирующей стороны.

– Оперативный – направление привлеченных средств на покрытие текущих расходов. Чаще всего такой вид фандрайзинга применяется некоммерческими организациями, находящимися в критическом финансовом положении.

План фандрайзинговой кампании утверждается дирекцией некоммерческих организаций за 46 месяцев до начала кампании, что необходимо для тщательной подготовки финансовой кампании, обеспечения всеми необходимыми информационными материалами, а также определения круга потенциальных доноров, баланса доходов и расходов и т. д.

Как правило, годовой план фандрайзинговой кампании разбивается по кварталам и месяцам и учитывает территориальный аспект. В этом случае можно говорить о наличии методов территориального фандрайзинга в некоммерческих организациях. К ним относятся проведение выездных концертов, выставок, публичных лекций; распространение информации и рекламы через организации-партнеры и турагентства; создание филиалов и представительств.

Методы реализации фандрайзингового плана достаточно разнообразны:

– телефонный фандрайзинг (обращение к потенциальным спонсорам и благотворителям по телефону и факсу);

– почтовый фандрайзинг (обращение к потенциальным спонсорам по почте);

– индивидуальный фандрайзинг (персональное обращение к спонсорам в личной беседе);

– солофандрайзинг (приобретение поддержки известных лиц);

– событийный фандрайзинг (проведение презентаций, выставок, аукционов и др.) [2].

Ответственность за проведение фандрайзинговой кампании может возлагаться на внутренние службы крупной некоммерческой организации. Небольшие организации, как правило, не имеют специальных фандрайзинговых служб и нередко обращаются к услугам сторонних организаций.

Ясно, что успешный фандрайзинг невозможен без нормальной организации всей работы внутри НКО. Например, не налаженные связи с общественностью могут существенным образом повлиять на отношение доноров к организации, а значит, и деятельность по привлечению ресурсов. Не налаженная система планирования в организации сделает стратегию фандрайзинга случайной и неэффективной и т. д.

Для оценки эффективности результатов фандрайзинга используются следующие показатели: коэффициент окупаемости расходов на фандрайзинг; время окупаемости расходов на фандрайзинг; коэффициент рентабельности фандрайзинга. Кроме того, для каждого вида фандрайзинга можно выделить частные показатели эффективности.

Белорусский опыт фандрайзинга не является полным дублированием американского опыта, поскольку в нем нашли отражение национальная специфика функционирования некоммерческой сферы, а также направления развития отечественной благотворительности.

Фандрайзинг НКО как эффективная методика привлечения финансирования в рыночных условиях приобретает большое значение в Беларуси. Недостаток финансовых средств заставляет отечественные НКО заниматься поиском дополнительных источников доходов. Актуальными в этой связи становятся, прежде всего, кадровые проблемы, отсутствие специалистов в области фандрайзинга.

Планирование фандрайзинга организации должно опираться на общую стратегию развития данной фирмы. Это может быть общая маркетинговая стратегия, но может быть и специальная стратегия фандрайзинга.

Планированию проведения конкретной кампании фандрайзинга должна предшествовать разработка собственно содержательной программы или проекта, под которую будут привлекаться средства. Такую программу организаторы фандрайзинга должны иметь на руках за 4–6 месяцев до начала фандрайзинговой кампании. Это необходимо для тщательной подготовки кам-

пании. Речь идет о подготовке всех необходимых информационных материалов (обращений, предложений, описаний проекта и т. д.), а также об оценке перспективности фандрайзинга, определении круга возможных доноров, баланса расходов и возможных поступлений.

Оптимальный срок для начала фандрайзинговой кампании – 6–9 месяцев до главного итогового мероприятия проекта, под который ищутся средства. Начинать их искать за месяц до срока – несерьезно. Средства под большие масштабные проекты надо начинать искать за год-полтора, а то и раньше.

У каждого проекта свои особенности, но чаще всего фандрайзинг включает следующие основные позиции:

- составление плана мероприятия, определение целей и сроков (на что организаторы собирают деньги, за сколько недель или месяцев сумма должна быть собрана, куда будут потрачены средства);

- информирование аудитории (размещение информации на сайте, рассылки, реклама, обращения в СМИ);

- взаимодействие со спонсорами (личные встречи, переписка, отправка реквизитов для перечисления финансов).

Источниками средств в фандрайзинге могут стать спонсоры, меценаты, инвесторы, доноры, грантодатели. При этом существует множество способов для сбора средств:

- Безадресные обращения. Речь идет о листовках, рекламных буклетах, которые размещают в стойках торговых центров или раздают людям на улице.

- Имейл-рассылки. Наиболее традиционная форма рекламной кампании. Для получения отклика важно, чтобы письмо было хорошо проработано. Есть даже готовые шаблоны писем для НКО: отправителю остается лишь указать свои контакты и реквизиты для перечисления.

- Профильные конференции. Можно составить список потенциальных спонсоров и пригласить их принять участие в мероприятии. Такой способ позволяет напрямую пообщаться с людьми, ознакомить их с проектом, ответить на вопросы, предоставить интересующие документы.

- Благотворительные концерты. Чем больше огласки получится придать мероприятию, тем выше шансы, что откликнется множество людей, готовых помочь.

- Рекламные кампании. Речь идет о видеороликах на телевидении или в интернете, публикациях в СМИ, размещении баннеров на улицах города или в общественном транспорте.

- Создание собственного сайта или страницы в соцсети. На своем ресурсе можно максимально подробно рассказать о проекте, разместить тематические фото и видео, отчеты о проделанной работе.

В самом общем виде можно говорить о четырех основных группах доноров и жертвователей средств:

- государственные и межгосударственные организации и инстанции (отечественные и зарубежные);

- представители коммерческих сфер, включая банковскую, промышленную, торговую, сферу услуг;

- представители некоммерческой сферы, прежде всего – благотворительные фонды (отечественные, зарубежные, международные);

- частные лица.

Полноценная база данных потенциальных доноров должна включать представителей всех четырех групп. По каждому потенциальному донору нужно иметь как минимум следующие сведения:

- полное и сокращенное название организации, ее организационно-правовая форма;

- ее юридический адрес;

- фамилии, имена, отчества, социальный статус (должности, звания, степени и пр.) первых должностных лиц, а также лиц, принимающих решения по вопросам спонсорства, благотворительности, патронажа;

- контакты этих лиц: телефон, факс, имейл;

- их личные пристрастия, хобби и т. д.;

- виды деятельности компании, ее потребители, клиенты, товары, партнеры;

- экономическое состояние фирмы;

- географическая зона деятельности фирмы;

– сферы и виды деятельности, являющиеся для этого донора предпочтительными для оказания поддержки;

– традиционные для этого донора формы и объемы оказания поддержки;

– традиционный для этого донора порядок рассмотрения заявок: существуют ли типовые формы, предельные сроки рассмотрения, необходима ли дополнительная экспертиза проекта, заявки.

«Глубина» такой информационной базы данных может быть и большей, что зависит от целей, опыта, имеющихся контактов и т. п. Обычно база данных по каждой категории составляется по территориальному (географическому) признаку. Он является наиболее естественным в плане социальной среды фирмы-донора, в которой формируется ее репутация, имидж, общественное мнение. Хотя все чаще географический фактор оказывается не столь существенным.

Источники сведений о потенциальных донорах могут быть различные:

– Прежде всего, это круг личных и профессиональных контактов, включая круг общения учредителей организации-фандрейзера, добровольцев (волонтеров), членов комитета поддержки, личный круг общения фандрейзеров.

– Интернет – практически все крупные фирмы, благотворительные фонды имеют сейчас свои электронные ресурсы (сайты, серверы), на которых обязательно содержится информация об их спонсорстве, благотворительной деятельности, а также об условиях их оказания.

– Информация в СМИ о деловой жизни (какие банки и фирмы действуют в данном регионе), о поддержке культурной деятельности (кто и как оказывает поддержку).

– Справочно-информационные издания (телефонные справочники, издания типа «Кто есть кто» и т. п.). Они необходимы как при работе с нуля, так и на всю последующую фандрайзинговую деятельность.

– Списки клубов, ассоциаций, союзов (клубы меценатов, Ротари-клубы, промышленные и банковские союзы, ассоциации и т. д.), объединяющих деловой мир – помимо прочего, сами эти организации могут стать донорами и жертвователями.

– Информация, которой располагают конкуренты – другие организации-фандрайзеры – и которая может быть предоставлена на паритетных, договорных началах (обмен списками, сотрудничество, распределение сфер деятельности по времени или различным программам).

Определяясь по каждой из основных групп применительно к конкретному проекту, не следует гнаться за количеством, распыляя силы и средства. Лучше сконцентрироваться на главных, потенциально наиболее перспективных донорах. Иногда отдачи только от одного донора оказывается вполне достаточно для того, чтобы оправдать все усилия по привлечению средств.

Кроме того, не стоит привлекать к участию в поддержке одного и того же проекта конкурирующие организации – ничего хорошего из этого не получится. Лучше привлекать разнородные организации и фирмы, принадлежащие к одним и тем же финансовым группам или дополняющие друг друга. В последнем случае их участие в поддержке одного и того же проекта может стать поводом установления контакта, развития партнерства и т. д.

Баланс расходов и возможных поступлений зависит от масштабов кампании фандрайзинга и круга возможных доноров, с которыми будет вестись работа. При этом следует помнить, что обычно процент реализации ожиданий при работе с возобновляемыми донорами не превышает 80%, а с новыми донорами – 10–20% от стартового списка.

Важное значение в реализации конкретной кампании фандрайзинга имеет анализ эффективности фандрайзинга, который позволяет дать ответ на три основных вопроса:

1. Насколько поставленные цели кампании соответствовали объективным потребностям (эффективность поставленных целей).

2. Насколько полученные результаты соответствуют поставленным целям (результативность кампании).

3. Насколько эффективными оказались затраты средств (денег, времени, людей) на получение этого результата [3].

Для оценки эффективности конечных результатов фандрайзинга используются коэффициент окупаемости расходов на фандрайзинг (Кобор) и коэффициент рентабельности фандрайзинга (Rф).

Коэффициент окупаемости расходов на фандрайзинг показывает, сколько раз за выбранный период расходы на фандрайзинг окупаются за счет привлеченных в ходе фандрайзинга средств.

Коэффициент рентабельности фандрайзинга показывает, сколько прибыли (разница между привлеченными средствами и расходами на фандрайзинг) приходится на единицу привлеченных от фандрайзинга средств.

Для каждого вида фандрайзинга можно выделить частные показатели эффективности. Так, для проектного фандрайзинга актуальными будут показатели доходности проекта, расходы на проект и др. Для оперативного фандрайзинга целесообразно применять коэффициенты покрытия различных видов расходов (коммунальных расходов, расходов на заработную плату и др.).

Анализ эффективности фандрайзинга возможен только при налаженной системе учета. Эффективность (результативность и экономичность) проведенной кампании предполагает наличие таких данных, как: количество обращений с предложениями о поддержке; количество положительных ответов; сумма полученных средств; доля или процент положительных ответов от общего числа запросов; средняя сумма поддержки; доход полученный на единицу (или сотню) запросов, одного работника и т. п. Из анализа этих показателей по каждой группе доноров можно сделать вывод сотрудничество с ним о том, насколько перспективно дальнейшее сотрудничество с ним [3].

Применительно к проведению каждой фандрайзинговой кампании, т. е. применительно к каждому конкретному проекту, потенциальных доноров следует разделить на две части: так называемые «горячий» и «холодный» списки. В первом случае речь идет о потенциальных донорах, работа с которыми является первоочередной: либо отдача от них наиболее вероятна и наиболее масштабна, либо с ними уже установились прочные отношения. «Холодный» список включает менее вероятных доноров и тех, отдача от которых не так существенна. Сделать такое разграничение необходимо для оптимального распределения сил и времени. Иногда отдачи от одного донора оказывается достаточно, чтобы решить проблему обеспечения проекта. В любом проекте всегда некая группа доноров оказывается основной. Кроме того, уже имея существенную поддержку, намного легче добирать другие средства, работать с другими донорами. Главные первоначальные усилия должны быть сосредоточены на работе по «горячему» списку. «Горячий» и «холодный» списки могут меняться в зависимости от проектов и программ: кому-то из доноров одни проекты более интересны, а другие – менее.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2022. – 316 с.
2. **Артемьева, Т. В.** Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учеб. пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, 2010. – 288 с.
3. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг некоммерческих организаций : пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – 142 с.

СПОНСОРСТВО КАК ОДИН ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

В статье представлено спонсорство, как один из самых эффективных инструментов социального маркетинга. Рассмотрены основные направления спонсорской деятельности и ее роль в реализации социальных программ и инициатив. Определены тенденции развития спонсорства на современном этапе развития общества.

The article presents sponsorship as one of the most effective social marketing tools. The main directions of sponsorship activities and its role in the implementation of social programs and initiatives are considered. The trends in the development of sponsorship at the present stage of social development have been identified.

Ключевые слова: спонсорство; социальный маркетинг; взаимовыгодное сотрудничество; спонсорская деятельность; попечительство; патронаж; спонсирование.

Key words: sponsorship; social marketing; mutually beneficial cooperation; sponsorship activities; trusteeship; patronage; sponsorship.

Спонсорство в социальном обществе становится все более актуальной темой в рамках современных социальных, экономических и культурных изменений. Оно охватывает широкий спектр взаимовыгодных отношений между компаниями, некоммерческими организациями и сообществом, а также играет ключевую роль в реализации социальных программ и инициатив [1].

Спонсорство (от лат. – ручаюсь, гарантирую) – это деятельность юридических лиц, основанная на соглашении между сторонами – организаторами социального проекта с одной стороны и коммерческой компанией – с другой. Спонсорская поддержка отличается от других видов материальной помощи именно тем, что в обязательном порядке предусматривает встречную услугу. Средства вкладываются в обмен на ожидаемую пользу. По сути, это взаимовыгодное сотрудничество, построенное на реализации конкретных социальных проектов. Спонсорская поддержка оформляется договором, содержащим обязательства сторон – спонсора и получателя, который должен быть выгоден обеим сторонам. Обычно речь идет о конкретных временных, хотя и, возможно, масштабных проектах.

Спонсирование может осуществляться в виде выделения финансовых средств (субсидирования): оплаты счетов, возвратных или частично-возвратных платежей; закупок оборудования, инструментов, инвентаря; учреждения премий, стипендий, гонораров, призов и т. д. [2].

В любом случае условия, на которых предоставляется спонсорская поддержка, должны быть оформлены специальным договором и прилагаемыми к нему специальными протоколами.

У фирм-спонсоров нередко возникает проблема выбора конкретного направления спонсорской деятельности и интересного объекта финансирования для того, чтобы оптимально использовать их возможности для своей рыночной деятельности. От правильного выбора зависит многое, в том числе немалые средства, вкладываемые в проект и репутация компании. Практически вся социально-культурная сфера является привлекательной для спонсирования.

Рассмотрим некоторые традиционные направления спонсорской деятельности.

Спорт и физическая культура. Наиболее благоприятной сферой спонсирования, учитывая его взаимовыгодный характер, является спорт. Если бы спорта не было, его придумали бы спонсоры. Дело в том, что спорт создает исключительные возможности для рекламы. Соревнования широко освещаются в средствах массовой информации (СМИ). Спортивные знаменитости обладают высокой степенью популярности. Причем реклама фирмы, ее имидж оказывается на очень привлекательном фоне молодости, силы, здоровья, соревновательности и победительности. Более того, спорт связан с одеждой, обувью, питанием, рядом современных технологий.

Все это в комплексе и приводит к тому, что мировой спорт, в том числе и профессиональный, существует и развивается преимущественно именно на спонсорские средства.

Спорт очень привлекателен из-за огромной зрительской аудитории и из-за системы финансирования, объединяющей как государственные источники, так и множество других. Основными объектами спонсорства являются соревнования, команды, клубы, спортсмены, федерации по видам спорта, физкультурно-оздоровительные мероприятия, праздники, спортивные школы. Наиболее привлекательными для отечественных спонсоров считаются такие виды спорта, как футбол, хоккей, бокс, кикбоксинг, лыжный спорт, теннис, баскетбол, легкая атлетика, авто-мотоспорт. Чтобы сделать точный выбор своего вида спорта или спортивного мероприятия, необходимо тщательно изучить:

- спонсорские усилия конкурентов;
- спортивное спонсорство «родственных» бизнес-структур других стран и регионов;
- уровень осведомленности основных и потенциальных клиентов и их восприятие данного вида спорта;
- пакет услуг спонсору, включая основное спортивное мероприятие и поддерживающее, а также его обслуживание;
- полную характеристику продвижения спортивного мероприятия от рекламы до информационных репортажей и возможности его использования в интересах компании;
- оценку результатов аналогичных спортивных событий (количество зрителей, качество услуг, данные групповых опросов и т. п.).

Культура и искусство. Спонсирование в этой сфере стало важнейшей составляющей современного бизнеса. Началась эпоха перехода «от вещей к сердцу», от конкуренции товаров к конкуренции социально-культурных имиджей.

Как объекты спонсорства, культура и искусство предоставляют широчайшие возможности, а перед спонсором вновь стоит задача определить поле своей деятельности в соответствии с бизнес-целями и интересами аудитории, на которую он хочет воздействовать. Многие крупные музеи, театры, музыкальные коллективы в Беларуси имеют своих постоянных спонсоров. В провинции найти спонсора для театральной постановки или другого мероприятия гораздо сложнее: и у культурных мероприятий, и у спонсоров возможности меньше.

Образование. Сфера образования (начальная, средняя и высшая школы) обладают своими привлекательными чертами для потенциальных спонсоров. Это и особо привлекательный имидж заботы о подрастающем поколении, и возможности ранней профориентации еще со школьной скамьи, и установление связей с молодыми перспективными специалистами – выпускниками соответствующих учреждений высшего образования (УВО) и средних специальных учебных заведений. Сектор образования открывает необозримый простор для спонсорской деятельности. Образовательное спонсорство возможно на всех уровнях образования: начальном, среднем и высшем. Спонсорство может осуществляться и в виде оказания услуг кафедрам, курсам, проектам; организации поощрительных поездок студентов; финансирования исследовательских и научных работ и т. д. Многие спонсоры выбирают то учебное заведение, которое они сами когда-то заканчивали, где учатся их дети. Особый вид спонсорства – специальные стипендии, которые учреждают как крупные компании, так и отдельные бизнесмены, политические лидеры. Чаще в области культуры и искусства (также в сфере образования) понятие «спонсор» заменяется понятием «попечитель».

Деятельность членов Попечительского совета культурных и образовательных учреждений направлена не на управление, а на оказание помощи в деятельности советом, связями, финансами, использованием имени попечителя в рекламных целях.

Попечители являются гарантами благополучия и хорошей репутации организации. Членство в Попечительском совете дает уважение, повышает социальный статус спонсора.

Средства массовой информации. СМИ привлекательны прежде всего возможностями рекламы в случае поддержки теле- и радиопостановок, сериалов, каналов. Не менее привлекательна и пресса, поддержка которой может перерасти в приобретение фирмой своих органов печати. Спонсорской считается та телепрограмма, радиопередача, которая финансируется (полностью или частично) на средства третьей стороны (физическим или юридическим лицом) с целью популяризации в эфире своего имени, торгового знака или названия. Спонсор программы может предоставить одежду для ведущих, транспорт, оплатить часть работы (съемки или монтаж), помочь в оформлении студии, предоставить призы для игр.

Издательское дело. Как объект спонсирования оно также по-своему перспективно. Спонсирование может состоять как в поддержке конкретных издательских проектов (книг, серий, периодических изданий), так и в фактически самостоятельном издании фирмой специальных изданий, тематика которых может быть даже и не связанной с основной деятельностью фирмы (например, культура, искусство, специальные научные издания), но сам факт существования которых начинает традиционно связываться с имиджем фирмы.

Киноиндустрия. Спонсорство в этом направлении может помочь как в реконструкции оборудования существующих кинотеатров, что в дальнейшем приносит прямые доходы, так и в становлении современной киноиндустрии, создании новых фильмов. В новые, хорошо оснащенные современной видео- и киноаппаратурой кинотеатры зрители ходят чаще в 30 раз, чем в старые. Здесь проводятся не только традиционные киносеансы, но и стильные шоу, концертные выступления популярных групп, демонстрации моделей одежды известных дизайнеров, мероприятия, где спонсорам предлагаются реальные возможности демонстрации своих изделий, рекламы товаров и др.

Наука. Сотрудничество с наукой открывает широчайшие возможности для внедрения фирмы в среду разработок новых технологий, материалов, перспективных теоретических идей, продуктивных контактов. У компании повышаются шансы оказаться впереди конкурентов, появляется возможность участия в реализации и испытании интересных разработок, устанавливаются связи с квалифицированными и авторитетными экспертами в различных областях, фирма становится объектом внимания СМИ.

Политика. Самый любимый вид спонсорства у крупных корпораций. Особое предпочтение отдается участию в организации политических форумов, партийных съездов, семинаров. Спонсоры также финансируют избирательные кампании кандидатов в органы законодательной власти. Как правило, фирмы, спонсирующие кандидата, стоят далеко в тени, их интерес – в будущем, когда объект их спонсорства пройдет во власть, сядет в законодательное кресло, получит доступ к распределению льгот и ресурсов.

Здравоохранение, медицина, экология. Они привлекают спонсоров как благородным имиджем, так и перспективными формами сотрудничества, поскольку эти сферы переживают в настоящее время экономический и социальный бум, причем с обеспеченной политической, общественной и государственной поддержкой.

Сфера социальной поддержки. Оказание помощи социально незащищенным группам населения, малоимущим, инвалидам, пенсионерам, ветеранам и т. д. – также одна из наиболее традиционных сфер спонсорской поддержки, осуществляемой обычно соответствующими общественными и государственными организациями и фондами, имеющими правовые, экономические и финансовые льготы [3].

Спонсируют также проведение ярмарок, фестивалей, карнавалов и фейерверков, пикники и балы, ужины с танцами, показы моделей одежды, премьеры фильмов, благотворительные вечера и т. п.

Патронаж. Спонсорство на долговременной основе носит характер патронажа. Речь идет о покровительстве не только финансовом, но и организационном, оказываемом на стабильной и долговременной основе. Обычно патронируются конкретные учреждения и организации, отдельные лица.

Патронаж может оформляться долговременным договором или даже организационными документами, когда патрон входит в круг соучредителей учреждения культуры с определенными правами и обязательствами.

Примером может служить широко практикуемое в зарубежном музейном деле «членство» (membership). Членские взносы могут играть важную роль в финансировании сферы культуры. Так, в доходах музея Метрополитен членские взносы составляют до 14% всех поступлений.

Членские взносы как источник финансирования сферы культуры ассоциированы с деятельностью благотворительной организации, действующей на базе организации культуры. Чаще всего это общество или клуб друзей. Целями таких обществ (клубов) друзей является вовлечение физических и юридических лиц в деятельность организации культуры, а также привлечение финансовых средств через систему членских взносов.

В зависимости от типов участников выделяются два вида членства – индивидуальное (для физических лиц) и корпоративное (для юридических лиц). С точки зрения сроков членства отмечаются три вида – годовое, срочное (5, 10, 15, 20, 25 лет) и бессрочное членство. В зависи-

мости от суммы денежного вклада выделяются категории простых и привилегированных членов, доноров, покровителей организации культуры и др.

Различные категории членства дают разные преимущества вкладчикам. Прежде всего члены имеют право на бесплатное или льготное посещение выставок, концертов, специальных мероприятий, закрытых встреч и юбилейных вечеров, как на территории организации культуры, так и за ее пределами. Вместе с тем члены общества постоянно получают новости из жизни организации культуры через присылаемые журналы, информационные бюллетени, приглашения, а также имеют скидки на ее печатную и сувенирную продукцию.

Кроме того, привилегированные члены, доноры и покровители могут принимать непосредственное участие в управлении обществом друзей. Они получают право голоса на Совете общества, главном органе управления благотворительной организации, наравне с персоналом организации культуры. На заседаниях Совета, которые проходят несколько раз в год, члены участвуют в рассмотрении задач и направлений деятельности общества, утверждении бюджета расходов и доходов, а также в анализе результатов работы организации.

Таким образом, популярность системы членства можно объяснить тем, что она является своеобразной формой участия в деятельности некоммерческой организации и предусматривает большое число привилегий для вкладчиков.

Более распространена в мире другая форма патронажа – foundation – создание фондов поддержки и развития соответствующих учреждений культуры. Такие фонды созданы, например, при Большом академическом драматическом театре им. Г. Товстоногова, Санкт-Петербургской театральной академии (Российская Федерация). В правление таких фондов входят видные представители крупных коммерческих организаций, банков, торговых фирм. Их участие в фонде дает им определенные преимущества: возможность не только формирования привлекательного имиджа, но и использования помещений, привлечения артистов для проведения корпоративных мероприятий.

Такие отношения также оформляются организационными документами – уставом фонда, учредительскими договорами. Само же учреждение культуры получает дополнительные возможности финансового маневра.

К патронажу можно отнести и попечительство. Именно в области культуры и искусства, сфере образования, науки понятие «попечитель» упоминается чаще, чем понятие «спонсор». В дореволюционные времена так называлась весьма уважаемая деятельность в сфере народного просвещения и опекунов. Попечитель – старатель, радатель, человек, который постоянно заботится о каком-либо деле, влияющем на решение социальных проблем.

Сейчас так принято называть членов попечительских советов, которые создают театры, музеи, школы, УВО и т. д.

Попечительский совет не управляет организацией. Его члены наблюдают, советуют, иногда помогают финансами и связями, позволяют пользоваться своим именем при рекламе или сборе средств, являются гарантами благополучия организации и ее хорошей репутации. Членство в попечительском совете дает уважение, повышает социальный статус человека. Это признание заслуг, таланта, опыта. В Великобритании и США попечительство – довольно большая ответственность, оно требует усилий, затрат, постоянной заботы об организации.

Среди функций попечительского совета наиболее важными являются управленческие, финансовые и контрольные. Управленческие функции включают определение стратегии развития организации культуры, планирование основных направлений деятельности, анализ результатов работы. Финансовые функции предполагают финансовое планирование, а также непосредственное привлечение различных источников финансирования от населения, коммерческого сектора и государства. Контрольные функции заключаются в осуществлении надзора за использованием основных фондов, движением финансовых средств и т. д.

В состав попечительского совета чаще всего входят представители коммерческого сектора, органов государственной власти и др., которые проявляют интерес к развитию деятельности того или иного учреждения культуры.

Как правило, попечительский совет формируется из тех лиц, которые оказали поддержку деятельности организации культуры либо в момент ее создания, либо в процессе ее работы. Однако состав попечительского совета может меняться в силу объективных причин, а также решений большинства членов попечительского совета.

Попечители, в отличие от персонала учреждения культуры, выполняют свои функции на добровольной безвозмездной основе. Таким образом, отсутствие прямой заинтересованности

в экономических результатах деятельности учреждения культуры сводит интересы данных лиц не к максимизации прибыли учреждения, а к успешному выполнению им своей миссии.

В качестве мотивов обращения к попечительству можно рассматривать поднятие своего престижа в обществе, завоевание прочной репутации на рынке и доверия со стороны потребителей, доступ к закрытым источникам информации, услугам организаций культуры и др.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг и общество : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2022. – 316 с.
2. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг некоммерческих организаций : пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – 142 с.
3. **Молькин, А. Н.** Роль рекламы в продвижении инноваций в некоммерческих организациях / А. Н. Молькин, Т. В. Суханова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 3. – С. 52–56.

УДК 658.8

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

К. И. Рубанова (t311583@gmail.com),
магистрантка

А. А. Гусакова (annabelova0502@mail.ru),
магистрантка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматриваются источники финансирования и выбор правильной модели финансирования для некоммерческих организаций. Представлены алгоритмы финансирования некоммерческих организаций и подходы к привлечению средств.

The article discusses funding sources and choosing the right funding model for non-profit organizations. Algorithms for financing non-profit organizations and approaches to raising funds are presented.

Ключевые слова: источники финансирования; коммерческие организации; модель финансирования; подходы к привлечению средств; сотрудничество; алгоритм финансирования.

Key words: sources of financing; commercial organizations; financing model; approaches to raising funds; cooperation; financing algorithm.

Для профессионалов некоммерческих организаций (НКО) определение источников финансирования и выбор правильной модели финансирования для их организации является одной из самых сложных задач. Принятие решений о правильном подходе к управлению финансами некоммерческих организаций непросто.

Каждой организации нужны деньги и ресурсы, чтобы оставаться на плаву. Некоммерческие организации не являются исключением из этого правила. Деньги – частая тема для разговоров среди профессионалов некоммерческих организаций, а дискуссии о финансах становятся еще более жаркими в периоды экономической нестабильности.

С одной стороны, кажется, что существует множество моделей финансирования, а с другой – некоторые некоммерческие организации все еще чувствуют себя ограниченными в своих возможностях.

В настоящее время «модель финансирования» можно рассматривать как методический и институционализованный подход к созданию надежной базы доходов, которая будет поддерживать основные программы и услуги некоммерческой организации.

По сути, некоммерческая «модель финансирования» объединяет различные источники финансирования в «созвездие», уникальное для каждой некоммерческой организации. Например, одна некоммерческая организация может финансироваться на 50% за счет грантов, на 30%

за счет мероприятий, на 15% за счет программы членства и на 5% за счет пожертвований в натуральной форме. Другая НКО может быть на 70% профинансирована за счет крупной донорской программы, на 20% за счет сбора средств по почте и на 10% за счет мероприятий. Различные типы некоммерческих организаций подходят для разных источников финансирования, в зависимости от их миссии и программ [1].

Хотя поиск финансирования из нескольких источников является обычной практикой для большинства некоммерческих организаций, исследования показали, что 90% крупнейших некоммерческих организаций используют модели финансирования, основанные в основном на одном доминирующем источнике дохода.

Продуманный и четко определенный источник финансирования может помочь НКО лучше позиционировать себя для привлечения средств и ресурсов, обеспечения долгосрочной устойчивости и повышения эффективности. Используя тот или иной способ сбора средств, некоммерческие организации всегда должны стремиться к установлению партнерских, доверительных отношений со своими донорами [2].

Для функционирования некоммерческой организации необходимы следующие ресурсы: деньги, материалы и оборудование, люди, технологии, информация.

Некоммерческая организация может привлекать средства на конкретную социальную программу, на административно-хозяйственные нужды, на капитальные нужды, для свободного использования, для формирования целевых благотворительных вкладов. Процесс привлечения средств состоит из следующих этапов:

- определение потребности;
- поиск источников финансирования;
- обращение;
- результат.

Некоммерческие организации могут использовать три различных подхода к привлечению средств:

– Акцент на продукте. Идея данного подхода: «У нас есть хороший проект и люди должны его поддержать!» Как правило, сбором средств занимаются руководители организации, а доноры – их старые друзья или знакомые.

– Акцент на продажах. Используя этот подход, некоммерческие организации придерживаются принципа: «Многие люди могут дать деньги. Мы должны найти их и убедить нас помочь». Сбором средств в этом случае занимаются специально подготовленные люди.

– Акцент на потребностях. Используя этот подход, некоммерческие организации используют принцип: «Мы должны проанализировать наше положение на рынке, сконцентрироваться на тех донорах, чьи интересы совпадают с нашими, разработать программу по работе с донорами». Этот подход требует сегментации рынка пожертвований, оценки его потенциала, специальной подготовки персонала.

Как показывает практика, намеренно выбрав модель финансирования и подходы к привлечению средств, НКО может стратегически сосредоточить свои усилия по развитию на наиболее перспективных источниках финансирования и создать внутренний потенциал, необходимый для максимально эффективного их использования.

Некоммерческие организации могут использовать следующие основные источники финансирования для выполнения своей миссии: индивидуальные пожертвования, гранты, корпоративное спонсорство, членские взносы, продажа товаров и услуг, натуральные пожертвования.

1. Индивидуальные пожертвования. Из всех пожертвований, сделанных некоммерческим организациям, 71% поступает от частных лиц. По данным NP Trust в 2019 г. частные лица пожертвовали более 309,66 млрд долл. США, что сделало индивидуальные благотворительные взносы одним из лучших источников некоммерческого финансирования. Согласно прогнозу Philanthropy Outlook в 2021 г. индивидуальные пожертвования выросли на 5% [1].

По этой причине разумно сосредоточиться на отдельных донорах и сделать их центральным элементом модели финансирования НКО. Индивидуальные доноры могут делать разовые или повторяющиеся пожертвования. Они также жертвуют различными способами: онлайн и офлайн, через мероприятия, аукционы, плановые пожертвования и многое другое. Когда дело доходит до индивидуальных пожертвований, важно охватить все базы данных, поскольку индивидуальные пожертвования составляют большую часть финансирования некоммерческой организации. По большей части это очень эффективный источник финансирования, особенно для тех организаций, которые имеют большие маркетинговые бюджеты и те, чьи причины вызывают

ют широкую симпатию (онкологические заболевания, защита окружающей среды, защита животных и др.).

Кроме того некоммерческие организации могут использовать следующие формы сотрудничества с коммерческими организациями:

- благотворительность;
- промоушн;
- частные пожертвования сотрудников коммерческих организаций, членов их семей, их друзей, пенсионеров;
- использование труда сотрудников коммерческих организаций в работе некоммерческой организации;
- другие.

При работе с коммерческими организациями целесообразно придерживаться следующего алгоритма:

- отбор потенциальных спонсоров;
- сбор информации о компании;
- телефонный звонок в компанию для установления контактного лица;
- отправление письма или факса в компанию с просьбой о встрече;
- звонок контактному лицу для назначения встречи;
- встреча с потенциальным донором;
- заключение договора;
- получение пожертвования;
- выражение благодарности, предоставление отчета об использовании средств [3].

При работе с властями можно использовать те же способы, что и при работе с бизнесом и благотворительными фондами. В тоже время, взаимодействуя с органами государственной власти, необходимо учитывать несколько аспектов:

– Во властных структурах существуют определенные формальные процедуры, и работа с чиновниками требует времени и терпения.

– Существует недоверие к некоммерческим организациям. Для того чтобы получить бюджетное финансирование, необходимо доказать свою надежность в нескольких совместных безбюджетных проектах.

– Во властных коридорах сложилось мнение, что некоммерческим организациям денег можно не давать. Здесь денежный вклад часто заменяет натуральный. В руках властей находится мощный ресурс – собственность, которую они могут предоставить на льготных условиях.

– Важно, чтобы совместно реализуемый проект выполнялся точно в срок, выделенные средства расходовались строго по назначению и после окончания проекта был представлен отчет.

2. Гранты. Некоммерческие организации могут подавать заявки на получение грантов от правительства на местном уровне, на региональном уровне, а также от частных и государственных фондов. Как правило, НКО не обязаны возвращать какие-либо деньги, присужденные им в рамках гранта. Почти в каждой стране мира для получения гранта некоммерческая организация должна иметь статус благотворительной (некоммерческой) организации.

Часто гранты ограничены определенным сектором, местом или сферой деятельности. По этой причине некоммерческие организации должны искать гранты, подходящие для их организации, и подавать заявки на рассмотрение.

Телефонный звонок или встреча с менеджером фонда позволит избежать ошибок при составлении заявки, точно выполнить предъявляемые к ней требования. Некоторые фонды практикуют первоначальное обращение заявителя с письмом-запросом. И затем в случае положительного решения представляется готовая заявка. Письмо-запрос должно быть кратким (1–2 страницы); объяснять, почему вы обращаетесь именно в этот фонд; чем вызвана необходимость проведения данного проекта; в чем состоит проблема; содержать информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости проекта; убеждать, что именно ваша организация способна его реализовать.

Вот некоторые из основных типов организаций, предоставляющих гранты:

- правительства;
- общественные благотворительные организации;
- общественные фонды;

- семейные фонды;
- частные фонды.

У каждой организации, предоставляющей гранты, разные требования, и они также могут зависеть от страны, в которой зарегистрирована некоммерческая организация.

3. Корпоративное спонсорство. Корпоративное спонсорство может быть отличным источником финансирования для некоммерческих организаций. Корпорации обычно стремятся сотрудничать в проектах, чтобы улучшить свой благотворительный имидж или работать над тем, чтобы стать более социально ответственной организацией. Корпоративная социальная ответственность (КСО) важна как никогда, поскольку потребители стали чаще покупать у социально ответственных компаний.

У разных корпораций будут разные программы пожертвований, некоторые из которых могут подойти для НКО. Согласование ценностей особенно важно, поскольку сегодняшние доноры требуют прозрачности, и проявляют очень внимательное отношение к тому, с кем выбирает НКО партнерство, и может защитить репутацию в будущем.

Корпоративная поддержка осуществляется во многих формах:

- благотворительность – пожертвование без каких-либо условий, аналогичное индивидуальному пожертвованию;
- спонсорство мероприятий – эпизодическая или краткосрочная поддержка, обычно на основе мероприятий;
- целевой маркетинг – долгосрочное тематическое взаимодействие;
- pro bono – корпоративные профессионалы, предлагающие свой опыт (услуги);
- соответствующие подарки – когда корпорации сопоставляют пожертвования, сделанные их сотрудниками;
- оплачиваемое освобождение – когда сотрудники компаний ежегодно выделяют несколько оплачиваемых дней отпуска, что позволяет сотруднику или многим сотрудникам провести день или два, занимаясь волонтерской деятельностью в обычное рабочее время;
- подарки в натуральной форме – когда компании делают пожертвования продуктами, а не денежными взносами;
- кассовые кампании – потребители отдают на кассе при оформлении заказа.

По сути, с помощью множества различных форм корпоративного спонсорства некоммерческая организация может собирать деньги, получать пожертвования в натуральной форме и подарки, такие как мебель, офисное оборудование, консультации по маркетингу, консультационные услуги или поддержка разработки веб-сайта, и это лишь некоторые из них. В обмен на их спонсорство некоммерческая организация может разместить свой логотип на своем веб-сайте, отображать свой логотип на мероприятиях с помощью баннеров или на футболках или дать им почетное упоминание в своем блоге и на платформах социальных сетей.

Рассматривая корпоративное спонсорство как один из источников финансирования некоммерческой организации, важно учесть накладные расходы – кто-то должен будет управлять партнерством, особенно если есть в планах сделать корпоративное партнерство одним из основных источников дохода.

4. Членские взносы. Этот некоммерческий источник финансирования не обязательно будет работать для всех типов некоммерческих организаций, но на него стоит обратить внимание.

Важно подумать о миссии и основных видах деятельности некоммерческой организации, а затем решить, как использовать поток доходов от членских взносов.

Этот некоммерческий источник финансирования особенно эффективен, если некоммерческая организация может предложить своим членам эксклюзивные программы или льготы.

Членские взносы могут взиматься некоторыми видами некоммерческих организаций. Так, в Налоговом кодексе США насчитывается более тридцати типов некоммерческих организаций. Некоторые предоставляют своим членам услуги, за которые они взимают членские взносы.

5. Продажа товаров и услуг. Другой источник финансирования, который может рассмотреть некоммерческая организация, – это продажа товаров и (или) услуг. Этот источник финансирования регулируется многими правилами.

Крупные институциональные организации с большей вероятностью получают выгоду от комиссий и продаж продукции, в то время как более мелкие благотворительные организации зависят от этого вида доходов в гораздо меньшей степени.

Например, НКО может продавать фирменные товары, чтобы приносить доход своей организации. Обычно это футболки, сумки, кружки, печенье и другие предметы.

Многие некоммерческие организации также взимают плату за некоторые из своих услуг (продажа билетов на мероприятия; создание и продажа публикаций; продажа внутреннего опыта, например: написание текстов, обучение, консультирование).

Так, больницы выставляют счета пациентам, музеи требуют плату за вход, театры продают билеты, общественные организации взимают взносы, колледжи требуют плату за обучение и т. д.

Продажа товаров и услуг иногда также называется «торговлей» или «заработанным доходом» для НКО.

Некоммерческие организации могут торговать в большинстве стран. Однако если продажа товаров и услуг составляет значительную часть бюджета НКО, то следует обратиться за советом к специалисту. Если эти действия не связаны с основной целью НКО, существуют последствия для благотворительности и налогового законодательства. Поэтому важно следить за процентом дохода организации, который поступает от товаров и услуг. Заработанный доход должен быть связан с миссией организации, иначе он может облагаться налогом как несвязанный доход от бизнеса.

Это может быть отличным источником дохода для некоммерческой организации, но, как всегда, этот источник финансирования не всегда применим к каждой некоммерческой организации.

6. **Натуральные пожертвования.** Пожертвования в натуральной форме не будут полезны для всех видов некоммерческих организаций, но могут стать неоценимым источником поддержки для таких некоммерческих организаций, как приюты для животных, приюты для бездомных, приюты или организации по оказанию гуманитарной помощи.

Примеры пожертвований в натуральной форме включают продукты питания, одежду и лекарства. Если пожертвования в натуральной форме подходят для организационной модели НКО, они могут сэкономить много денег. Например, если организация стремится доставить продовольствие и воду в районы, пострадавшие от стихийных бедствий, получение товаров в натуральной форме, безусловно, будет полезным.

Может случиться так, что НКО не может напрямую использовать пожертвования в натуральной форме для своих программ. В этом случае всегда есть возможность использовать их на аукционах (в зависимости от типа предметов). Если НКО решит это сделать, то она должна четко сообщить (в идеале на своем веб-сайте), какие предметы организация может принять, и где находятся ее пункты сбора.

Важно отметить, что пожертвования в натуральной форме включают не только такие предметы, как продукты питания, одежду и лекарства, пожертвованием в натуральной форме может быть кто-то, кто бесплатно произносит речь или проводит семинар, или кто-то, кто бесплатно создает веб-сайт НКО.

Хотя мнения относительно того, что является «идеальным» некоммерческим источником финансирования, различаются, использование нескольких различных источников финансирования для достижения устойчивости, как правило, является хорошей практикой.

Для некоммерческих организаций рекомендуется никогда не получать более 30% своего финансирования из какого-либо одного источника. Если организация теряет 30% своего дохода, она, вероятно, может реструктурироваться, чтобы выжить [3].

Когда дело доходит до получения средств для некоммерческой организации, важно всегда иметь план по развитию отношений с донорами, независимо от того, являются ли они представителями частных лиц, фондов, корпораций или государственных спонсоров.

Какую бы модель финансирования ни выбрала НКО, важно убедиться, что она подходит для некоммерческой организации, поскольку правильная модель финансирования должна помочь НКО выполнить свою миссию и поддерживать свою деятельность.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Маркетинг некоммерческих организаций : пособие / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2023. – 142 с.
2. **Зобернюс, Н. В.** Аутсорсинг социальных услуг некоммерческому сектору: экономический анализ / Н. В. Зобернюс, Л. И. Полищук, И. Л. Шагалов // *Вопр. экономики.* – 2022. – № 2. – С. 95–119.
3. **Андреев, С. И.** Маркетинг некоммерческих субъектов / С. И. Андреев. – М. : ДиС, 2002. – 320 с.

ИННОВАЦИОННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОТ ТРАДИЦИОННОГО К ВИРТУАЛЬНОМУ РЫНКУ

В статье рассмотрены научные подходы, существующие в отечественной и зарубежной литературе, раскрывающие сущность инновационного маркетинга. Рассмотрены основные типы инноваций, которые способствуют повышению эффективности деятельности предприятия как на традиционном, так и на виртуальном рынке.

The article examines the scientific approaches existing in the domestic and foreign literature, revealing the essence of innovative marketing. The main types of innovations that contribute to improving the efficiency of the enterprise both in the traditional and in the virtual market are considered.

Ключевые слова: маркетинг; инновационный маркетинг; инновации; виртуальный рынок; инновационная маркетинговая деятельность; цифровая среда.

Key words: marketing; innovative marketing; innovation; virtual market; innovative marketing activities; digital environment.

Инновационный маркетинг в цифровой среде требует постоянного развития и адаптации к новым технологиям и трендам, главная задача которых заключается в создании уникального и ценного предложения для клиентов, помогающего выделиться среди конкурентов и достичь успеха в современном бизнесе. Одной из основных стратегий инновационного маркетинга на виртуальном рынке является создание персонализированных и интерактивных платформ для общения с потребителями, например создание онлайн-сообществ и форумов, где участники виртуального рынка могут делиться своими отзывами и мнениями о продуктах, а также задавать вопросы и получать ответы от представителей компании [1; 2].

Важным компонентом инновационного маркетинга на виртуальном рынке является использование данных и аналитики для более точного определения потребностей и предпочтений клиентов, с помощью анализа больших данных можно выявить тренды и установить, какие продукты и стратегии распространения наиболее эффективны в деятельности предприятия в определенный период времени.

Применительно к инновационному маркетингу важными аспектами выступают автоматизация и оптимизация процессов торговли на виртуальном рынке. Так, например, использование чат-ботов для обработки потребительских запросов или внедрение искусственного интеллекта для предсказания покупательского поведения способны повысить эффективность взаимодействия между участниками виртуальных отношений. Также стоит отметить, что в инновационном маркетинге на виртуальном рынке большую роль играет создание уникального и привлекательного контента, который способен привлекать внимание потребителей и стимулировать их к дальнейшим действиям, например к покупке продукта или регистрации на цифровой платформе. Следовательно, требуется постоянное изучение и применение новых технологий и подходов для достижения успеха в цифровом бизнесе, в связи с чем интеграция новых инструментов и стратегий позволит предприятиям улучшить взаимодействие с потребителями и максимизировать свои результаты [3].

Инновационность в маркетинге может быть определена на основе результатов и эффективности, которые инновация предоставляет, если объект предлагает новые преимущества, решает проблему или улучшает процесс, это может повысить его статус как инновационного. Следовательно, инновационность определяется на основе контекста, в котором происходит восприятие, в связи с чем установлено, что на рынке, где уже существуют подобные продукты или услуги, восприятие объекта как инновационного может быть более сложным, чем на новых рынках. Кроме того, восприятие инноваций может также зависеть от образования и опыта участников сферы обмена, чем больше знаний и опыта имеет участник рыночных отношений, тем сильнее будет склонен признавать и ценить инновации. В целом, восприятие объекта как инновационного отличается у различных целевых аудиторий и организаций в связи с представлением, контекстом и опытом, однако инновационность тесно связана с новыми и улучшенными ас-

пектами объекта, которые приводят к росту и развитию отдельного бизнес-процесса или всего предприятия. Исходя из выше сказанного рассмотрим четыре типа инноваций:

Первый тип инновации – продуктовая инновация, связанная с изменением в характеристиках товара или услуги, которое делает его новым или значительно улучшает свойства для потребителя, например введение нового материала в производство автомобилей, что делает их более легкими и эффективными.

Второй тип инновации – процессная инновация, особенность которой заключается в изменении способов производства товаров или предоставления услуг, что позволяет снизить затраты, повысить качество или увеличить производительность, например: введение автоматизированных систем производства на фабрике позволяет снизить количество ошибок и увеличить производительность.

Третий тип инновации – маркетинговая инновация, вносящая изменения в методах продвижения товаров или услуг, что позволяет достичь новых целевых рынков или улучшить позиции на существующих, например создание новой торговой марки или использование новых методов рекламы для привлечения внимания потребителей.

Четвертый тип инновации – организационная инновация, которая предполагает изменение в структуре организации или управленческих процессах, что позволяет повысить эффективность работы и достичь более высоких результатов, например внедрение новых систем управления или повышение уровня сотрудничества и коммуникации в существующих отношениях с участниками рынка или бизнес-процессах.

Каждый из представленных типов инноваций может способствовать повышению эффективности деятельности предприятия как на традиционном, так и на виртуальном рынке, помочь преодолеть конкуренцию и достичь успеха на рынке. Выбор конкретной стратегии инноваций зависит от целей и потребностей предприятия, а также от особенностей рынка и конкурентной среды [4].

Конкретная стратегия инноваций должна быть выстроена с учетом целей и потребностей предприятия, а также особенностей рынка и конкурентной среды, например увеличение доли рынка, в таком случае стратегия инноваций может быть направлена на разработку новых продуктов или услуг, которые способны удовлетворять потребности целевой аудитории и давать преимущество перед конкурентами. Кроме того, выбор стратегии инноваций зависит и от индивидуальных особенностей предприятия и его бизнес-процессов, таких как технические и финансовые возможности, наличие кадрового потенциала, готовности к гибкости и т. д. В целом, выбор конкретной стратегии инноваций является комплексным процессом, который требует анализа множества факторов и учета особенностей предприятия, рынка и конкурентной среды, в связи с чем рациональный выбор стратегии способен увеличить вероятность достижения целей предприятия и обеспечить конкурентоспособность на рынке [4; 5].

Механизм реализации, на котором основана инновационная маркетинговая деятельность на виртуальном рынке, включает в себя несколько ключевых элементов: исследование и разработка, анализ рынка, создание стратегии, дифференциация и позиционирование, продвижение и коммуникация, оценка и улучшение [2].

Исследование и разработка. Инновационная маркетинговая деятельность начинается с исследования и разработки новых продуктов или услуг, в связи с чем предприятия должны искать новые идеи и концепции, которые могут удовлетворить потребности рынка.

Анализ рынка. После проведения исследования и разработки необходимо провести анализ рынка для определения потенциального спроса на новый продукт или услугу, что включает изучение целевой аудитории, конкурентов, тенденций рынка и других факторов, которые могут повлиять на успешность маркетинговой кампании на виртуальном рынке.

Создание стратегии. Предприятиям необходимо разработать стратегию маркетинга, которая включает в себя уникальные преимущества и цели продвижения нового продукта или услуги на виртуальном рынке, представленная стратегия должна определить целевую аудиторию, выделить преимущества предлагаемого продукта и разработать маркетинговый план для его дальнейшего продвижения [5].

Дифференциация и позиционирование. Для привлечения внимания участников виртуального рынка предприятиям необходимо дифференцировать свой продукт или услугу от конкурентов и определить уникальные характеристики и ценность для потребителей, а также разработать стратегию позиционирования, которая определит, каким образом продукт планируется представить на рынке.

Продвижение и коммуникация. Предприятия определяют каналы коммуникации для передачи сообщения о новом продукте или услуге до целевой аудитории, разрабатывают эффективную стратегию продвижения и коммуникации, что включает в себя разработку рекламы, публичные отношения, спонсорство, прямой маркетинг и другие маркетинговые инструменты.

Оценка и улучшение. После запуска маркетинговой кампании предприятия непрерывно проводят оценку ее эффективности и представляют результаты, что позволяет определить успешность или провал кампании и внести необходимые изменения для улучшения результатов.

Вышеперечисленные элементы в совокупности образуют механизм реализации инновационной маркетинговой деятельности на виртуальном рынке, который помогает предприятиям успешно внедрять новые продукты и услуги на рынке [4].

Инновационный маркетинг является ключевым фактором успеха деятельности предприятия на виртуальном рынке, направленный на создание и продвижение новых продуктов и услуг, а также на разработку новых способов взаимодействия с потребителями, который отличается от традиционного рынка своими особенностями, такими как глобальность, высокая конкуренция и быстрые изменения в технологиях. На виртуальном рынке особенно важно быть инновационным, так как в условиях повышенной конкуренции необходимы инновационные решения, позволяющие выделиться среди других участников рынка и захватить внимание интернет-пользователей, также создают более эффективные и удобные решения, улучшают процессы и повышают качество обслуживания.

Таким образом, значимость инновационного маркетинга на виртуальном рынке заключается в возможности создать конкурентные преимущества, привлечь и удержать целевую аудиторию, адаптироваться к изменениям и быть успешным в современной цифровой экономике.

Список использованной литературы

1. **Бессарабов, В. О.** Проблемно-терминологическое поле финансовой грамотности в контексте уровня жизни населения / В. О. Бессарабов, А. А. Ильченко // Журн. приклад. исслед. – 2022. – № 7, Т. 3. – С. 278–284.

2. **Бессарабов, В. О.** К вопросу о проектировании ключевых элементов бизнес-модели оптового торгового предприятия / В. О. Бессарабов, Е. А. Тумаков, Т. В. Позжаева // Индустриал. экономика. – 2022. – № 4, Т. 3. – С. 298–305.

3. **Бессарабова, А. А.** Инновационный маркетинг на виртуальном рынке / А. А. Бессарабова, А. А. Кривонос, Н. И. Морозова // Инновац. экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2023. – № 5. – С. 168–173.

4. **Попова, А. А.** Потенциал цифровизации экономики в Донецкой Народной Республике / А. А. Попова // Вестн. Ин-та экон. исслед. – 2021. – № 3 (23). – С. 39–56.

5. **Германчук, А. Н.** Цифровые возможности предпринимательского маркетинга / А. Н. Германчук, И. Ю. Охрименко // Вестн. Донец. нац. ун-та. Сер. В, Экономика и право. – 2022. – № 2. – С. 35–43.

ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Статья посвящена современной проблеме – развитию маркетинга в условиях цифровизации экономики. Цифровизация маркетинга возможна благодаря развитию цифровой экономики. Использование инструментов цифрового маркетинга позволяет в значительной степени снизить издержки, связанные с поиском, обменом информацией, оптимизировать процессы, связанные с созданием товаров и услуг, а также позволяет обеспечить постоянную обратную связь и разработку индивидуальных предложений, увеличить интерес потребителей к маркетинговым программам и сократить количество контактов с потребителями, что улучшает маркетинговые результаты, повышает прибыльность бизнеса [1].

The article is devoted to a modern problem – the development of marketing in the context of digitalization of the economy. Digitalization of marketing is possible thanks to the development of the digital economy. The use of digital marketing tools can significantly reduce costs associated with searching and exchanging information, optimizing processes associated with the creation of goods and services, and also allows for constant feedback and the development of individual offers, increasing consumer interest in marketing programs and reducing the number of contacts with consumers, which improves marketing results and increases business profitability [1].

Ключевые слова: маркетинг; маркетинговая деятельность; цифровая экономика; цифровой маркетинг; интернет-технологии.

Key words: marketing; marketing activities; digital economy; digital marketing; Internet technologies.

Функционирование любого предприятия представляет собой деятельность, основанную на маркетинге. Маркетинговая деятельность касается ценообразования, хранения, упаковки, создания торговой марки, управления торговым персоналом, кредитования, транспортировки товаров, социальной ответственности, выбора мест для размещения торговых точек, изучения запросов потребителей, правил торговли, рекламы, рыночных исследований и т. д. Таким образом, важнейшей частью управления предприятием является организация маркетинговой деятельности [2].

Маркетинг сам по себе не создает товаров и услуг, т. е. не выполняет производственной функции. Маркетинг определяет порядок действий всех отделов предприятия, предоставляет им необходимую информацию, а также контролирует и координирует деятельность предприятия в соответствии с выбранной им целью (стратегией). Для достижения реальной эффективности маркетинга, действительно способного стать средством развития экономики, необходимо учитывать ряд факторов, где без цифровизации не обойтись.

Цифровой электронный маркетинг – это реализация маркетинговой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий и систем, например: маркетинговые исследования с помощью интернет-технологий и анализа данных, управление взаимоотношениями с клиентами, маркетинговые коммуникации с клиентами в интернет-магазинах и т. д. Интернет-технологии создают новые источники ценности и акционерной стоимости.

Некоторые свойства маркетинговой деятельности предприятий на электронном рынке существенно меняют традиционные подходы к стратегии и тактике маркетинга и особенности бизнес-процессов, в частности, активное внедрение цифровых маркетинговых процессов, совместную работу с большим количеством партнеров, индивидуальную работу с «индивидуальным рынком» и гибкость.

Интернет-пространство позволяет потребителям влиять на репутацию брендов, в то же время бренды, используя современные технологии и результаты психологических и маркетинговых исследований, могут влиять на потребителей при помощи и посредством социальных сетей.

Цифровой маркетинг – это новый этап развития бизнес процессов, который предусматривает продвижение продукции компании с помощью одного или нескольких цифровых средств массовой информации. Цифровые средства массовой информации представляют собой адресные каналы, позволяющие маркетологам вести постоянный двусторонний персональный диалог с каждым потребителем. Такой диалог, построенный на использовании данных, полученных в результате прошлых взаимодействий с потребителем, с целью обслуживания следующих контактов работает подобно сети. Кроме того, цифровые средства массовой информации по-

зволяют получать аналитическую информацию о поведении потребителя, его социально-демографические характеристики в режиме реального времени, проводить прямую и получать обратную связь с целью улучшения и оптимизации такого взаимодействия.

Главная задача цифрового маркетинга – обеспечить максимальное присутствие бизнеса в сети. Цифровой маркетинг помогает достигать максимального коммерческого результата оптимальным способом, т. е. дает возможность экономить средства и избегать лишних неэффективных расходов. Как известно, цифровые инструменты тесно связаны с инструментами интернет-маркетинга, поскольку используют одинаковый канал коммуникаций – интернет, однако для цифрового маркетинга он не является единственным.

По сравнению с инструментами интернет-маркетинга, преимущество цифровых инструментов при продвижении товаров на современном рынке заключается в том, что кроме традиционных сетевых технологий, они опираются на ряд новых техник, которые позволяют привлекать внимание целевой аудитории даже в офлайн-среде (приложения в телефонах, SMS (MMS), рекламные дисплеи на улицах и т. д.). Кроме того, в инструментальный набор цифрового маркетинга также входят традиционные виды рекламы, основная задача которых привлечь внимание потребителей и перенести его в виртуальный мир. Наиболее наглядный пример – QR-коды (картинка на печатной продукции, позволяющая осуществить быстрый переход в виртуальную среду) в рекламных плакатах и журналах. Таким образом, можно отметить, что актуальность использования цифровых инструментов в процессе продвижения товара на современном рынке предопределена их уникальными возможностями, которые обусловлены современными достижениями науки и техники и которые одновременно определяют преимущества цифровых инструментов по сравнению с инструментами интернет-маркетинга. Основными из них являются новые возможности мобильной связи:

- текстовые сообщения (SMS-маркетинг);
- голосовое автоматическое меню (IVR), позволяющее позвонившему, общаясь с автоинформатором, получить информацию по интересующим вопросам, сделать заказ, узнать об акциях, скидках, мероприятиях и пр.;
- мультимедийные сообщения (MMS-маркетинг);
- локальная радиосвязь между коммуникационными средствами (Bluetooth);
- беспроводная передача данных (WAP), gprs-, edge- и другие технологии, доступные для получения информации из интернета с мобильного телефона;
- мوبикод – комбинация цифр, которая позволяет осуществлять платежи или получать скидки;
- QR-код;
- технологии ClickTo, Flash SMS, LocationBasedServices (LBS);
- технологии удобной загрузки программных продуктов и др. [3].

Проведенное маркетинговое исследование показало широкое использование интернет-пространства маркетологами, работающими на рынке Туркменистана, в частности, компании создают свои веб-сайты, электронную почту, представляют свою деятельность на таких отечественных рекламных платформах, как Turkmenportal, Ýakyn biz, Bärde biz, а также зарубежных платформах, как Instagram, видеохостинги YouTube и TikTok и мн. др.

Приведем в качестве примера открывшуюся в Туркменистане первую технологическую онлайн-платформу asmanexpress.com по сервису доставки в максимально короткие сроки (с туркм. *asman* – небо, небесный). На сайте торговой площадки жители и гости города Ашхабада могут пользоваться двумя сервисами *Asmanexpress* и *Asman mega*. Кроме того, жители столицы могут совершать покупки через мобильное приложение *Asmanexpress*, доступное для скачивания в GooglePlay и AppStore.

Частное предприятие *Asman Express* в своей деятельности кроме веб-сайта (www.asmanexpress.com) использует SMS-маркетинг, MMS-маркетинг и другие возможности мобильной связи. Клиентам, обратившимся через сотовый телефон на веб-сайт и приложение *Asman Express*, отправляются рекламные объявления предприятия. На платформе частного предприятия *Asman Express* предложены категории, на которых клиент выбирает товар, цену, условия доставки и пр.

В рамках одного из средств маркетинговой деятельности частное предприятие *Asman Express* применяет систему скидок, в частности:

- *постоянные скидки*: ежедневные – при поступлении нового товара предоставляется скидка на существующий товар, еженедельные – поставщики при повторной покупке постоянным клиентам, в том числе частному предприятию *Asman Express*, предоставляют скидки,

а, соответственно, частное предприятие Asman Express предоставляет скидки своим клиентам при повторной покупке товаров;

– *временные скидки* предприятие предоставляет клиентам в праздничные дни; за счет варьирования наценки и уменьшения себестоимости предоставляемых услуг частное предприятие Asman Express предоставляет клиентам скидки на средства бытовой химии.

Основными вопросами для успешной адаптации к цифровой реальности могут быть следующие:

- какие компетенции становятся критичными в адаптационный период;
- какие психологические барьеры препятствуют принятию цифровой реальности;
- специфика образовательных программ для развития компетенций и снятия психологических барьеров.

В эпоху высоких технологий студентам необходимо предоставление актуальных, своевременных дисциплин в сочетании с высоким качеством преподавания.

В Туркменском государственном институте экономики и управления студенты, обучающиеся по специальности «Маркетинг», изучают следующие дисциплины: Основы маркетинга, Маркетинг услуг, Маркетинговые исследования и товарная политика, Стратегический маркетинг, Маркетинговые коммуникации, Этика, эстетика и психология в маркетинге, Международный маркетинг, Бренды и экспертиза товарных марок, Управление маркетингом, Цены и ценообразование и др. Указанные дисциплины преподают преподаватели кафедры «Маркетинг». Также студенты, обучающиеся по специальности «Маркетинг» изучают дисциплины, связанные с цифровизацией: Цифровая экономика, Интернет-маркетинг, Электронная коммерция, Информационные системы и технологии в экономике и др., преподаваемые преподавателями кафедры «Цифровая экономика» факультета финансов.

На кафедре «Маркетинг» помимо многих специальностей студенты также обучаются по специальности «Цифровые технологии в торговле и логистике». В программу их обучения входят следующие дисциплины, связанные с цифровизацией: Цифровая торговля и маркетинг, Интеллектуальные транспортные системы, Торговые услуги в цифровой среде, Управление интернет-магазинами и др. Эти предметы преподают преподаватели кафедры «Маркетинг», а дисциплины Цифровая экономика, Интернет-маркетинг и Электронная коммерция и другие преподают преподаватели кафедры «Цифровая экономика».

По кафедре «Цифровая экономика» института обучаются студенты по специальностям: «Электронная коммерция», «Экономика электронного бизнеса», «Финансовые рынки и финансовая безопасность в цифровой экономике» и др., которые углубленно изучают цифровизацию общества по всем аспектам. Также в институте на факультете менеджмента кафедрой «Информационные системы» ведется подготовка студентов по специальностям: «Программное обеспечение компьютерных систем», «Информационные системы и технологии», «Экономическая кибернетика» и др.

Хотелось бы отметить, что студенты всех специальностей института изучают дисциплину Современные компьютерные технологии. Политика образования в институте направлена на подготовку высококвалифицированных специалистов в области экономики. В этом направлении прилагаются огромные усилия, о чем свидетельствует успешное участие наших студентов в национальных и международных олимпиадах.

Таким образом, подводя итоги проведенному исследованию, можно сделать следующие выводы. Конкуренция в современной рыночной среде способствует развитию и расширению цифровых технологий, что актуализирует использование цифровых инструментов в борьбе за потребителя и в процессе продвижения и позиционирования товаров и услуг. При этом конкретный набор цифровых инструментов зависит от специфики товара. Цифровые инструменты используют все мобильные, портативные и другие устройства, имеющие доступ к интернету, сфера применения этих инструментов расширяется за счет перехода в реальную среду, а целевая аудитория – за счет владельцев современных гаджетов с одновременным обеспечением адресности и персонализации коммуникативного воздействия, что в целом повышает эффективность маркетинговой деятельности в условиях информатизации общества.

Список использованной литературы

1. **Крымшокалова, Д. А.** Трансформация маркетинга в условиях цифровизации / Д. А. Крымшокалова, З. А. Шогенова, Л. М. Темукуева // Вестн. АГУ. Сер., Экономика. – 2020. – № 4 (270). – С. 87–95.

2. **Завьялова, О. В.** Маркетинг в условиях цифровой трансформации / О. В. Завьялова // Экон. вектор. – 2021. – № 4 (27). – С. 61–64.

3. **Старков, Е. Н.** Трансформации маркетинга в условиях цифровой экономики: императивы и препятствия / Е. Н. Старков // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 3 (56). – С. 193–198.

УДК 339.138

В. В. Кутайцева (victori1988@mail.ru),

ст. преподаватель

Сибирский университет

потребительской кооперации

г. Новосибирск, Российская Федерация

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

В данной статье раскрывается краткий исторический срез развития маркетинга и его трансформация в условиях экономической нестабильности в российских регионах и ближнем зарубежье.

This article reveals a brief historical overview of the development of marketing and its transformation in conditions of economic instability in Russian regions and neighboring countries.

Ключевые слова: маркетинг; механизмы продвижения; трансформация; контент-маркетинг; SEO-маркетинг; таргет.

Key words: marketing; promotion mechanisms; transformation; content marketing; SEO marketing; target.

В последнее десятилетие маркетинг пережил одну из самых значительных трансформаций, обусловленных стремительно изменяющейся реальностью и новыми технологиями в сфере продвижения. Ранее ключевые этапы развития маркетинга основывались на продвижении производимых предпринимателями товаров и услуг через наружную рекламу, прямые продажи и традиционные средства массовой информации, что ограничивало возможности применения различных методов и инструментов для многих представителей среднего и малого бизнеса [1–5].

В результате активного использования поисковой системы, цифровой платформы и развития социальных сетей маркетологи приобрели новые способы привлечения внимания потенциальных клиентов. Таргетированная реклама, контент-маркетинг, SEO-оптимизация, электронные рассылки и инфлюенс-маркетинг и другие инструменты, которые можно продолжать перечислять практически бесконечно, смогли не только открыть новые пути для продвижения, но и трансформировать саму природу взаимодействия между брендами и потребителями товаров (работ, услуг).

Немного из истории. У маркетинга более древняя история, чем может показаться на первый взгляд. В древние времена ремесленники старались выделяться среди коллег, используя личные клейма для своей продукции. Это являлось залогом качества их изделий. Владельцы торговых точек и хозяева трактиров соревновались в креативности, привлекая покупателей яркими вывесками и кричалками.

Во времена возникновения и развития промышленной отрасли, а также массового производства возникала потребность в систематическом продвижении выпускаемого товара на рынок. Так, большинство предпринимателей начали использовать рекламу в печатных изданиях и на вывесках, чтобы привлечь внимание покупателей. И начиная с середины XIX в. и до начала XX в. маркетинг стали выделять как научную дисциплину, отдельную сферу деятельности.

Расширение деятельности крупных и мелких компаний и развитие международной торговли привело к появлению в коммерческих организациях отделов маркетинга, которые стали проводить анализ рынка, определять потребность в увеличении ассортимента выпускаемой продукции, разрабатывать стратегии продаж и привлечения новых покупателей. 90-е гг. были переломным моментом в розничной торговле, которые привели к повышению стандартов качества и возникновению брендинга, а также к более осознанному выбору товаров со стороны потребителей. В этот период ретейл сыграл важную роль в становлении современной эры брендов.

Рост розничной торговли в XX в. привел к появлению новых способов продвижения товаров, а также к необходимости создавать запоминающиеся образы для привлечения клиентов. Важно отметить, что интернет и электронная почта, появившиеся еще в конце XX в., заложили фундамент для будущих цифровых преобразований. Они позволили компаниям взаимодействовать с клиентами на новом уровне, но были только первыми шагами в этом направлении.

История маркетинга в России. В силу сложившихся исторических причин развитие маркетинга в России существенно отличается от остального мира. Хронология основных этапов в нашей стране имеет свои особенности:

1. Реклама в советское время. Реклама в СССР была номинальной, так как производство, ассортимент и распространение контролировались государством. В 60–70-е гг. Россия в составе СССР начала активное развитие внешней торговли. Товары, экспортируемые за рубеж, требовали специализированного продвижения на внешних рынках. В силу особенностей плановой экономики страны маркетинговые инструменты приходилось осваивать за рубежом.

2. Период дикого маркетинга. Период 1991–2004 гг. в истории России следует рассматривать как период изучения и отработки западных рекламных практик. Приватизация предприятий и переход от плановой к рыночной экономике смогли открыть новые возможности развития отраслей, направленных на стимулирование сбыта товаров, работ и услуг. В этот период в Российской Федерации стали активно создаваться рекламные и маркетинговые агентства, некоторые из которых входили в западные сети, что в сочетании с предоставлением услуг иностранным производителям в конечном итоге значительно повысило уровень маркетинга.

3. Фаза быстрого роста и развития. Период 2005–2014 гг. охарактеризовался значительным увеличением потребительского спроса, что привело не только к диверсификации используемых маркетинговых приемов и инструментов, но и к конкуренции. Поскольку ресурсы на улучшение характеристик товара в этот период были исчерпаны, большое значение приобрел брендинг, сопровождаемый маркетинговыми исследованиями, изучением поведения потребителей и стандартным управлением по всем каналам как коммуникации с потребителем, так и дистрибуции.

4. Фаза трансформации цифрового маркетинга. Начиная с 2015 г. маркетинговая практика в России вступила в четвертую фазу. Он характеризуется переходом компаний к новой клиентоориентированной бизнес-модели и активным использованием больших данных во взаимоотношениях с целевой аудиторией. Все более востребованными становятся новые цифровые специализации в маркетинге, которые не только расширяют арсенал инструментов, но и обеспечивают автоматизацию, персонализацию и прогнозирование результатов на основе данных.

Таким образом, в развитии маркетинга выделяют несколько этапов. Хронологическую последовательность представим ниже (рисунок 1):

1. Производственно-ориентированная концепция маркетинга.
2. Концепция ориентации на продукт.
3. Концепция ориентации на сбыт.
4. Концепция ориентации на потребителя.

Производственно-ориентированная концепция маркетинга	Концепция ориентированная на продукт	Концепция ориентированная на сбыт	Концепция ориентированная на потребителя
<ul style="list-style-type: none"> Приходится на начало 20 века, когда интерес предприятий был сосредоточен на эффективности производственных процессов изготовления готовой продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> Начиная с 1950 годов предприятия стали сосредотачивать свое внимание на повышение качества производимой продукции (услуг, работ), активно конкурировать на рынке за счет уникальных и отличительных свойств производимого товара. Так данная маркетинговая концепция заключалась в том, чтобы предлагать рынку лучшие товары, создавать при этом потребительский спрос на них. 	<ul style="list-style-type: none"> В период 1960-1970 гг. предприятия сосредотачивались на разработке и внедрении целого ряда маркетинговых мероприятий, включая рекламу, продвижение и личные продажи, для привлечения внимания целевой аудитории. 	<ul style="list-style-type: none"> К 1980 годам предприятия, чтобы добиться успеха, стали анализировать свои рынки, изучать потребности целевой аудитории и создавать товары, которые полностью могли удовлетворять запросы потребителей

Рисунок 1 – Хронологическая последовательность развития маркетинга

Современные тенденции в развитии маркетинга заключаются в том, что предприятия и представители бизнес-сообществ сосредотачиваются на своей целевой аудитории, желая предугадать их желания и предложить продукт, который сможет полностью удовлетворить их потребности.

В связи с чем следует выделить ключевые принципы маркетинговой деятельности современного предприятия, представленные на рисунке 2.

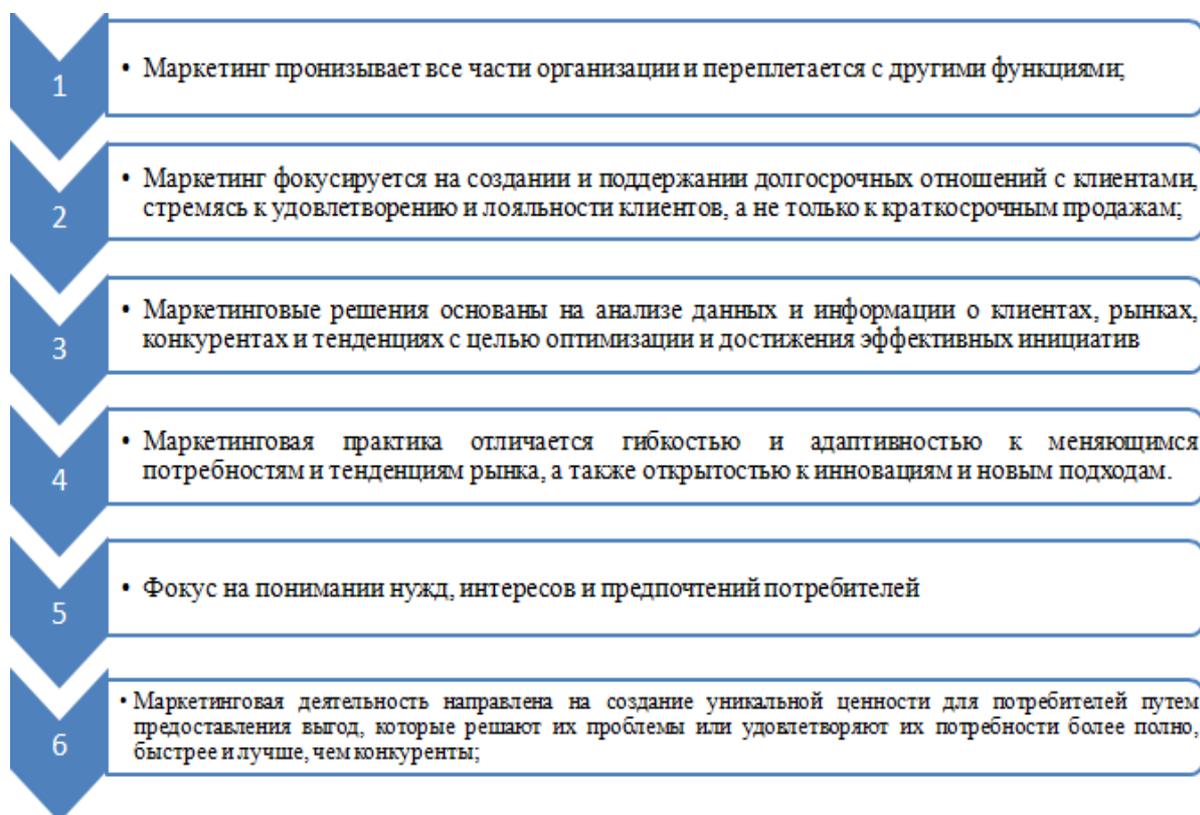


Рисунок 2 – Ключевые принципы современного маркетинга

Трансформация и цифровизация маркетинга. Цифровая трансформация представляет собой процесс изменений и адаптаций маркетинговых стратегий предприятия, а также использование новейших технологий и инструментов для повышения эффективности маркетинговой деятельности любого предприятия.

Движущие силы маркетинговой трансформации:

– Интегрированность каналов взаимодействия с клиентами. На сегодняшний день любая компания стремится не только присутствовать в интернете, но и эффективно использовать цифровые каналы для продвижения производимых товаров (услуг, работ).

– Аналитика и данные о целевой аудитории. Систематический сбор, анализ и использование данных о целевой аудитории (потребителях), их предпочтений и поведении являются ключевыми факторами при принятии обоснованных решений в маркетинге.

– Автоматизация маркетинговых инструментов. Использование цифровых технологий для автоматизации рутинных маркетинговых задач, таких как сегментация целевой аудитории, рассылка по электронной почте, создание контента. Это, в свою очередь, позволяет сократить расходы на персонал, повысить эффективность проводимых маркетинговых мероприятий.

– Клиентоориентированность заключается в адаптации продуктов и услуг к индивидуальным потребностям целевой аудитории.

– Инновационность. В современных реалиях ведения бизнеса не возможно выжить без постоянного поиска и внедрения инновационных подходов. Кроме того, быстрая адаптация при помощи новых технологий помогает найти новые возможности для роста и поддержки конкурентоспособности организации.

Подводя итог, еще раз следует отметить, что в последнее десятилетие маркетинг пережил одну из самых значительных трансформаций, обусловленных стремительно изменяющейся реальностью и новыми технологиями в сфере продвижения.

Список использованной литературы

1. **Кандаурова, И. Р.** Проблема маркетинга в России / И. Р. Кандаурова // Сб. конф. НИЦ Социосфера. – 2019. – № 57. – С. 13–15.
2. **Борисова, Е. С.** Об актуальных проблемах исследований в маркетинге территорий / Е. С. Борисова // Вестн. Сиб. ун-та потребит. кооп. – 2012. – № 2. – С. 78–82.
3. **Симоменко, В. Н.** Современные проблемы маркетинга / В. Н. Симоменко // Успехи совр. естествознания. – 2019. – № 3. – С. 191–193.
4. **Рекламный** центр Бренд Медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.brandmedia.ru/priceidP_1.html. – Дата доступа: 03.09.2024.
5. **Одинец, Т. А.** Чего следует ожидать обществу от системы маркетинга в современных условиях / Т. А. Одинец, С. А. Томко, Е. А. Рыбакова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 55-летия Сиб. гос. аэрокосм. ун-та им. акад. М. Ф. Решетнева, 6–10 апр. 2015 г., Красноярск : в 2 т. / Сиб. гос. аэрокосм. ун-т им. акад. М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2015. – Т. 2. – С. 325–327.

УДК 659.127.6

В. Л. Кузьменко (vikkuz_20@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Е. Е. Нилова (lenanilova13@mail.ru),
начальник научно-исследовательского отдела
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПОДХОДЫ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ БРЕНДА

Существует множество подходов к определению понятия «бренд». В статье представлены основные подходы к определению понятия «бренд». Авторы рассматривают достоинства и недостатки каждого из предложенных подходов. Выделены основные проблемы идентификации бренда.

Currently, there is no single approach to the definition of the “brand”. In the article, the authors consider the main approaches to the definition of the “brand” concept. The advantages and disadvantages of each of the proposed approaches are considered.

Ключевые слова: маркетинг; бренд; бренд-менеджмент; символ; знак.

Key words: marketing; brand; brand management; symbol; sign.

Определение понятия «бренд» может зависеть от различных подходов и перспектив. Каждый из этих подходов дает уникальную перспективу на определение бренда и его значимость в бизнесе и обществе. Важно понимать, что бренд – это многоаспектное понятие, которое может охватывать различные элементы и влияние в зависимости от контекста. Рассмотрим ключевые подходы к пониманию бренда:

– *Психологический подход.* С этой точки зрения, бренд – это совокупность ощущений, эмоций и восприятий, которые вызывает продукт или компания у потребителей. Ключевыми аспектами здесь являются ассоциации, эмоциональная связь и лояльность клиентов.

– *Социокультурный подход.* Бренд рассматривается как часть культурного контекста, в котором он существует. Это включает ценности, символы и практики, которые бренд олицетворяет, а также его способность отражать и формировать социальные тренды.

– *Экономический подход.* Здесь бренд понимается как актив, имеющий свою стоимость. Бренды могут влиять на долговременные доходы компании, поскольку они могут увеличивать потребительскую преданность и, следовательно, продажи.

– *Стратегический подход.* Бренд рассматривается как элемент бизнес-стратегии компании. Он включает в себя создание долгосрочной ценности, позиционирование на рынке и анализ целевой аудитории.

– *Юридический подход.* В этом контексте бренд может рассматриваться как зарегистрированная торговая марка, защищенная законом. Это включает правообладателя и законные аспекты, касающиеся использования и защиты бренда.

– *Поведенческий подход*. Этот подход акцентирует внимание на поведении потребителей и том, как бренд влияет на принятие решений о покупке. Он включает исследования предпочтений и привычек покупок.

– *Маркетинговый подход*. В маркетинге под брендом понимают название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг в сознании потребителя. Исходя из этого определения понятно, что процесс опознания, идентификации товаров в сознании покупателя происходит преимущественно на эмоциональном уровне. Более детально остановимся на маркетинговом подходе, так как до настоящего времени не сформирован единый подход к установлению основных экономических категорий бренд-менеджмента. С точки зрения маркетинга, также можно выделить несколько основных подходов к определению понятия «бренд».

– *Идентификационный подход*. Бренд рассматривается как средство идентификации товара и его отличия от конкурентных аналогов. Этому подходу придерживаются такие ученые, как Макдональд, В. В. Зотов, Е. П. Голубков. По их мнению, термины «торговая марка» и «бренд» являются синонимами [1].

Данный подход близок к определению бренда, которое дает Американская маркетинговая ассоциация, делающая акцент на идентифицирующих признаках продукта, согласно которым «бренд – это название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров или услуг конкурентов» [2].

Идентификационный подход является узким, поскольку не учитывает потребительского восприятия бренда, не включает добавленные ценности, уникальность которых отличает один бренд от других на содержательном уровне.

– *Перцепционный подход*. В соответствии с данным подходом бренд рассматривается как набор восприятий в воображении потребителя. В научных кругах такого мнения придерживаются П. С. Буш, М. Д. Хьюстон, Ч. Р. Петтис, Е. Рудая, Ч. Р. Петтиса. При этом подходе бренд воспринимается как совокупность устойчивых ассоциаций, которые возникают в восприятии потребителей. Это могут быть ассоциации, связанные с функциональными, эмоциональными и другими выгодами от приобретения бренда [1].

– *Ценностный подход*. Данный подход делает акцент на способности бренда обеспечить товару добавленную ценность. Такой точки зрения придерживаются Ф. Джоунс, Т. Амблер, Э. Акенбаум, К. Бове, М. Шеррингтон, Е.А. Цивин и др. [3].

Ценностный подход лежит в основе теории эмпирического маркетинга. По мнению Б. Шмита, знакомясь с брендом в процессе потребления, человек испытывает определенные переживания, которые порождают «ценности чувственного, эмоционального, поведенческого характера, ценности соотношения, которые противостоят и замещают ценности функциональные» [4]. Недостатком ценностного подхода является отождествление дефиниций «бренд» и «капитал бренда» (brand equity).

– *Преференционный подход*. Последователи данного подхода в качестве основной функции бренда определяют способность формировать предпочтения потребителя. Бренд распознается субъектом по внешним признакам (идентификаторам), в результате чего память субъекта выделяет присущие ему атрибуты. Преференционный подход ориентирован на изучение психологических аспектов восприятия брендов. Его значение заключается в изучении природы потребительских предпочтений и формировании эффективной системы управления ими. В то же время преференционный подход позволяет обнаружить взаимосвязь с долгосрочными целями и экономическими результатами предпринимательской деятельности.

Обязательным условием реализации бренд-ориентированного маркетинга становится высокий уровень качества товаров (слуг). Однако в основе оценки поведения потребителя в процессе выбора бренда доминируют рациональные мотивы, что справедливо для рынков товаров производственного назначения и длительного использования.

Л. Чернатони считает, что бренды персонифицируются, т. е. наделяются человеческими качествами, и у потребителей могут складываться с ними определенные отношения. Выбор конкретного бренда является активным процессом, в котором определяющим выступает проецирование потребителем собственных характеристик на персонифицированные атрибуты бренда. Приобретая брендированные товары, потребитель получает возможность подчеркнуть свой статус, выразить свою индивидуальность. В результате бренд, выступая «в качестве партнера в этом диалоге, позволяет потребителям подтвердить их представления о себе» [4].

Основным недостатком рассмотренных выше подходов является их относительная узость. В тех подходах, где бренд оценивается исключительно с позиции компании, он рассматривается преимущественно как идентификационная система, инструмент снижения рисков, марочный контракт (обещание) или как носитель добавленной ценности. В подходах, где бренд анализируется с позиции потребителя, его содержание интерпретируется как целостный образ в восприятии покупателей, как специфичные взаимоотношения его и покупателей [2].

Сторонники комплексного подхода не единодушны во мнении относительно понятия «бренд». Основная дискуссия касается того, является ли бренд продуктом (услугой) или совокупностью свойств и характеристик. Мы придерживаемся мнения, что под брендом целесообразно подразумевать совокупность свойств и характеристик, единую систему признаков и атрибутов. Такой подход обеспечивает универсальность определения и отражает сущность бренда вне зависимости от его разновидности (товарный, корпоративный, зонтичный).

С точки зрения бизнеса основная задача бренда – создать нематериальную (дополнительную) ценность товару (услуге) и в результате увеличить его стоимость. Бренд позволяет нивелировать значение цены, вывести конкуренцию на качественно новый уровень. Брендинг решает массу маркетинговых задач, которые условно можно разделить на эмоциональные и рациональные. Эмоциональные формируют сильный образ и узнаваемость; создают положительный имидж и доверие со стороны клиентов, партнеров, инвесторов; транслируют ценности, миссию, позиционирование; помогают поддерживать целостность в рекламных коммуникациях; формируют *tone of voice*; укрепляют корпоративную культуру компании. Рациональные помогают выстроить архитектуру бренда, иерархию, направления, категории; собирают в единую визуальную систему товары или услуги компании; упрощают взаимодействие с подрядчиками и предотвращают размывание бренда и его визуальных констант; помогают быстро запускать новые товары или направления, перекладывая на них сформированную лояльность.

Однако при разработке конкретного бренда (услуги) возникает множество проблем с идентификацией, которые существенно влияют на успех компании и ее восприятие на рынке. Вот некоторые из ключевых проблем:

1. Неопределенность и неоднозначность. Если бренд не имеет четко определенной идентичности, это может привести к путанице среди потребителей. Неясная миссия, ценности или уникальное предложение делают его менее привлекательным.

2. Слабое позиционирование. Проблемы с позиционированием могут возникнуть, если бренд не выделяется среди конкурентов или не отвечает ожиданиям целевой аудитории. Это может привести к тому, что потребители не видят реальных преимуществ бренда.

3. Нетворческое или устаревшее представление. Если брендинг становится устаревшим или не обновляется в соответствии с изменяющимися тенденциями, это может снизить привлекательность и актуальность бренда.

4. Непоследовательность в коммуникации. Разные сообщения, используемые на различных платформах или в различных кампаниях, могут привести к несоответствующему восприятию бренда. Последовательность важна для формирования сильной идентичности.

5. Отсутствие эмоциональной связи. Бренды, которые не создают эмоциональную связь с потребителями, могут столкнуться с трудностями в привлечении и удержании клиентов.

6. Культурные и социальные барьеры. Проблемы могут возникать из-за неправильного восприятия бренда в разных культурах или социальных группах. Это может привести к недовольству и потере клиентов.

7. Репутационные риски. Негативные события или скандалы могут сильно повлиять на идентичность бренда. Если кризис не будет эффективно управляться, это может подорвать доверие потребителей.

8. Низкое вовлечение сотрудников. Если сотрудники не понимают и не разделяют ценности бренда, они могут не представлять его должным образом, что также влияет на восприятие внешней аудитории.

9. Проблемы с обновлением. Со временем компании могут столкнуться с необходимостью обновления своей идентификации, что может вызывать трудности, если старые ассоциации сильно укоренились в сознании потребителей.

10. Различия в целевых аудиториях. Каждая аудитория может по-разному воспринимать один и тот же бренд. Непонимание разнообразия целевых групп может привести к тому, что бренд не будет эффективно взаимодействовать с различными сегментами рынка.

Решение этих проблем требует глубокого анализа, стратегического планирования и последовательного подхода к построению и поддержанию идентичности бренда.

Список использованной литературы

1. **Голубков, Е. П.** О некоторых понятиях и терминологии маркетинга / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 5. – С. 3–21.
2. **Старов, С. А.** Развитие понятия «бренд»: методологические аспекты (часть 1) / С. А. Старов // Бренд-менеджмент. – 2008. – № 5 (42). – С. 266–274.
3. **Скоробогатых, И. И.** Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки / И. И. Скоробогатых, Д. А. Чиняева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 5. – С. 32–43.
4. **Бове, К.** Современная реклама : [пер. с англ.] / К. Бове, У. Аренс. – Тольятти : Довгань, 1995. – 661 с.

УДК 659.181(09)

О. С. Леонович (Po4tovka@list.ru),

преподаватель

Международный университет «МИТСО»
г. Минск, Республика Беларусь

ИСТОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Статья посвящена эволюции основных средств социальной рекламы, влияния социальной рекламы на общество, причины ее эффективности. Автор уделяет особое внимание актуальности социальной рекламы, подчеркивая то, что социальная реклама является спутником жизни современного человека, оказывая влияние как на индивидуум, так и на общество в целом. В статье также рассмотрены механизмы создания и виды социальной рекламы в современном мире.

The article is devoted to the evolution of the main means of public service advertising, the influence of public service advertising on society, the reasons for its effectiveness. The author pays special attention to the relevance of public service advertising, emphasizing that public service advertising is a companion of modern man's life, influencing both the individual and society as a whole. The article also examines the mechanisms of creation and types of public service advertising in the modern world.

Ключевые слова: реклама; социальная реклама; история социальной рекламы.

Key words: advertising; public service advertising; history of public service advertising.

Каждый день мы сталкиваемся с рекламой в ее различных видах и формах. В современном обществе рекламному бизнесу уделяется большое внимание. Этот бизнес занимает одну из лидирующих позиций как за рубежом, так и на белорусской арене. Грамотно составленная реклама, привлекающая внимание человека и оставляющая след в его памяти, является мощным средством воздействия на его психологические особенности.

Достаточно недавно на информационной арене нашей страны появился новый вид рекламы, направленный на «воспитание» людей. Все чаще и чаще мы наблюдаем мотивационные потоки информации, связанные с ведением здорового образа жизни, уважением к старшим, позитивным отношением к государству, незагрязнением окружающей среды и т. д. Информация подобного плана встречается везде: на улицах, по телевидению, в общественном транспорте. Данное направление носит название «социальная реклама» [1, с. 54].

История социальной рекламы началась сравнительно недавно, в начале XX в. Появление гражданского общества и предоставление прав человеку способствовали появлению социальной рекламы. Власти хотели наладить связь с населением, используя информацию социального характера; эта потребность удовлетворялась с помощью социальной рекламы, которая, как считалось, способна влиять на поведение граждан.

Религиозные воззрения, определявшие представления о нравственных качествах, таких как добро и зло, стали основой дореволюционного общества. В советском обществе, которому были свойственны атеистические черты, зародилась коммунистическая мораль. Социальная реклама была чем-то новым и неизведанным, она олицетворяла явление перехода к новой жизни, поэтому такая замена была крайне необходима. Добродетель должна была быть классовым фанатизмом, счастье – самоотречением во имя идей коммунизма, аскетизм – жертвованием личного счастья ради общего блага.

Первые неправительственные объявления, которые можно было бы считать социальной рекламой, появились после начала XX в. В начале 1900-х гг. газеты бесплатно публиковали рекламу, чтобы драматизировать вопиющие случаи детского труда.

Национальный комитет по детскому труду в США возглавлял Феликс Адлер, один из первых лидеров социального обеспечения, который объединил свой совет директоров с издателями газет, которые поддерживали его дело. Так родился, возможно, первый пример совместного брендинга в средствах массовой информации.

Когда в 1917 г. США вступили в Первую мировую войну, был создан Федеральный комитет общественной информации (далее – Комитет) для поощрения общественной поддержки и драматизации причин, по которым «мы сражаемся». В рамках Комитета художник Чарльз Дана Гибсон сформировал отдел иллюстрированной рекламы, который привлек ведущих иллюстраторов того времени для создания плакатов, призванных поддержать войну. Джеймс Монтгомери Флаг получил задание создать плакат «Дядя Сэм нуждается в тебе», который, возможно, является одним из самых известных и знаковых плакатов всех времен. Сотни других плакатов, которые стали частью национальной памяти, были созданы этой группой. Вся работа была выполнена бесплатно, включая дизайн, печать и размещение.

Социальная реклама также сыграла важную роль во Второй мировой войне и стала более формализованной. Радиовещатели и рекламные агентства предложили свои навыки и возможности в поддержку военных действий, что привело к созданию Совета по военной рекламе, который стал официальным пропагандистским подразделением Управления военной информации на внутреннем фронте. Печатная, наружная реклама и особенно радио стали носителями таких сообщений, как «Болтливые губы топят корабли», «Продолжают катиться» и других сообщений в поддержку покупки военных облигаций.

В одной из самых масштабных военных кампаний клепальщица Роза заявила: «Мы можем это сделать!» Она стала иконой Америки военного времени для женщин, готовых засучить рукава и работать на фабриках в рамках военных усилий. Когда трудоспособные мужчины уходили на войну, шесть миллионов женщин вышли на работу, чтобы заменить мужчин и помочь в производстве военной техники. Другая военная кампания «Остерегайтесь неосторожных разговоров» призывала американцев молчать об информации, которая могла бы быть полезной, если бы ее услышал враг. В то время, когда японские и немецкие подводные лодки патрулировали побережье США, существовала огромная потребность в секретности относительно маневров военно-морских сил, перемещений войск и других военных вопросов.

В начальный период советской власти основным средством информации в социальной рекламе были плакаты. Такая форма подачи информации была чрезвычайно разнообразной. Плакаты способствовали изменению общественного сознания. Яркие и красочные, напоминающие или призывающие к действию, иногда даже несколько агрессивные, они были полны вопросительных и побудительных предложений. В целом вся социальная реклама советского периода была яркой и запоминающейся. Слоганы, которые использовались в социальной рекламе, превратились в «броские фразы», некоторые из которых используются в речи и по сегодняшний день. Основной целью социальной рекламы является изменение сознания общественности. В советское время власть стремилась привить обществу «правильные» взгляды, «поощрить» его к смелым действиям, нужным обществу, например к переселению на неосвоенные земли. Переход всех уровней власти на военный режим в начале Великой Отечественной войны означал существенную переориентацию основных коммуникативных и идеологических процессов, в том числе социальной рекламы. Вся социальная реклама того времени была подчинена военной тематике [2].

В этот период рекламно-агитационная работа была организована тремя ведущими учреждениями:

1. Совинформбюро (Советское информационное бюро) (1941–1961) – информационно-пропагандистское ведомство в СССР, образованное при СНК СССР 24 июня 1941 г. В политико-идеологическом отношении оно было подчинено непосредственно ЦК ВКП(б). Основная задача Совинформбюро заключалась в составлении сводок для радио, газет и журналов о положении на фронтах, работе тыла, о партизанском движении во время Великой Отечественной войны.

2. Издательство «Искусство» Государственного комитета Совета Министров СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли, выпускающее литературу по эстетике, истории и теории изобразительного искусства и архитектуры, театра и драматургии, кино и фотографии, радио и телевидению, литературу для художественной самодеятельности и альбомы.

Создано в 1938 г. на базе издательств «Изогиз» (основано в 1930 г.) и «Искусство» (основано в 1935 г.).

3. «Главное политическое управление Красной Армии» – центральный военно-политический орган, осуществлявший партийно-политическую работу в вооруженных силах РСФСР и СССР, основан в 1919 г.

Основные рекламные носители:

– радиопередачи: «Слушай фронт», «Никакой пощады предателям», «Проклятие и смерть оккупантам!» и т. д. ;

– плакаты (деятельность творческих коллективов «Кукрыниксы», «Окна ТАСС»);

– листовки.

Проблематика агитационно-просветительной работы, которая активно продвигалась в массы в предвоенный период, после войны снова оказалась востребована. Подготовка к VI Всемирному фестивалю молодежи и студентов, проходившему в Москве летом 1957 г. у многих художников-плакатистов открыла второе дыхание. Наряду с большим числом однотипно трафаретных плакатных публикаций, прославляющих коммунистическое будущее страны, появляются талантливые работы, призывающие к миру и дружбе со странами и народами всех континентов. Идею вовлечения советского общества в борьбу за мир во всем мире являлось одной из граней социальной работы и социальной рекламы в этот период. Наиболее удачным воплощением идеи мира стал плакат Н. Чарухина «Пусть всегда будет небо».

В 60-е гг. XX в. тема борьбы за мир после полета Ю. Гагарина в космос стала тесно переплетаться с идеей мирного освоения космического пространства. Центральное место данной проблематики в агитационно-рекламной плакатной продукции сохранялось до конца 80-х гг. Можно сказать, что в этой связи нещадно эксплуатировался образ первого космонавта. Облик Ю. А. Гагарина присутствует в десятках сюжетов различных авторов, отражающих космические успехи страны.

XXII Международные Олимпийские игры также проходили под девизом «Спорт – посол мира. Пусть победит дружба». Это событие вызвало к жизни много заметных изобразительных публикаций.

На всех этапах своего развития некоммерческая реклама приобретала все больший авторитет. Сегодня к социальной рекламе прибегают различные организации. Широкий спектр некоммерческих рекламных носителей делает его доступным как небольшим организациям, так и крупным корпорациям. В зависимости от целевой аудитории и бюджета кампании выбрать способ распространения достаточно просто.

Таким образом, из истории развития социальной рекламы мы можем заметить, что независимо от времени и условий развития данного направления всегда социальная реклама тесно связана с процессами, происходящими в обществе. Более того, художественно-композиционные средства также в определенной степени детерминированы общественно-политической ситуацией в тот или иной период.

Список использованной литературы

1. **Голуб, О. Ю.** Социальная реклама : учеб. пособие / О. Ю. Голуб. – М. : Дашков и К^о : Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 178 с.

2. **Маяковский, В. В.** Агитация и реклама [Электронный ресурс] / В. В. Маяковский // Владимир Маяковский. – Режим доступа: <http://v-v-mayakovsky.ru/books/item/f00/s00/z0000011/st053.shtml>. – Дата доступа: 25.09.2024.

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

Сформированные этические аспекты маркетинга и рекламы представляют собой предложения и рекомендации, которые позволят выйти рекламной и маркетинговой деятельности на новый уровень осуществления мероприятий по разработке и продвижению маркетинговых мероприятий, повысить эффективность и качество рекламной деятельности, повысить лояльность потребителей за счет рациональных рекламных кампаний. Такие трансформационные процессы являются основой развития бизнеса и экономики в целом, потому что касаются всех отраслей хозяйствования и используются в деятельности предприятий, организаций и учреждений всех форм собственности.

В ходе исследования были определены факторы развития информационных технологий и интернета, маркетинга и рекламы, которые стали еще более мощными инструментами воздействия на общество.

Также уточнено, что исследование и обсуждение этических аспектов маркетинга и рекламы становится необходимым для бизнеса, общества и потребителей в условиях постоянно меняющегося рынка и цифровой трансформации и сформулированы мероприятия по реализации этических аспектов маркетинга и рекламы.

The formed ethical aspects of marketing and advertising are suggestions and recommendations that will allow advertising and marketing activities to reach a new level of implementation of measures for the development and promotion of marketing activities, increase the effectiveness and quality of advertising activities, increase consumer loyalty through rational advertising campaigns. Such transformational processes are the basis for the development of business and the economy as a whole, because they relate to all sectors of business and are used in the activities of enterprises, organizations and institutions of all forms of ownership.

The study identified the factors of the development of information technology and the Internet, marketing and advertising, which have become even more powerful tools for influencing society.

It is also clarified that research and discussion of the ethical aspects of marketing and advertising is becoming necessary for business, society and consumers in an ever-changing market and digital transformation, and measures are formulated to implement the ethical aspects of marketing and advertising.

Ключевые слова: этические аспекты; маркетинг; реклама; потребители; этические стандарты; социальные медиа; коммуникации.

Key words: ethical aspects; marketing; advertising; consumers; ethical standards; social media; communications.

Маркетинг и реклама играют ключевую роль в современном бизнесе, влияя на потребительское поведение, формируя общественное мнение и определяя успех компаний. Однако с ростом влияния этих инструментов возрастает их этическая значимость.

В мире, где конкуренция и стремление к привлечению внимания потребителей достигают своего пика, вопросы этики в маркетинге становятся все более актуальными. Эффективные рекламные кампании могут воздействовать на массы, но в то же время могут возникать моральные дилеммы, связанные с использованием манипулятивных приемов или недостоверной информации. В данном контексте необходимо исследовать различные аспекты этики в маркетинге, а также рассмотреть последствия неэтичного поведения для бренда, потребителей и общества в целом.

С развитием информационных технологий и интернета, маркетинг и реклама стали еще более мощными инструментами воздействия на общество. Однако зачастую использование этих инструментов сопровождается недобросовестными практиками, нарушающими этические нормы. Например, манипулятивные приемы, ложная реклама, нарушение конфиденциальности данных клиентов – это лишь некоторые из проблем, с которыми сталкиваются потребители и общество в целом [1].

Актуальность данной темы обусловлена рядом факторов, среди которых:

– Повышенное внимание общественности – современные потребители становятся все более осведомленными и критическими по отношению к маркетинговым сообщениям. Они оценивают не только качество продукта или услуги, но и этичность рекламной кампании. Неэтичные практики могут привести к негативному восприятию бренда и даже к потере клиентов.

– Законодательство и нормативные акты – во многих странах существуют законы и нормы, регулирующие содержание и методы маркетинга и рекламы. Нарушение этических стан-

дартов может привести к юридическим последствиям, включая штрафы и ущерб репутации компании.

– Развитие социальных медиа – социальные сети предоставляют компаниям возможность достичь широкой аудитории, однако они также открывают двери для распространения неэтичной информации и манипуляций. Фальшивые отзывы, скрытая реклама и другие недобросовестные практики могут быстро распространяться в онлайн-среде.

– Рост интереса к устойчивому бизнесу – стремление к устойчивому развитию и ответственному потребительству заставляет компании обращать внимание на этические аспекты своей деятельности, включая маркетинг и рекламу. Потребители все чаще выбирают продукты и услуги, производимые и рекламируемые с учетом принципов этики и устойчивости.

Исследование и обсуждение этических аспектов маркетинга и рекламы становится необходимым для бизнеса, общества и потребителей в условиях постоянно меняющегося рынка и цифровой трансформации [2].

Основная часть организации мероприятий в плане реализации этических аспектов маркетинга и рекламы может быть организована следующим образом:

– Определение этики в маркетинге и рекламе. Начните с четкого определения основных понятий, таких как этика, мораль, маркетинг и реклама. Объясните, что означает этика в контексте маркетинга и рекламы и как она отличается от других аспектов бизнеса.

– Этические принципы в маркетинге и рекламе. Рассмотрите основные этические принципы, которые должны руководить деятельностью компаний в области маркетинга и рекламы. Это может включать принципы искренности, уважения к потребителям, справедливости, прозрачности и ответственности.

– Этические дилеммы в маркетинге и рекламе. Обсудите типичные сценарии и дилеммы, с которыми сталкиваются маркетологи и рекламисты при разработке и распространении рекламных кампаний. Это может включать в себя вопросы об искажении информации, использовании манипулятивных приемов, стереотипах, конфликте интересов и др.

– Искажение информации. Например, представление продукта или услуги в более выгодном свете, чем это соответствует действительности. Классическим примером является использование фотопшопа в рекламных изображениях для создания нереалистичных ожиданий у потребителей.

– Манипулятивные приемы. Это может включать в себя использование психологических триггеров или эмоциональных манипуляций для убеждения потребителей совершить покупку, например создание чувства необходимости или страха упущенной выгоды.

– Последствия неэтичного поведения. Проанализируйте негативные последствия, которые могут возникнуть в результате неэтичного поведения в маркетинге и рекламе. Это может включать утрату доверия потребителей, юридические последствия, ущерб репутации бренда и потерю рыночной доли.

– Потеря доверия потребителей. Когда потребители обнаруживают, что были обмануты или обмануты в рекламе, это может привести к потере доверия к бренду и оттоку клиентов. Например, скандал с компанией Volkswagen, когда они признались в манипуляции тестами на выбросы вредных веществ.

– Юридические последствия. Неэтичные практики могут привести к судебным разбирательствам, штрафам и уплате компенсации пострадавшим сторонам. Например, компания Johnson & Johnson была подвергнута многомиллионным искам из-за скрывания информации о вреде их продуктов.

– Стратегии соблюдения этических стандартов. Предложите конкретные стратегии и методы, которые компании могут использовать для обеспечения соблюдения этических стандартов в маркетинге и рекламе. Это может включать разработку этических кодексов, обучение персонала, внедрение систем контроля и отчетности.

– Роль общественных организаций и регулирующих органов. Обсудите роль общественных организаций, государственных институтов и регулирующих органов в контроле за соблюдением этических стандартов в маркетинге и рекламе.

Это может включать рассмотрение законодательства, нормативных актов, а также действий неправительственных организаций и общественных движений [3].

Каждый из сформированных разделов позволит подробно рассмотреть различные аспекты этики в маркетинге и рекламе, обеспечивая глубокое понимание темы:

1. Манипулятивные методы в маркетинге. Анализ различных приемов манипуляции сознанием потребителей, таких как использование страха, создание искусственной необходимости или обещание быстрой удовлетворенности.

2. Ложная реклама. Рассмотрение случаев лживой или манипулятивной рекламы, которая создает неверные ожидания у потребителей и нарушает их права.

3. Конфиденциальность данных. Оценка роли маркетинга в сборе и использовании персональных данных, а также вопросов приватности и безопасности потребителей.

4. Социальная ответственность. Значение этической составляющей в маркетинговых стратегиях компаний и их влияние на формирование положительного имиджа бренда [4].

Этические аспекты в рекламе и связях с общественностью являются важными для создания долгосрочных и позитивных отношений с клиентами и общественностью в целом. Понимание этих проблем и поиск эффективных решений помогают компаниям преодолеть негативные аспекты и строить более ответственный и честный бизнес. Прозрачность, уважение к клиентам и соблюдение законов – основа успешной этической практики в мире рекламы и связей с общественностью [5].

Маркетинговая деятельность в целом осуществляется на основе классических подходов, которые формируют научно-методологическую базу маркетинга, и в научных исследованиях решаются дискуссионные вопросы относительно разработки и внедрения новых подходов, которые будут повышать качество и эффективность маркетинговой деятельности. К классическим подходам организации маркетинговой деятельности относятся концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и концепция социально-этичного маркетинга.

Сформированные классические подходы прошли достаточно долгий период эволюции и становления, и происходили трансформации в системе концептуального моделирования на протяжении почти 60 лет, что свидетельствует о том, что экономическая категория маркетинга достаточно многогранная и многофункциональная, и в настоящее время проведение научных исследований относительно специфики и особенностей организации маркетинга актуальны и целесообразны [6].

Сформированные этические аспекты маркетинга и рекламы представляют собой предложения и рекомендации, которые позволят выйти рекламной и маркетинговой деятельности на новый уровень осуществления мероприятий по разработке и продвижению маркетинговых мероприятий, повысить эффективность и качество рекламной деятельности, повысить лояльность потребителей за счет рациональных рекламных кампаний. Такие трансформационные процессы являются основой развития бизнеса и экономики в целом, потому что касаются всех отраслей хозяйствования и используются в деятельности предприятий, организаций и учреждений всех форм собственности.

В ходе исследования были определены факторы развития информационных технологий и интернета, маркетинга и рекламы, которые стали еще более мощными инструментами воздействия на общество.

Также уточнено, что исследование и обсуждение этических аспектов маркетинга и рекламы становится необходимым для бизнеса, общества и потребителей в условиях постоянно меняющегося рынка и цифровой трансформации и сформулированы мероприятия по реализации этических аспектов маркетинга и рекламы.

Список использованной литературы

1. **Solomon, M. R.** Consumer behavior: Buying, having, and being / M. R. Solomon // Pearson Education. – 2009. – № 47 (5). – P. 845–848.

2. **Beltramini, R. F.** Ethical issues in advertising: Perceived effectiveness versus perceived ethics / R. F. Beltramini, R. A. Peterson // J. of Business Ethics. – 2013. – № 12 (3). – P. 213–222.

3. **Smith, N. C.** Ethics and target marketing: The role of product harm and consumer vulnerability / N. C. Smith, E. Cooper-Martin // J. of Marketing. – 2019. – № 66 (3). – P. 79–97.

4. **Tsaliki, L.** Marketing ethics: A review of the principles / L. Tsaliki, D. Koulouriotis, K. Antoniadis // Intern. J. of Economic Sciences. – 2017. – № 6 (3). – P. 151–163.

5. **Ипатова, Н. В.** Этические аспекты в рекламе и связях с общественностью: проблемы и решения / Н. В. Ипатова // Молодой ученый. – 2023. – № 30 (477). – С. 63–65.

6. **Аблизова, Т. Г.** Экономические, философские, социальные и иные основы управления / Т. Г. Аблизова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2012. – № 3 (257), вып. 7. – С. 102–108.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА

В настоящее время в условиях быстрого развития цифровой экономики руководство ряда организаций в практической работе применяет современные технологии маркетинговых исследований, так как они по сравнению с традиционными методами являются более перспективными. Доступность цифровых технологий для все большего количества организаций дает принципиально новые возможности для сбора и анализа информации о рынках и потребителях, осуществления маркетинговых коммуникаций с потребителем на всех стадиях процесса покупки, формирования осведомленности о бренде и лояльности.

Currently, in the context of the rapid development of the digital economy, the management of a number of organizations uses modern marketing research technologies in their practical work, since they are more promising than traditional methods. The availability of digital technologies for an increasing number of organizations provides fundamentally new opportunities for collecting and analyzing information about markets and consumers, conducting marketing communications with consumers at all stages of the purchase process, and building brand awareness and loyalty.

Ключевые слова: цифровизация; цифровое общество; маркетинговые исследования; информационно-коммуникационные технологии; маркетинговая деятельность.

Key words: digitalization; digital society; marketing research; information and communication technologies; marketing activities.

В настоящее время важным стратегическим направлением развития общества является его цифровая трансформация, затрагивающая государственное управление, экономику и социальную сферу. Внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) во все сферы жизнедеятельности обусловило появление нового типа общественных отношений, выразившихся в становлении информационного общества. Современная деятельность государства, общества и человека осуществляется с использованием цифровых технологий. Трансформируются устоявшиеся бизнес-процессы под потребности цифрового общества, что способствует появлению новых инновационных форм развития.

Цифровая экономика становится важным компонентом экономики стран и регионов, изменяя качество жизни населения и систему государственного управления. Это обеспечивает экономический рост страны путем появления новых рабочих мест, повышения качества жизни и обслуживания населения, притока инвестиций, стимулирования инноваций. В целом быстрое развитие ИКТ трансформирует традиционные секторы экономики и создает новые возможности для роста и инноваций.

Сегодня весьма актуальны вопросы влияния цифровизации на развитие государства. Так, во многих странах активно реализуются программы цифровой трансформации, определяющие перспективные направления, планы и ресурсный потенциал для осуществления деятельности в цифровой среде и обеспечения лидирующих позиций в новых условиях развития общества.

Повышенное внимание к процессу цифровизации и цифровой экономике вызвано внедрением интернета во все сферы жизнедеятельности человека, трансформацией отношений, развитием информационных технологий и инновационных разработок. Важность изучения вопроса обусловлена активной политикой Правительства Республики Беларусь в сфере информатизации, а именно введением в действие Закона Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» (от 10 ноября 2008 г. № 455-3), Указа Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах информатизации» (подписан 2 декабря 2013 г. № 531), Указа Президента Республики Беларусь «О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 годы» (подписан 7 мая 2020 г. № 156), Декрета Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» (принят

21 декабря 2017 г. № 8), постановления правительства о мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь «Об органе государственного управления в сфере цифрового развития и вопросах информатизации» (принято 21 апреля 2023 г. № 280), Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы (утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь 2 февраля 2021 г. № 66), Указа Президента Республики Беларусь от 29 ноября 2023 г. № 381 «О цифровом развитии».

Для нашей страны выраженным стимулом развития цифровизации выступает стремление занять лидирующие позиции в мире в сфере разработки и внедрения новейших информационных технологий в экономическую и социальную жизнь страны, что обеспечит экономический рост и повышение качества жизни населения.

Цифровизация представляет собой процесс перехода на цифровые технологии, которые распространяются на все сферы жизни общества, благодаря чему появляется возможность использования новейших технологий для эффективного выполнения операций и действий, осуществление которых ранее не представлялось возможным.

Цифровизация за счет своевременной и быстрой обработки больших объемов данных, представленных в цифровом виде, способствует снижению расходов на осуществление бизнес-процессов, увеличивает скорость документооборота, обеспечивает защиту информации, ее представление в доступном для пользователя цифровом виде, способствует повышению товарооборачиваемости товаров, развитию производства и сферы услуг.

Важнейшим свойством цифровизации является исследование социальной жизни людей с использованием возможностей информационных технологий. Так, исследуется то, каким образом происходит информационный обмен между людьми, как меняются социальные привычки населения, каким образом трансформируется его досуг, занятость и др. Таким образом, цифровые технологии исследуют новые социальные связи и отношения, которые становятся «социальным фактом».

Цифровые медиа становятся средой для осуществления социальных взаимодействий, функционирования различных социальных структур. При этом, цифровая трансформация социума подвержена дальнейшему развитию благодаря возможностям искусственного интеллекта, интернета вещей, облачных вычислений.

Цифровое общество представляет собой общество, инфраструктура которого функционирует с помощью цифровых технологий, а сетевые структуры и платформы выступают базовой формой организации и социального взаимодействия. В качестве цифровых технологий выступают технологии больших данных и искусственного интеллекта, облачные вычисления, алгоритмы и алгоритмические системы и др.

Яркими примерами цифровизации хозяйственной деятельности выступают быстрый доступ в интернет, наличие электронных хранилищ большого объема информации, взаимодействие локальных и глобальных сетей, использование современных программных продуктов для ускорения документооборота, активное использование социальных сетей в бизнес-деятельности, формирование клиентоориентированного подхода во взаимодействии с потребителями, изучение отдельных бизнес-процессов на базе единой цифровой платформы и пр.

Есть ряд задач, которые предстоит решить для более полного и успешного внедрения цифровых технологий: повышение качества образования в области информационных технологий, развитие системы защиты персональных данных, увеличение доступности цифровых услуг для населения, а также развитие цифровых инноваций.

Под термином ИКТ понимается совокупность методов, процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации. Соответственно, ИКТ обладают на базе компьютерной техники не только комплексом программно-аппаратных средств и устройств, но еще и современными средствами и системами информационного обмена.

Таким образом, ИКТ – технологии, использующие средства микроэлектроники для поиска, сбора, обработки, хранения, передачи и предоставления данных, текстов, образа, звуков.

Республика Беларусь активно развивает информационную инфраструктуру. Один из приоритетов устойчивого развития страны – цифровая трансформация экономики и широкое распространение инноваций. Беларусь входит в состав экономик мира с высокой динамикой роста показателей ИКТ, занимая в 2023 г. 51-ю позицию среди 169 стран мира в международном рейтинге по уровню индекса развития ИКТ, и характеризуется не только технически развитой современной информационно-коммуникационной инфраструктурой и высоким уровнем подго-

товки специалистов, но и тем, как эта инфраструктура используется обществом, бизнесом и государством.

К настоящему времени Республикой Беларусь достигнут значительный прогресс в цифровой сфере. Созданы развитая и соответствующая мировым стандартам сеть передачи данных, надежные центры их хранения и обработки, механизмы идентификации, системы онлайн-платежей, современные электронные сервисы и средства защиты информации. Созданный в стране в 2005 г. Парк высоких технологий является ведущим IT-кластером, предлагающим лучшие условия для открытия, ведения и развития бизнеса.

В 2023 г. Республика Беларусь заняла 70-е место в мировом рейтинге стран по индексу качества жизни в цифровом формате (2023 Digital Quality of Life Index), оказавшись между Арменией и Киргизстаном. Всего в рейтинге рассматривалась 121 страна. При этом в субиндексе доступности интернета Республика Беларусь заняла 37-е место, в субиндексе качества интернета – 71-е, в субиндексе онлайн-инфраструктуры – 62-е, в субиндексе электронной безопасности – 76-е, а в субиндексе электронного правительства – 86-е место.

Первое место в индексе цифрового качества жизни 2023 г. заняла Франция, отгнав второе место Финляндию. Дания, Германия и Люксембург замкнули пятерку лидеров индекса. Также в топ-10 вошли Испания, Эстония, Австрия, Швейцария, Сингапур. США заняли 19-е место в рейтинге, Китай – 44-е, Россия – 53-е место. Таджикистан, Эфиопия, Мозамбик, Конго и Йемен показали невысокие результаты и вошли в пятерку стран последних по рейтингу цифрового качества жизни.

Согласно «Глобальному инновационному индексу – 2023», опубликованному Всемирной организацией интеллектуальной собственности, Республика Беларусь заняла 22-е место среди 132 государств по показателю «Доступ к ИКТ»; 28-е место по показателю «Использование ИКТ», по показателю «Экспорт ИКТ-услуг» (телекоммуникационных, компьютерных и информационных) в общем объеме внешней торговли страна находится на 10-м месте в мире.

В настоящее время в качестве инструментов ИКТ в цифровой экономике активно используются интернет-торговля, мобильный и интернет-банкинг, онлайн-услуги и электронные платежи.

Так, анализ показал, что доля организаций, использовавших интернет, в общем числе обследованных организаций в 2022 г. составила 98,8%. 71,6% организаций имели веб-сайт. Услугами электронной почты пользовались 98,8% организаций. 86,6% организаций используют интернет для взаимодействия с поставщиками и 76,7 – для взаимодействия с потребителями.

Доля организаций, осуществляющих электронные продажи, в 2022 г. составила 38,2% к общему числу организаций. Услугами электронных закупок товаров воспользовались 59,8% общего числа организаций.

Ежегодно в Республике Беларусь проводится выборочное обследование населения по вопросам использования ИКТ. Так, в 2022 г. 89,5% населения явилось интернет-пользователями. 49,8% населения использовали интернет для осуществления финансовых операций. Высок процент обеспеченности населения стационарными и мобильными телефонами (86,0 и 99,2% соответственно) [1].

Таким образом, ИКТ является важным инструментом проникновения цифровизации в хозяйственную деятельность организаций и в повседневную жизнь населения; способен повлиять на экономический рост и повышение качества жизни; стать ключевым фактором инновационного развития страны. В этом контексте представляется важным содействовать его максимальному развитию и использованию.

Проникновение информационных технологий в сферу социально-экономических отношений и фактически «диджитализация общества», определяют необходимость получения, аккумулирования и анализа существенного и все более возрастающего объема маркетинговых данных в процессе рыночного управления организациями. Глобальные и информационные социальные сети, системы электронной коммерции, мобильные средства коммуникации формируют новую информационную инфраструктуру рынка, насыщенную персонифицированной маркетинговой информацией о каждом человеке. Объем маркетинговых данных, необходимых для принятия управленческих решений в быстроменяющейся и конкурентной рыночной среде, увеличиваются в геометрической прогрессии и требуют новых технологических решений для ее обработки.

Широкое использование ИКТ является актуальной задачей в сфере маркетинга и маркетинговых исследований. Так, например, цифровизация позволяет производителям самостоятельно, без привлечения торговых посредников, организовать в сети интернет продажу произ-

водимого продукта; расширять круг целевых сегментов потребителей; изучать потребителей своего продукта; продвигать бренд; быстрее реагировать на рыночные изменения. Потребители, в свою очередь, имеют возможность выбора и покупки продукта «не выходя из дома»; участия в удобных для них маркетинговых коммуникациях через разные digital-каналы; быть задействованными в разработку идей новых продуктов и проектов.

Актуальность вопросов, касающихся проведения маркетинговых исследований в сети интернет, разработка и усиление соответствующего методического аппарата не вызывает сомнений. Ведь сегодня ИКТ – уникальный массив, открывающий широкие возможности для проведения маркетинговых исследований и принятия на их основе маркетинговых решений. Системность маркетинговых исследований является базой информационного обеспечения организации.

Мировой рынок маркетинговых исследований бурно растет. По данным European Society of Marketing Research Professionals (ESOMAR), только за последние 20 лет прошлого века он вырос почти в 150 раз. Продолжается этот рост и сегодня.

Так, в Беларуси за последние 20 лет работы РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» выполнено свыше 10 000 маркетинговых исследований, в том числе рынков стран СНГ, Европы, Азии, Америки, Африки. Порядка 40% организаций Республики Беларусь на постоянной основе используют CRM, таргетинг, SMM, контекстную рекламу, SEO.

Научно-технический прогресс обеспечил переход от экономики знаний к информационной экономике. Во всем мире зарождение новых научных направлений во многом связано с синтезом существующих наук. Не случайно заговорили, что в маркетинговых исследованиях статистический анализ нужно обобщить до уровня стандартизации анализа, который достигнут в технических науках.

Практика отечественного бизнеса показала, что в настоящее время руководство ряда организаций активно использует современные методы маркетинговых исследований, базирующиеся на использовании информационных технологий, поскольку они являются более перспективными по сравнению с традиционными. Проведенный в глобальной сети конкурентный анализ предоставляемых маркетинговых услуг показал, что реализация товаров с использованием цифровых каналов является более активной и перспективной в обозримом будущем. Поэтому проведение маркетингового исследования эффективности использования современных методов и инструментов продаж и продвижения становится весьма актуальным в условиях новой цифровой среды.

В Республике Беларусь наиболее востребованными в настоящее время являются следующие направления маркетинговых исследований.

Во-первых, пользуется популярностью анализ рынка и его сегментация, так как прежде чем выходить к потребителям с новым продуктом или предложением, нужно понять, как обстоят дела на рынке и какое место занимает на нем организация.

Во-вторых, очень важен классический анализ потребителей, позволяющий разобраться в мотивах, ценностях и установках целевой аудитории.

В-третьих, популярны исследования в области рекламы, в частности, предварительное тестирование рекламных материалов. Это незначительная статья в маркетинговом бюджете компании, позволяющая выявить возможные недочеты в рекламном сообщении.

Зачастую компании, которые проводят мониторинг эффективности рекламы на рынке, отслеживают реакцию не только на свою рекламу, но и на рекламу конкурентов. Это помогает понять, о каких конкурентных предложениях лучше всего осведомлены потребители, какие предложения конкурентов вызвали у них интерес, и оперативно реагировать на эту ситуацию.

У белорусского маркетинга есть большие перспективы развития в области использования новейших технологий и приемов. Ведущие компании используют широкий маркетинговый инструментарий, успешно добиваясь поставленных бизнес-целей и выполняя маркетинг-задачи даже в трудные периоды для рынка.

Представители белорусского бизнеса, специалисты в области маркетинга и рекламы уделяют большое внимание решению и традиционных маркетинговых задач, отмечая важность как стратегических, так и тактических решений, трезво оценивают современное состояние маркетинга в стране, видят перспективы и возможности.

Требования к специалистам в области маркетинга остаются высокими, дополняются новыми компетенциями с учетом современных технологий и рыночных ситуаций, не ограничиваются средой интернет, ориентированы на выстраивание долгосрочных устойчивых позиций компаний.

Рынок маркетинговых исследований в Республике Беларусь еще недостаточно сформирован как с точки зрения спроса, так и с точки зрения предложения. Сегодня есть ряд консалтинговых компаний, которые заявляют в своем портфеле проведение маркетинговых исследований, при этом только часть компаний реально оказывают комплекс услуг в области маркетинговых исследований и могут конкурировать на должном уровне качества. Остальные компании в основном предлагают кабинетные исследования и носят чисто формальный характер.

В настоящее время выделяют следующие причины, обусловившие необходимость проведения маркетинговых исследований в условиях цифровизации общества.

Во-первых, это наличие ряда инвестиционных проектов, реализующихся в Республике Беларусь (техническое перевооружение, модернизация и создание новых производств) и требующих серьезной проработки маркетинговой стратегии проекта, базирующейся на проведении комплексного маркетингового исследования рынка.

Во-вторых, отмечается серьезная конкурентная борьба в условиях рынка покупателя за его отдельные сегменты. Потребителя становится все сложнее привлечь, прибегая только к апелляции цены и качества. На первый план уже выдвигается маркетинговая составляющая продукта, которая начинается с его позиционирования и заканчивается предоставлением спектра дополнительных услуг. Поэтому в практической деятельности используют как количественные, так и качественные методы маркетинговых исследований. При этом, если количественные методы экстраполируют полученные результаты на генеральную совокупность, например опросы, то качественные исследования позволяют заглянуть в суть процесса, его глубинные представления, понять мотивы потребителей, его решения и реакции. Все это весьма актуально при разработке новых товаров, проведении рекламных кампаний, исследовании имиджевой составляющей компаний, фирменной атрибутики, сегментации рынка и выполнении других аналогичных задач.

Как известно, к основным методам маркетинговых исследований относят наблюдение, эксперимент и опрос. С развитием цифровых технологий и появлением большого количества различных онлайн-платформ происходит трансформация основных методов маркетинговых исследований и их переход в цифровую среду. Наиболее востребованными являются инструменты веб-аналитики, из них самые известные это «Гугл Аналитика» (Google Analytics) и «Яндекс.Метрика», которые позволяют собрать подробную информацию о посетителях сайта компании, их предпочтениях, географическое расположение и др. Есть и менее известные инструменты, такие как «АйБиЭм Ватсон Аналитика» (IBM Watson Analytics), которая находит закономерности в данных и выводит результаты в виде различных отчетов, или «Метабаза» (Metabase) – решение, предназначенное не только для анализа данных, но и визуализации полученных результатов.

Опрос аудитории можно проводить с применением таких онлайн-сервисов, как «Хатджар» (Hotjar) и «СюрвейМанки» (SurveyMonkey). Эти сервисы позволяют использовать скрипты вопросов и сразу же анализируют полученные результаты. Данный способ исследования схож с таким классическим методом, как опрос по телефону, однако его ключевое преимущество – это использование новейших цифровых технологий, скорость обработки результатов и автоматизация процессов. Кроме того, при его использовании не задействуются сотрудники компании, что повышает объективность результатов.

В настоящее время широкое распространение получил процесс проведения опросов, использующий различные мессенджеры и социальные сети из-за их доступности и популярности. Наиболее распространенными на белорусском рынке являются социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассики», «Фейсбук»; мессенджеры «Фейсбук мессенджер» (Facebook Messenger), «ВатсАп» (WhatsApp), «Вайбер» (Viber), «Телеграм» (Telegram), «Инстаграм» (Instagram), «ТикТок» (TikTok), WeChat, Signal, Discord и др. [2].

Для стимулирования респондентов используются такие традиционные способы, как выплата денежного или иного материального вознаграждения за участие в опросе.

Среди цифровых методов маркетинговых исследований следует выделить проведение онлайн-фокус-групп, который предполагает дистанционное, углубленное интервью с респондентами. Данный метод эффективен при тестировании различных видов товаров (услуг), изучения имиджа товаров, тестирования рекламы и обеспечивает высокий уровень объективности.

Кроме того, значимыми методами маркетингового исследования компании являются изучение форумов, блогов и телеконференций, важной задачей которых является исследование мнения лидеров.

В рамках метода наблюдения в настоящее время получил широкое развитие такой инструмент, как поиск и анализ отзывов клиентов в коммуникационно-информационной сети интернет. С помощью полученных результатов происходит оптимизация выпуска продукции, совершенствование ассортимента и процесса обслуживания потребителей. При размещении на сайте компании поисковой системы дополнительно можно собирать и анализировать поисковые запросы посетителей сайта. Положительным аспектом является тот факт, что анализ статистики посещений сервера компании не требует активного участия респондентов, но при этом позволяет собирать ценную маркетинговую информацию.

Преимуществом телеконференций является наличие возможности наблюдать за поведением и реакцией респондентов во время коммуникации. При помощи полученных результатов формируется портрет целевого клиента, характеристика которого становится основой для настройки таргетированной рекламы [3].

В последнее время также набирает популярность метод тайного покупателя, который позволяет контролировать качество обслуживания покупателей, работу торгового персонала и т. п.

Список использованной литературы

1. **Информационное** общество в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск : [б. и.], 2023. – 65 с.
2. **Исследования** ученых Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации в условиях цифровизации общества / Е. П. Багрянцева [и др.] // Потребит. кооп. – 2024. – № 1. – С. 20–25.
3. **Новые** парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики : моногр. / под общ. ред. С. В. Карповой. – М : Дашков и К^о, 2020. – 328 с.

УДК 339.138:339.187

И. В. Роздольская (kaf-mm-zav@bukep.ru),
д-р экон. наук, профессор

А. А. Волобуге (mavrick89@mail.ru),
аспирант

Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОДХОДОВ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГА КАК МАРКЕТИНГОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ

В статье рассматриваются креативные маркетинговые технологии как способ увеличения продаж. Выявлено, что при использовании технологий креативного маркетинга возрастает конкурентоспособность организации, достигается значимый рост продаж, создается благоприятная среда взаимодействия с потребителями, повышается степень их лояльности и как следствие укрепляются имиджевые позиции бренда. Творческий подход к реализации технологий креативных маркетинговых инноваций привлекает клиентов, способствует поддержанию интереса к организации, мотивирует к повторным покупкам.

The article discusses creative marketing technologies as a way to increase sales. It has been revealed that when using creative marketing technologies, the competitiveness of the organization increases, a significant increase in sales is achieved, a favorable environment for interaction with consumers is created, the degree of their loyalty increases and, as a result, the brand's image position is strengthened. A creative approach to the implementation of creative marketing innovation technologies attracts customers, helps maintain interest in the organization, and motivates repeat purchases.

Ключевые слова: креативный маркетинг; маркетинговые инновации; геймификация; технологии референтного маркетинга; потребительское поведение; сторителлинг; инфографика; видеоскрайбинг; чат-боты.

Key words: creative marketing; marketing innovations; gamification; referential marketing technologies; consumer behavior; storytelling; infographics; video scribing; chat bots.

В современной бизнес-среде организации, ориентированные на установление и развитие прочных и долговременных взаимоотношений с клиентами на стратегическом уровне, как правило, решают большинство маркетинговых задач используя технологии креативного маркетинга. Востребованность этих технологий объясняется широкой коммуникативной инте-

грацией, а также тем, что они дают возможность виртуализировать бизнес-процессы. Профессиональное использование технологий креативного маркетинга является действенным способом увеличения конкурентоспособности за счет улучшения позиционирования товаров (услуг), достижения роста продаж, создания благоприятной среды взаимодействия с потребителями, повышения степени их лояльности и как следствие укрепления имиджевых позиций бренда на рынке.

Некоторые маркетологи отождествляют креативный маркетинг исключительно с творческим подходом к разработкам способов продвижения продукции на рынке, который на самом деле включает в себя гораздо больше компонентов и смыслов. Прежде всего он функционирует в контексте экономических, психологических, социологических и даже нейрофизиологических рычагов воздействия, которые используют как в отдельности, так и комплексно (на базе инновационного подхода). Кроме того, креативные маркетинговые технологии при многоэтапном конструировании разрабатываются на основании тщательного мониторинга и аналитики с последующим тестированием и внесением необходимых корректировок. На наш взгляд, креативный маркетинг – это оригинальный, неординарный, творческий подход к достижению маркетинговых целей путем реализации технологий маркетинговых инноваций, привлекающий клиентов, способствующий возникновению и поддержанию интереса к организации и ее коммерческим продуктам, а также мотивирующий к повторным покупкам.

Многие задачи креативного маркетинга напрямую связаны с увеличением продаж. В основном они направлены на оперативное репозиционирование продукта (услуги) в соответствии с рыночными изменениями и динамикой внешней среды. Решение этих задач достигается путем использования креативных маркетинговых технологий, которые, с одной стороны, обеспечивают создание нестандартных маркетинговых коммуникаций, а с другой – формируют уникальное предложение товаров (услуг): ценность, оригинальность, ценовая политика [1, с. 81]. Подчеркнем, что креативные технологии маркетинга многочисленны и динамичны. Рассмотрим те из них, которые, на наш взгляд, наиболее актуальны на сегодняшний день для увеличения продаж.

На работу с массовым сознанием путем воздействия на социальную идентификацию потребителей направлены технологии референтного маркетинга. С их помощью возможна организация целенаправленного регулирования потребительского поведения, создание благоприятной контролируемой среды для обмена мнениями и клиентским опытом с целью максимального удовлетворения потребительского спроса и как следствие увеличения продаж. К основным направлениям референтного маркетинга следует отнести: формирование ассоциативности модных тенденций и определенного образа жизни с товарами (услугами) фирмы; использование вербальных и невербальных символов, воздействующих на образ мышления потребителей; размещение в авторитетных источниках информации о преимуществах использования продукции конкретной компании; создание у клиентов ценностно-нормативной системы, связанной с ценностью тех или иных товаров (услуг); регулирование потребительского поведения с помощью трансляции положительных отзывов о предприятии представителями референтных групп и др. В качестве референтов, как правило, выступают авторитетные (формальные и неформальные) лидеры мнения, родственники, друзья, уважаемые коллеги, популярные общественные организации и пр.

При использовании технологий референтного маркетинга важно следовать определенным принципам: не допускать злоупотребления влиянием; не навязывать клиентам ненужные им покупки, увеличивать продажи за счет выявления скрытых потребительских запросов, переводя их в явную форму.

Обратим внимание на использование сторителлинга как технологии креативного маркетинга, заключающаяся в создании и использовании «продающихся» историй о компании, ее товарах (услугах). Наиболее популярные каналы трансляции истории: визуальный, который характеризуется доступностью и простотой размещения информации (статьи в газетах, журналах, интернет-публикации, баннеры, листовки и пр.); разговорный (выступления, клиентские встречи, общение на организованных фирмой мероприятиях и пр.); аудиоканал (аудиозапись короткого монолога с запоминающейся историей, с последующим распространением на интернет-площадках или радиостанциях); цифровой (видео, анимации, интерактивы, видеоигры и пр.). При реализации сторителлинга увеличение продаж происходит за счет донесения до потребителя рекламной информации в формате истории, при этом прямая реклама отсутствует, что повышает степень доверия к полученным сведениям. Также формируется ассоциативный ряд между персонажами, событиями истории и товарами (услугами) фирмы. Подобный формат обще-

ния способствует выстраиванию маркетинговых коммуникаций с клиентами на равных. Важно помнить, что при создании истории нужно составить ее так, чтобы интерес слушателей сохранился на протяжении всего рассказа и ориентироваться на эмоциональный отклик потребителей. Современные маркетинговые исследования доказывают, что сторителлинг «влияет на уровень доверия потенциальных потребителей, вызывая симпатию и интерес к товару и в дальнейшем стимулируя рост его продаж» [2, с. 19].

Важность инфографики как визуализации информации и оперативной и понятной ее трансляции аудитории очевидна. Инфографика в маркетинге используется как для коммуникаций с потребителями, так и для самих маркетологов. В условиях цифровизации компании имеют доступ к колоссальному объему данных, которые могут использовать для повышения прибыли. Их необходимо структурировать для выявления перспективных направлений деятельности. Визуализация данных помогает проследить неочевидные закономерности, ускользающие от внимания при традиционной аналитике. Таким образом, инфографика позволяет более оперативно интерпретировать информационные массивы и принимать продуктивные маркетинговые решения. Наиболее популярные среди маркетологов инструменты инфографики: скетчинг (комбинированные заметки с использованием текста, изображений, схем, графиков и пр.); майндмэппинг (структурирование концептуальных основ с помощью системы разветвления на ключевые элементы), что особенно актуально для digital-маркетологов, занимающихся сегментацией или таргетингом целевых групп потребителей; таймлайн (упорядочение хронологии маркетинговых событий с помощью визуализации) и др.

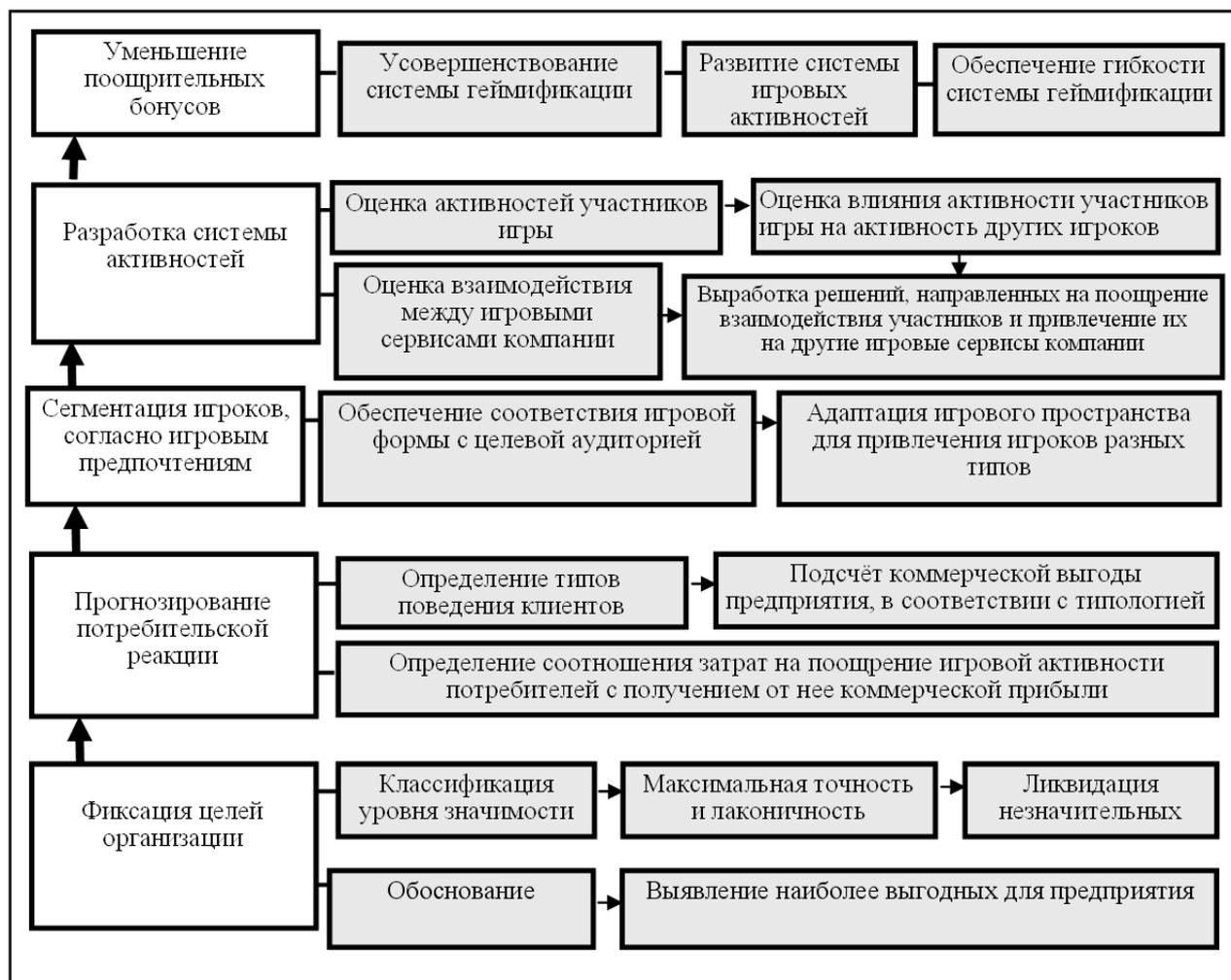
Визуализация информации для клиентов осуществляется с целью предоставить детальную информацию о предприятии и его коммерческих предложениях в доступной и запоминающейся форме. Кроме того, современные интернет-технологии обеспечивают возможность производить с помощью инфографики вирусный эффект на потребителей в цифровом пространстве, что способствует узнаваемости бренда, расширению информированной аудитории, увеличению продаж.

Геймификация как маркетинговая технология, направленная на интерактивное взаимодействие с потребителями посредством вовлечения их в игровое пространство, стимулирует их к покупкам товаров (услуг) фирмы, информирует об обновлениях ассортимента продукции, мотивирует к взаимодействию, привлекает новых клиентов. Данная технология популярна среди крупных компаний, которые могут позволить себе расходы для ее реализации. Она показывает высокую результативность, способствует увеличению продаж и привлечению новых клиентов. При создании модели игры следует учитывать, что ее эффективность пропорциональна возможности ее интеграции в повседневную жизнь клиента. Кроме того, геймификацию целесообразно внедрять поэтапно (рисунок).

Все этапы геймификации необходимо подвергать комплексному осмыслению и на основе аналитики трансформировать в соответствии с интересами фирмы. Для реализации «системы геймификации необходима команда специалистов. В нее должны входить люди, которые ответственны за бизнес-цели проекта, разбираются в психологии команды и потенциальных потребителей, разработчики видеоигр, аналитики и технические специалисты» [3, с. 223].

Видеоскрайбинг – «техника создания видео, в котором рисунки и текст появляются на экране в режиме реального времени. Этот процесс обычно сопровождается голосовым комментарием, который объясняет и разъясняет представленную информацию» [4, с. 360]. В маркетинге видеоскрайбинг применяется с целью разработки легко запоминающегося и интересного для потребителей контента о фирме и ее товарах (услугах). С его помощью привлекают и удерживают внимание клиентов. Как правило, создают яркие креативные проморолики или анимации, адресованные конкретной целевой группе потребителей (в соответствии с маркетинговой задачей), которые акцентируют внимание на преимуществе определенного товара (услуги) компании и мотивируют клиентов совершить покупку. Особое внимание в данном случае нужно уделить композиции, которая в итоге должна сформировать у потребителей «картинку-результат» и закрепить главный посыл сообщения. Для этого ее следует выстраивать иерархично, последовательно и логично, выделяя основные тезисы запоминающимися образами. Видеоскрайбинг выступает как универсальное средство трансляции информации целевой аудитории, так как может быть ориентирован на любые потребительские запросы, оперируя при этом знакомыми образами-клише, что обеспечивает легкое усвоение информации.

Этапы внедрения геймификации



Мгновенные коммуникативные взаимодействия между фирмой и потребителями возможно осуществлять при помощи чат-ботов – нейронных сетей. Функциональный диапазон чат-ботов обширен, обладает преимуществом в области оптимизации процесса продаж [5, с. 184]. Прежде всего, нейронные сети позволяют проводить полноценную аналитику причин покупки и причин отказа потребителя ее совершить. Также с их помощью прогнозируют потребности и изменения рынка. Кроме того, чат-боты, контактируя с покупателями в режиме диалога, сопровождают клиентов на протяжении всего процесса продажи, информируя и оказывая консультационную помощь. Каналы связи для чат-ботов в роли информационных агентов многочисленны. Самые популярные из них веб-сайты, смс-сообщения, социальные сети, мобильные приложения, электронная почта и др. Наиболее известные конструкторы для их создания Botsify, Aimylogic, Manybot, Bot Kits, Chatfuel [1, с. 82]. Использование нейронных сетей во многом способствует поиску и сохранению клиентов в цифровом пространстве, полноценному удовлетворению потребительских запросов и увеличению продаж.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что технологии креативного маркетинга являются действенным способом увеличения конкурентоспособности за счет улучшения позиционирования товаров (услуг), достижения роста продаж, создания благоприятной среды взаимодействия с потребителями, повышения степени их лояльности и как следствие укрепления имиджевых позиций бренда на рынке. Технологии креативного маркетинга многочисленны и разнообразны, а перечисленные нами наиболее эффективны для увеличения продаж. При использовании необходимо проводить регулярную оценку актуальности их применения для решения тех или иных задач с учетом уникальности организации, ее потенциала и внешних факторов.

Список использованной литературы

1. **Рувенный, И. Я.** Актуализация применения креативных технологий в маркетинге / И. Я. Рувенный, Э. Р. Касимова, Е. В. Кузнецова // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 2 (55). – С. 79–83.
2. **Руданина, А. Ю.** Сторителлинг в современном маркетинге: теоретические аспекты и результаты исследования / А. Ю. Руданина // Вестн. гуманитар. ун-та. – 2022. – № 1 (36). – С. 15–21.
3. **Андреенкова, Е. С.** Геймификация в маркетинге / Е. С. Андреенкова // Экономика, менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы : материалы V Всерос. науч.-практ. конф., Омск, 9–10 нояб. 2023 г. / Ом. гос. техн. ун-т. – Омск, 2023. – С. 221–224.
4. **Сатаева, А. Г.** Видеоскрайбинг: эффективный инструмент визуализации информации / А. Г. Сатаева // Цифровая трансформация образования: современное состояние и перспективы : сб. науч. тр. / Курск. гос. мед. ун-т. – Курск, 2024. – С. 360–363.
5. **Чат-бот** как инновационный инструмент применения нейронных сетей при оптимизации процесса продаж / Н. Н. Масюк [и др.] // Азимут науч. исслед.: экономика и упр. – 2019. – № 4 (29). – С. 184–188.

УДК 005.521:005.332.3

Е. В. Сардак (des.zoomer@mail.ru),

д-р экон. наук, доцент

*Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк*

HR-БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В настоящее время повышается актуальность вопросов, связанных с внедрением современных инструментов HR-менеджмента, поиском методов обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке труда. Целью исследования является уточнение сущности и особенностей HR-бенчмаркинга в системе стратегического планирования предприятия. Для достижения поставленной цели использованы следующие методы: анализа и синтеза, системного и комплексного анализа, структурно-логического анализа, сравнительного анализа. В статье освещены этапы конвергенции маркетинга и HR-стратегии, выявлены преимущества HR-маркетинга как средства реализации HR-стратегии предприятия. Уточнена сущность HR-бенчмаркинга, определены цели и задачи HR-бенчмаркинга как инструмента стратегического планирования. Определена роль HR-бенчмаркинга в процессе проведения стратегически ориентированных исследований.

Currently, the relevance of issues related to the introduction of modern HR-management tools, the search for methods to ensure the competitiveness of the enterprise in the labor market is increasing. The purpose of the study is to clarify the essence and features of HR-benchmarking in the strategic planning system of the enterprise. To achieve this goal, the following methods were used: analysis and synthesis, system and complex analysis, structural and logical analysis, comparative analysis. The article highlights the stages of convergence of marketing and HR-strategy, identifies the advantages of HR-marketing as a means of implementing an enterprise's HR-strategy. The essence of HR-benchmarking is clarified, the goals and objectives of HR-benchmarking as a strategic planning tool are defined. The role of HR-benchmarking in the process of conducting strategically oriented research is determined.

Ключевые слова: персонал; предприятие; HR-менеджмент; маркетинг; HR-бенчмаркинг; HR-стратегия; HR-бренд; HR-маркетинг; человеческие ресурсы.

Key words: personnel; enterprise; HR-management; marketing; HR-benchmarking; HR-strategy; HR-brand; HR-marketing; human resources.

В современных условиях границы между маркетингом и HR-стратегией предприятия должны постепенно стираться, поскольку взаимосвязь и взаимозависимость между ними усиливаются [1]. Так, использование маркетингового подхода в HR-менеджменте обеспечит предприятиям повышение деловой активности за счет найма и развития работников, обладающих важными ключевыми компетенциями и лояльностью по отношению к работодателю, а также наиболее полное использование HR-потенциала.

Роль HR-маркетинга в последние годы возрастает, поскольку его по праву рассматривают в качестве одного из факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке труда [2]. Так, с его помощью можно разработать прогноз изменения рыночной конъюнктуры, разработать действенные системы найма, оценивания, адаптации, развития и мотивации персона-

ла, сформировать комплекс мероприятий по удержанию работников, что обеспечит снижение финансовых затрат при реализации стратегических планов в сфере управления человеческими ресурсами, а также достижение бизнес-целей предприятия в целом.

Процесс конвергенции маркетинга и HR-стратегии должен осуществляться поэтапно [3]. На первом этапе следует определить стратегическую роль предприятия на рынке труда, разработать механизмы внешних коммуникаций, определить методы выявления, использования и наращивания конкурентных преимуществ. Именно на данном этапе возникает необходимость принимать во внимание влияние факторов рынка труда на деятельность предприятия.

На втором этапе необходимо разработать стратегию HR-менеджмента предприятия. Предприятие осуществляет управление системой HR-функций (планирование человеческих ресурсов, привлечение и отбор, обучение, деловое оценивание, развитие, удержание, высвобождение, мотивация и др.). HR-маркетинг как функция превращается в совокупность управленческих действий (социальных, организационных, экономических) в сфере управления человеческими ресурсами, т. е. становится базовой функцией наряду с традиционными.

На третьем этапе целесообразно разработать стратегию использования человеческих ресурсов. HR-маркетинг при этом рассматривается как один из путей повышения эффективности использования персонала для достижения целей предприятия, а также как функция, которая обеспечивает адаптацию предприятия к внешнему окружению путем разработки ответного комплекса HR-маркетинга.

Четвертый этап предполагает определение стратегических позиций предприятия (корпоративной стратегии). Цель данного этапа состоит в поиске эффективного способа защиты от противодействующих в отрасли сил, преодолении негативного влияния основных факторов конкурентной среды. Маркетинг на данном этапе должен рассматриваться как инструментальный для реализации общей стратегии предприятия. На этом этапе необходимо принять фундаментальное решение – выбрать базовую стратегию конкурентного преимущества предприятия: ценовое лидерство, продуктивное лидерство или лидерство в нише.

На пятом этапе целесообразно разработать HR-стратегию исходя из корпоративной и маркетинговой стратегий предприятия. HR-маркетинг при этом должен выступать средством реализации HR-стратегии предприятия, обеспечивающим:

- адаптацию к динамичной внешней среде;
- получение долгосрочных конкурентных преимуществ на рынке труда;
- ориентацию на конкретные потребности и запросы работников предприятия и кандидатов на вакантные должности;
- формирование лояльности персонала по отношению к предприятию-работодателю;
- усиление и развитие HR-бренда.

На современном этапе одним из важнейших направлений стратегически ориентированных маркетинговых исследований в сфере управления человеческими ресурсами является HR-бенчмаркинг [4].

HR-бенчмаркинг целесообразно рассматривать как инструмент стратегического планирования, направленный на достижение следующих целей:

- актуализация HR-стратегии с учетом трендов на рынке труда и фокусов внимания конкурентов;
- оценка эффективности структуры, численности, качественного состава HR-службы;
- выявление точек роста HR-процессов;
- поиск возможностей для перераспределения ресурсов и оптимизации затрат на персонал.

С помощью HR-бенчмаркинга на предприятии решаются следующие задачи:

- выявление проблемных зон в HR-процессах;
- сравнение предприятия с конкурентами на рынке труда;
- формирование системы эталонных HR-показателей, к которым предприятие должно стремиться.

Основным содержанием HR-бенчмаркинга является сравнение HR-метрик предприятия с показателями конкурентов [5].

При этом HR-бенчмаркинг в системе стратегического планирования можно представить как систематический процесс, направленный на оценку альтернатив, реализацию HR-стратегий, совершенствование HR-показателей предприятия на основе изучения успешных HR-стратегий конкурентов на рынке труда.

Целесообразно выделить ряд управленческих ситуаций (и соответствующих им целей), при которых HR-бенчмаркинг является необходимым, в частности:

- разработка или актуализация HR-стратегии (цель – учет актуальных тенденций на рынке труда);
- анализ эффективности HR-службы (цель – совершенствование деятельности HR-службы);
- оценка определенных HR-процессов (цель – оптимизация HR-процессов);
- поиск более эффективных способов планирования HR-бюджета (цель – обеспечение баланса между различными статьями);
- оптимизация структуры HR-службы (цель – рациональное распределение ресурсов с учетом опыта конкурентов);
- поддержание стабильного положения на рынке труда (цель – обеспечение эффективности управления человеческими ресурсами);
- поиск методов усиления HR-бренда (цель – наращивание конкурентных преимуществ предприятия-работодателя на рынке труда).

Роль HR-бенчмаркинга в процессе проведения стратегически ориентированных исследований отражена в таблице.

Роль HR-бенчмаркинга в процессе проведения стратегически ориентированных исследований

Характеристики процесса исследования	Значение HR-бенчмаркинга в стратегически ориентированных исследованиях		
	Маркетинговые исследования рынка труда	Анализ конкурентов на рынке труда	HR-бенчмаркинг
Общая цель	Анализ рынка, рыночных сегментов	Анализ HR-стратегий конкурентов	Анализ: что, почему и каким образом лучше других делают конкуренты или предприятия – лидеры
Предмет изучения	Потребности субъектов рынка труда	HR-стратегии конкурентов	Методы HR-менеджмента, которые удовлетворяют потребности работников
Объект изучения	HR-бренд предприятия, рабочее место, человеческие ресурсы	Рабочие места на рынке труда, имидж предприятия-работодателя	HR-стратегия, HR-процессы, HR-служба, HR-бюджет, HR-бренд
Основные ограничения	Степень удовлетворения потребностей персонала	Деятельность на рынке труда	Отсутствуют
Значение для принятия HR-решений	Весомое	Среднее	Очень большое
Основные источники информации	Работники	Отраслевые эксперты, аналитики	Предприятия – лидеры отрасли, конкуренты на рынке труда

Таким образом, использование HR-бенчмаркинга в системе стратегического планирования будет способствовать обеспечению его действенности, достижению целей в сфере управления человеческими ресурсами, а также повышению конкурентоспособности предприятия на рынке труда.

Список использованной литературы

1. **Армстронг, М.** Главный учебник HR в мире / М. Армстронг, С. Тейлор. – М. : Бомбора, 2022. – 416 с.
2. **Армстронг, М.** Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг, С. Тейлор. – СПб. : Питер, 2018. – 848 с.
3. **Балабанова, Л. В.** Концептуальные основы управления персонал-маркетингом предприятия / Л. В. Балабанова, Е. В. Сардак // Economic and law human resources management issues : Col. monogr. – Barbados, 2016. – С. 15–29.
4. **Гасило, Е. А.** Оценка маркетинговой философии предприятия / Е. А. Гасило // Современные научные исследования: исторический опыт и инновации : материалы XIX Междунар. (политемат.) науч.-практ. конф., Краснодар, 9–10 февр. 2023 г. / Акад. маркетинга и соц.-информ. технологий. – Краснодар, 2023. – С. 277–286.
5. **Дуракова, И. Б.** Внутренний маркетинг персонала: факторы, стратегия, зарубежный опыт : моногр. / И. Б. Дуракова, И. В. Ковалева. – Воронеж : Издат. дом ВГУ, 2017. – 102 с.

VI. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА, ГОСУДАРСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

УДК 330-101

В. О. Бессарабов (bessarabov93@gmail.com),
д-р экон. наук, доцент

Е. В. Мейдер (ev@mejder.ru),
канд. экон. наук

Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк

МЕТОДОЛОГИЯ ДИАГНОСТИКИ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Обеспечение экономической безопасности в сфере общественного питания является ключевым фактором развития предпринимательской деятельности региона и страны в целом. Данная отрасль является важной составляющей экономики, обеспечивая потребности населения в питании вне дома. Устойчивое функционирование предприятий общественного питания имеет значение для продовольственной безопасности страны.

Ensuring economic security in the field of public catering is a key factor in the development of entrepreneurial activity in the region and the country as a whole. This industry is an important component of the economy, providing the needs of the population for food outside the home. The sustainable functioning of public catering enterprises is important for the country's food security.

Ключевые слова: экономическая безопасность предпринимательской деятельности; методология диагностики; систематизация рисков.

Key words: economic security of entrepreneurial activity; diagnostic methodology; systematization of risks.

Обеспечение экономической безопасности является ключевым приоритетом для любой предпринимательской структуры, функционирующей в условиях высокой нестабильности и конкурентной борьбы на рынке. Грамотная диагностика угроз экономической безопасности позволяет своевременно выявлять негативные факторы и тенденции, а также разрабатывать эффективные меры по их нейтрализации. Методология диагностики угроз экономической безопасности предпринимательской деятельности включает в себя ряд взаимосвязанных этапов [1–2].

Для формирования целостного представления об экономической безопасности предпринимательской деятельности и разработки эффективных методов ее обеспечения, авторами предложены основные научные подходы к категории «экономическая безопасность предпринимательской деятельности» (таблица) [3–5].

Научные подходы к категории «экономическая безопасность предпринимательской деятельности»

Подход	Направления реализации подхода
1. Системный подход	Рассмотрение экономической безопасности предприятия как сложной, многоуровневой системы, взаимодействующей с внешней средой; выделение ключевых элементов (финансы, кадры, информация, технологии и т. д.) и анализ их взаимосвязей
2. Ресурсный подход	Оценка экономической безопасности через эффективность использования ресурсов (материальных, финансовых, трудовых и т. д.); исследование влияния ресурсного потенциала на устойчивость предприятия
3. Процессный подход	Анализ экономической безопасности как непрерывного процесса выявления, оценки и управления угрозами; разработка алгоритмов диагностики, мониторинга и реагирования на угрозы

Окончание

Подход	Направления реализации подхода
4. Функциональный подход	Выделение основных функциональных составляющих экономической безопасности (финансовая, кадровая, информационная и т. д.); исследование механизмов обеспечения безопасности по каждому функциональному направлению
5. Рисковый подход	Оценка экономической безопасности через анализ рисков, угроз и их последствий для предприятия; разработка методов идентификации, качественной и количественной оценки рисков
6. Стейкхолдерский подход	Учет интересов и влияния различных заинтересованных сторон (собственники, менеджмент, персонал, партнеры и т. д.) на экономическую безопасность; исследование механизмов согласования интересов стейкхолдеров

В современных условиях ведения бизнеса предприятия сталкиваются с множеством внутренних и внешних угроз, которые оказывают существенное влияние на их экономическую безопасность. Для своевременного выявления и предотвращения данных угроз необходима разработка эффективной методологии их диагностики.

Экономическая безопасность предприятия общественного питания представляет собой состояние защищенности его жизненно важных интересов от внутренних и внешних угроз, которое обеспечивает эффективное функционирование и устойчивое развитие. Основными составляющими экономической безопасности являются финансовая, кадровая, информационная, технологическая, правовая и экологическая безопасность (что особенно актуально для виртуального рынка [6; 7]).

Исходя из вышесказанного, следует сказать о методологии диагностики угроз для экономической безопасности предпринимательской деятельности. Методология основана на тщательном анализе существующей литературы по экономической безопасности и предпринимательской деятельности, а также на собственных исследованиях. Методология состоит из пяти основных шагов [8, с. 77] (рисунок).

Комплексная методология диагностики угроз экономической безопасности в предпринимательской деятельности [8]



Представленная на рисунке комплексная методология диагностики угроз экономической безопасности в предпринимательской деятельности может рассматриваться в качестве одного из структурных элементов соответствующего механизма. В данном случае речь может идти об методологическом блоке, представленным интуитивными (методы экспертных оценок, метод диаграмм связей и т. д.), аналитическими (метод наименьших квадратов, методики Big Data Analytics и т. д.) и статическими (методы статистического моделирования и т. д.) методами.

Представленные разработки (механизм и концепция) способствуют гибкости методологии диагностики угроз экономической безопасности. Она может использоваться предпринимателями, менеджерами и политическими деятелями для выявления, оценки, расстановки приоритетов и смягчения угроз для экономической безопасности своих сфер деятельности.

Список использованной литературы

1. **Барановский, С. И.** Экономическая безопасность предприятия: сущность, механизмы обеспечения, управление / С. И. Барановский // Белорус. эконом. журнал. – 2019. – № 2. – С. 90–103.
2. **Arseguet, A.** Les restructurations: des droits nouveaux pour les salariés / A. Arseguet, B. Reynes // In La Loi NRE et le Droit des Sociétés / eds. J.-F. Barbièri and M.-H. Monserie-Bon. – Paris, 2003. – P. 87–114.
3. **Давидчук, Н. Н.** Влияние цифровых технологий на сферу услуг / Н. Н. Давидчук, Е. В. Мейдер // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты : материалы междунар. науч.-практ. конф., Курск, 21–22 апреля 2022 г. / Курс. гос. ун-т. – Курск, 2022. – С. 76–80.
4. **Бессарабов, В. О.** Концепция диагностики экономической безопасности предпринимательской деятельности в условиях цифровизации экономики / В. О. Бессарабов // Сегодня и завтра Российской экономики. – 2020. – № 101–102. – С. 93–111.
5. **Бессарабов, В. О.** Институционализация методологии обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности / В. О. Бессарабов // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Сер.: Экономика. – 2021. – Т. 29. – № 4. – С. 627–652.
6. **Попова, А. А.** Подход к оценке маркетингового потенциала виртуального рынка в Донецкой Народной Республике // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 3. – С. 411–424.
7. **Попова, А. А.** Потенциал цифровизации экономики в Донецкой Народной Республике / А. А. Попова // Вестн. Института эконом. исслед. – 2021. – № 3 (23) – С. 39–56.
8. **Судоплатов, А. П.** Экономическая безопасность России / А. П. Судоплатов, С. В. Лекарев. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 224 с.

УДК 316.4.063.34

И. Н. Гюнтер (eirin@rambler.ru),

канд. экон. наук, доцент
Белгородский университет
кооперации экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

Л. А. Молчанова (milan7777@rambler.ru),

канд. экон. наук, доцент
Российская академия предпринимательства
г. Москва, Российская Федерация

ИНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ

Несмотря на то, что существует большое количество нормативно-правовых актов в области кооперации, каждый год принимаются все новые документы, призванные обеспечить повышение эффективности регулирования этой сферы. Периодически, часть нормативно-правовых актов отменяется, а на их место принимаются другие, или вносятся изменения в действующие, что вызывает увеличение транзакционных издержек и небольшую неувязку в отчетности кооперативов.

Despite the fact that there are a large number of regulatory legal acts in the field of cooperation, every year new documents are adopted designed to ensure an increase in the effectiveness of regulation of this area. Periodically, some of the regulatory legal acts are canceled, and others are adopted in their place, or changes are made to existing ones, which causes an increase in transaction costs and a slight discrepancy in the reports of cooperatives.

Ключевые слова: кооперация; кооператив; сельское хозяйство; сельская местность; сельское предпринимательство; законодательство; правовые акты.

Key words: cooperation; cooperative; agriculture; rural area; rural entrepreneurship; legislation; legal acts.

Согласно законодательному определению, кооператив является организационно-правовой формой общественного объединения (общественное объединение – это добровольное объединение физических лиц и (или) юридических лиц частного права для осуществления и защиты прав и свобод, удовлетворения общественных, в частности экономических, социальных, культурных, экологических и других интересов). Кооперативы как добровольные объединения граждан с целью совместного решения ими экономических, социально-бытовых и других вопросов могут создаваться в различных отраслях (производственные, потребительские, жилые и т. д.)

Кооператив также трактуется как юридическое лицо, образованное физическими и (или) юридическими лицами, которые добровольно объединились на основе членства для ведения совместной хозяйственной и иной деятельности с целью удовлетворения своих экономических, социальных и других потребностей на основе самоуправления.

Целью кооперации является удовлетворение экономических, социальных и других потребностей членов кооперативных организаций на основе объединения их личных и коллективных интересов, разделения между ними рисков, расходов и доходов, развития их самоорганизации, самоуправления и самоконтроля.

Основными задачами кооперации являются:

- повышение жизненного уровня членов кооперативов, защита их имущественных интересов и социальных прав;
- создание системы экономической и социальной самопомощи населения и субъектов хозяйствования;
- вовлечение в производство товаров, работ, услуг, дополнительных трудовых ресурсов, повышение трудовой и социальной активности населения;
- создание и развитие инфраструктуры, необходимой для производства хозяйственной и иной деятельности кооперативов с целью роста материального благосостояния их членов и удовлетворения потребностей в товарах и услугах;
- содействие устойчивому развитию и становлению основ демократического развития общества.

Правовые и организационные основы реализации права на свободу объединения гарантируются Конституцией РФ, Федеральными Законами Российской Федерации (ФЗ РФ). Основы деятельности потребительской кооперации в России определены ФЗ РФ «О потребительской кооперации». Согласно этому закону потребительская кооперация в России – это добровольное объединение граждан для совместного ведения хозяйственной деятельности с целью улучшения своего экономического и социального положения. Кооператив осуществляет торговую, заготовительную, производственную и иную деятельность, не запрещенную действующим законодательством РФ, способствует социальному и культурному развитию села, народных промыслов и ремесел, участвует в международном кооперативном движении [1].

Первичным звеном потребительской кооперации является потребительское общество – самостоятельная, демократическая организация граждан. Потребительское общество считается созданным, признается юридическим лицом и может осуществлять хозяйственную и другую деятельность со дня его государственной регистрации.

Правовые, организационные, экономические и финансовые особенности образования и деятельности сельскохозяйственных кооперативов также определяет ФЗ РФ «О потребительской кооперации»:

- сельскохозяйственный производственный кооператив – кооператив, который образуется путем объединения физических лиц, выступающих производителями сельскохозяйственной продукции, для производства совместной производственной или иной хозяйственной деятельности на началах их обязательного трудового участия с целью получения прибыли;
- сельскохозяйственный обслуживающий кооператив – сельскохозяйственный кооператив, который образуется путем объединения физических и/или юридических лиц – производителей сельскохозяйственной продукции для организации обслуживания, направленного на уменьшение расходов и/или увеличение доходов членов этого кооператива во время осуществления ими сельскохозяйственной деятельности и в защиту их экономических интересов.

Государственная поддержка сельскохозяйственных обслуживающих кооперативов осуществляется в соответствии с государственными и региональными программами за счет государственного и местных бюджетов в порядке, установленном законом.

С этой целью была разработана и утверждена Министерством сельского хозяйства Программа государственной целевой поддержки развития сельскохозяйственных обслуживающих кооперативов до 2030 г.

Анализ действующего законодательства позволяет выделить несколько основных неувязок, которые стали причиной того, что большой потенциал сельских территорий РФ в современных условиях не полностью реализован.

Несмотря на то, что существует большое количество нормативно-правовых актов в области кооперации, каждый год принимаются все новые документы, призванные обеспечить повышение эффективности регулирования этой сферы. Периодически, часть нормативно-правовых актов отменяется, а на их место принимаются другие, или десятки раз вносятся изме-

нения в действующие, что вызывает увеличение транзакционных издержек и вносит путаницу. Поскольку, как только завершается на всех уровнях адаптация одних изменений к нормативам (а порой и не успевают завершиться), как уже поступают следующие, которые необходимо надлежаще юридически оформить.

Постоянная законотворческая деятельность свидетельствует об актуальности проблемы создания жизнеспособной системы кооперации на селе и, одновременно, о несовершенстве организации законотворческого процесса. Сформировалась парадоксальная ситуация, при которой, все больше мероприятий направлено на совершенствование нормативно-правового обеспечения кооперативной деятельности в сельской местности.

Мнения ученых относительно причин возникновения такой ситуации разделились. Одни исследователи это объясняют тем, что создание институционально-правовой базы для развития указанных процессов не может вызвать ускоренную реализацию объективной тенденции усиления интеграционных процессов в кооперативном движении.

Практическое объединение и координация кооперативного хозяйствования являются задачей достаточно сложной, требующей определенного времени.

Другие – считают большое количество нормативно-правовых актов критерием содействия развитию кооперации, а государство в этом процессе – субъектом психологической поддержки.

Вместе с этим, следует отметить, что увеличение количества нормативно-правовых актов отражается, прежде всего, не столько на развитии кооперативного движения, сколько на бюрократизации процесса государственной поддержки и снижении эффективности административно-управленческого обеспечения. Поскольку любая возможность двоякой трактовки содержания нормативно-правовых норм создает почву для коррупционной деятельности, то для возникновения дополнительных барьеров на пути распространения кооперации [2].

Исследуя институциональный механизм распространения кооперации на сельских территориях России, следует акцентировать первоочередное внимание на имеющихся институциональных пробелах, которые блокируют процессы формирования и развития кооперативов (как сельскохозяйственных, так потребительских и обслуживающих), исключая тем самым их эффективное развитие.

Прежде всего, это касается ряда формальных институтов, к которым относится ряд правил, регулирующих экономическую жизнь людей, предприятий и организаций, снижая тем самым уровень неопределенности при налаживании хозяйственных транзакций между ними.

В этом контексте следует обратить первоочередное внимание на так называемое «профильное» законодательство, оказывающее непосредственное влияние на регулирование сферы кооперации. Так, отечественные ученые неоднократно обращали внимание на несоответствие между отдельными положениями законов РФ с нормами Гражданского кодекса и Налогового кодекса России.

Существует также ряд институционально-правовых проблем, связанных с регулированием деятельности сельскохозяйственных производственных и обслуживающих кооперативов. Прежде всего, это касается определения правового статуса первых как прибыльной организации, ведущей к фактическому нивелированию самой сути кооперативной идеи.

В частности, исследователи отмечают, что корпоративная природа кооперативов приводит к их отождествлению с обществами с ограниченной ответственностью.

Этому способствует появление квазиорганизационных форм предпринимательства, внутренний переход от кооперативных основ организации производственной деятельности к общественным, особенно из-за формального отнесения Гражданским Кодексом РФ производственных кооперативов к предпринимательским обществам.

В тоже время производственный кооператив является уникальной организационно-правовой формой предпринимательской деятельности. Эта уникальность заключается в том, что производственный кооператив органично сочетает в себе такой объем прав, свобод и интересов гражданина, который не свойственен никакой другой организационно-правовой форме предпринимательства.

Другие ученые отмечают, что в отличие от ряда сельскохозяйственных предприятий, целью производственного кооператива не является максимизация прибыли на вложенный капитал, а сам термин «прибыль» не в полной мере отражает природу средств, полученных кооперативом свыше произведенных затрат на производство продукции: «...скорее следует говорить о приращении личных доходов членов кооператива за счет сэкономленных (не понесенных благодаря кооперированию) расходов, т. е. фактически объектом налогообложения деятельно-

сти сельскохозяйственных производственных кооперативов являются личные доходы их членов, полученных в результате распределения прибыли этих кооперативов пропорционально трудовому участию каждого члена [3].

Что же касается сельскохозяйственных обслуживающих кооперативов, то здесь ситуация диаметрально противоположная, поскольку несмотря на то, что их некоммерческий статус официально закреплен в законе на практике многие обслуживающие кооперативы регистрируются и функционируют как прибыльные организации. Такая ситуация была связана прежде всего с существованием большого количества законодательных коллизий между кооперативным, налоговым и общехозяйственным законодательством, часть из которых не устранена по настоящее время.

Кроме того, для сельскохозяйственных обслуживающих кооперативов весомым законодательным барьером на пути развития остается проблема уплаты НДС. Особенно это касается налогообложения НДС стоимости услуг, которые предоставляются членам кооператива – владельцам личных крестьянских хозяйств по реализации произведенной ими сельскохозяйственной продукции. Кроме того, урегулировать эффективную систему услуг по сбыту сельскохозяйственной продукции через сельскохозяйственные обслуживающие кооперативы препятствует ряд действующих норм Налогового кодекса РФ (п. 189.12 ст. 189), предусматривающий начисление этого налога на величину торговой наценки кооператива на стоимость принятой у сельскохозяйственных товаропроизводителей продукции, увеличивая цену и делая эту продукцию неконкурентоспособной.

Наряду с этим, следует также обратить внимание на те нормативно-правовые акты, которые сдерживают развитие сельскохозяйственной кооперации опосредованно, а именно из-за ограничения предпринимательской инициативы на селе, блокирования самоорганизации и общественной активности сельского населения, снижения качества человеческого капитала сельских территорий. Это, в частности, касается антимонопольного и фискального законодательства, регуляторных актов, связанных с развитием местного самоуправления и бюджетной децентрализацией власти, формированием современного рынка агроконсалтинга, проведением необходимых реформ в учебно-образовательной и научной сферах, повышением эффективности регулирования миграционных процессов в сельской местности и т. п.

В то же время, следует отметить, что формальные институты, ориентированные на развитие сельскохозяйственной кооперации, не могут быть достаточно действенными без их поддержки со стороны неформальных институтов. Например, зарубежные исследователи обращают особое внимание на то, что в обществах, где не произошло окончательного укоренения стабильных институциональных рамок цивилизованной рыночной экономики для развития кооперации особо важное значение приобретают неформальные институты. В частности, они обеспечивают специфические инвестиции от местных жителей, которые, прежде чем участвовать в кооперации, требуют для себя определенных гарантий. В этом случае именно неформальные институты выступают источниками предоставления таких гарантий в виде кооперативных обязательств и признания иерархий [4].

В современных социально-экономических реалиях развития сельских территорий России, к основным неформальным институтам, связанным с процессами кооперирования следует отнести:

- традиции самоорганизации населения,
- культуру предпринимательства,
- социальный капитал,
- правосознание, индивидуальная ответственность,
- самообразование и саморазвитие,
- общественные коммуникации,
- моральные нормы и духовные ценности и т. п. [5].

Как видно из этого перечня, большинство институтов современной сельской экономики в России оказывают преимущественно деструктивное влияние на развитие кооперации на сельских территориях. В то же время, зарубежные исследователи отмечают, что «чем больше индивидуальных участников участвуют в жизни своих общин, тем больше они учатся доверять друг другу; чем больше доверие, которое индивиды оказывают друг другу, тем вероятнее, что они будут участвовать в совместных мероприятиях. Индивидуальные действия формируют социальный порядок, который может принести выгоду определенной группе, вызывая коллективную деятельность ее участников.

При этом важную роль в преодолении определенных провалов рынка при поставке местных общественных благ и разного рода гарантий играет социальный капитал.

Список использованной литературы

1. **Гюнтер, И. Н.** Определение приоритетных направлений развития предприятий кооперации как формы предпринимательства в различных сферах экономики России / И. Н. Гюнтер, З. И. Дахова // Прикладные экон. исслед. – 2023. – № 1. – С. 191–197.
2. **Гюнтер, И. Н.** Развитие инноваций на основе интеграционных процессов кластеризации и кооперации агропромышленного сектора / И. Н. Гюнтер, Л. А. Молчанова // Науч. результат. Экон. исслед. – 2023. – Т. 9. – № 2. – С. 53–62.
3. **Гюнтер, И. Н.** Сельское предпринимательство как фактор стимулирования кооперации / И. Н. Гюнтер, Е. Г. Серова // Эффективность сферы товарного обращения и труда: сб. науч. ст. IX Писаренковских чтений, Гомель, 26 окт. 2023 г. / Белорус. торг.-экон. ун-т потреб. кооп. – Гомель, 2023. – С. 19–22.
4. **Ечин, Н. М.** Социально-экономический потенциал кооперации в развитии сельских территорий России: монография / Н. М. Ечин, Н. В. Бобрышева, И. Н. Гюнтер. – М. : Изд. Аборкина Е. О., 2022. – 84 с.
5. **Кравченко, Д. П.** Развитие сельскохозяйственной кооперации в России : моногр. / Д. П. Кравченко, З. Ч. Пак, Н. И. Човган. – М. : Изд. Аборкина Е. О., 2022. – 139 с.

УДК 338.462

С. С. Демидов (serzh.demidoff@yandex.ru),

ст. преподаватель

*Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк*

О КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВАХ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ

Глобализация, рыночная неопределенность и увеличение числа участников рынка юридических услуг все чаще приводят к формированию принципиально новой конкурентной среды в современных реалиях. Изучение различных особенностей конкуренции способствует разработке таких стратегий, реализация которых не только будет способствовать достижению тактических задач деятельности юридических фирм, но и стратегических, что особенно актуально для соответствующего рынка услуг. Цель работы заключается в анализе особенностей проявления конкуренции на рынке юридических услуг. Изучаются факторы и характеристики конкурентных преимуществ, которыми может обладать субъект конкуренции на рынке юридических услуг.

Globalization, market uncertainty and an increase in the number of participants in the legal services market are increasingly leading to the formation of a fundamentally new competitive environment in modern realities. The study of various features of competition contributes to the development of such strategies, the implementation of which will not only contribute to the achievement of tactical objectives of law firms, but also strategic ones, which is especially important for the relevant services market. The purpose of the work is to analyze the peculiarities of the manifestation of competition in the legal services market. The factors and characteristics of competitive advantages that a competitive entity may have in the legal services market are studied.

Ключевые слова: услуга; юридическая услуга; рынок услуг; конкуренция; компания; юридическая фирма; внешняя среда; группа преимуществ; клиент.

Key words: service; legal service; service market; competition; company; law firm; external environment; advantage group; client.

Конкурентами на рынке юридических услуг являются разнообразные субъекты, включая адвокатов, адвокатские фирмы или объединения, юридические фирмы, аудиторские компании, консалтинговые и аутсорсинговые фирмы, а также структуры, которые специализируются на регистрации и ликвидации предприятий. Все эти участники активно «сражаются» между собой за клиентов, предлагая различные виды юридических услуг. Однако они существенно различаются по своей способности удовлетворять потребности потребителей в ассортиментном, ценовом и качественном аспектах.

Каждый из участников рынка юридических услуг имеет свои уникальные преимущества и недостатки (другими словами, ограничивающие факторы), которые определяют их способ-

ность удовлетворять потребности клиентов. Именно такие различия создают условия для формирования сегментированного рынка, где каждый субъект находит свою нишу в зависимости от предложений по ассортименту, цене и качеству услуг [1].

Изучение характеристик конкурентных преимуществ, которыми может обладать субъект конкуренции на рынке юридических услуг в условиях неопределенности внешней среды, способствует компании лучше понимать свои сильные стороны, позволяя создавать востребованные предложения и услуги. В связи с постоянными изменениями в законодательстве, экономической ситуации или требованиях клиентов необходимо наличие таких стратегий, которые способствуют быстрому реагированию на изменения во внешней среде. Для улучшения своих услуг фирмам следует проводить постоянный анализ конкурентных преимуществ, что позволит занимать более устойчивую позицию на рынке.

При этом, именно изучение конкурентных преимуществ помогает субъектам на рынке юридических услуг не только выживать в условиях неопределенности, но и процветать, усиливая свою рыночную позицию. Так, рассмотрим основные группы преимуществ, изучим их характеристику, а также рассмотрим средства для их достижения.

Так, трудовая (социальная) группа преимуществ является основной, ведь благодаря тем сотрудникам юридических фирм, которые оказывают услуги и контактируют с клиентом, фирмы получают свою основную прибыль. Рассмотрим основной комплекс мер, охватывающих различные аспекты управления персоналом, организации работы, развития сотрудников и стратегического планирования, которые направлены на повышение эффективности и конкурентоспособности юридического предприятия [2].

Обеспечение наличия профессионалов. В настоящее время юристам все больше и больше предъявляются требования в наличии высшего юридического образования, знания иностранных языков, наличие навыков работы с компьютером. Однако, этого всего недостаточно, для юриста важны такие качества, как коммуникабельность и умение общаться с клиентами, стрессоустойчивость, аккуратность, активность, внимательность, знание своей специальности, системность и логическое мышление, а также стремление к получению новых знаний и самосовершенствованию.

Разделение выполнения заданий на категории (узкая специализация). Для того, чтобы юрист мог сосредоточиться на узком направлении права, следует распределять задачи между сотрудниками, в зависимости от их специализации, что способствует повышению качества и эффективности выполняемой работы.

Формирование системы стимулирования работников. Для повышения производительности и удовлетворенности сотрудников необходима разработка механизмов мотивации, которая может быть основана на результатах их работы.

Соблюдение трудовой дисциплины. Заключается в наличии мер по соблюдению установленных правил и норм поведения на рабочем месте, что важно для поддержания порядка и эффективного выполнения задач.

Контроль выполняемых задач. Для того чтобы обеспечить высокое качество работы и своевременное выполнение поручений не обходимо соблюдать предварительный, текущий и последующий контроль задач

Формирование стратегического развития субъекта конкуренции. Для того, чтобы компания могла оставаться конкурентоспособной и могла успешно адаптироваться к изменениям на рынке, необходима разработка и реализация долгосрочной стратегии развития.

Разработка программ повышения квалификации. Для улучшения качества оказываемых услуг необходимо внедрение различных внутренних и внешних программ повышения квалификации, позволяющих сотрудникам развивать свои навыки и знания.

Минимизация потерь при обучении начинающих специалистов. Для того чтобы молодые специалисты, как можно быстрее приобретали навыки и знания, необходимо использование наставничества, которое может заключаться в совместном участии в судебных заседаниях. Данный опыт может снизить ошибки и потери в работе юридической фирмы.

Поддержка внутренней конкуренции между сотрудниками. Для повышения мотивации и продуктивности работников, внутри компании необходимо создать условия для здоровой конкуренции.

Решение проблемы по удержанию профессионально подготовленных сотрудников. Необходимо предоставление профессионального и карьерного роста. К примеру, это может быть перевод сотрудников в статус партнера или советника и другие продвижения по карьерной лестнице.

В совокупности эти меры направлены на создание эффективной рабочей среды, развитие профессионализма и поддержание конкурентных преимуществ юридической фирмы.

Техническая группа преимуществ связана с техническим обеспечением трудовой деятельности, а именно:

1) создание надлежащей технической базы. В данном случае для эффективного выполнения профессиональных задач необходимо обеспечивать фирму стабильной интернет-связью, а также другими видами связи, такими, как телефонная, мобильная, спутниковая и т. д.;

2) свободный доступ к компьютерной технике с лицензионным программным обеспечением. Для облегчения рабочих процессов, повышения производительности труда и снижения рисков, которые могут быть связаны с использованием нелицензионного программного обеспечения (ПО), сотрудникам фирмы необходимо предоставить современные компьютерные технологии, а также лицензионное программное обеспечение. Преимущество использования лицензии заключается в безопасности, а также отсутствии вредоносных программ; обеспечении кибербезопасности; своевременное обновление и наличие актуальной версии ПО; помощь техподдержки и гарантия работы, а также защита персональных данных; соблюдение законов и отсутствие штрафов;

3) наличие транспортных средств для выполнения задач в удаленных местах. Для своевременного и качественного выполнения задач, которые связаны с выездами на объекты, посещением клиентов, судов, а также других удаленных локаций компанию необходимо обеспечить транспортными средствами;

4) наличие охранных систем. Важным для безопасности как сотрудников, так и информации, находящейся в распоряжении компании является наличие, как физических охранных систем, так и средств кибербезопасности, обеспечивающих защиту от несанкционированного проникновения.

Далее рассмотрим экономическую группу преимуществ и мероприятий, которые направлены на обеспечение безубыточного функционирования юридического субъекта в условиях конкуренции, которая включает в себя:

1) планирование расходов на оказание юридических услуг. Для оптимизации бюджета и предотвращения непредвиденных затрат, необходимо планировать и вести учет всех расходов, которые связаны с предоставлением юридических услуг;

2) разработка системы оплаты за юридические услуги с учетом рисков. Отметим, что система оплаты за юридические услуги должна учитывать квалификацию, а также опыт сотрудников, которые оказывают юридические услуги. Также система оплаты должна соответствовать законодательным требованиям к гонорарам адвокатов и предполагать гибкую систему оплаты юридических услуг, учитывающую различные риски, к примеру, необходимость предоплаты в случае затрат до получения результата;

3) реализация программы экономии затрат. Данная программа может включать в себя такие меры по сокращению затрат, как: экономия бумаги путем использования обратной стороны уже использованных листов для черновиков; для сокращения расходов на электроэнергию необходимо использовать энергосберегающие осветительные приборы; при наличии автономного отопления для уменьшения затрат на отопление необходимо контролировать температуру в офисе; для снижения расходов на связь необходимо ограничить разговоры сотрудников по телефону в личных целях; чтобы минимизировать транспортные затраты необходимо разработать экономичные маршруты для передвижения сотрудников;

4) разработка программы минимизации рисков. Необходимо ориентироваться на проекты, которые могут принести прибыль, а также соблюдать страхование рисков, которые связаны с отсутствием или задержкой оплаты со стороны клиентов. Рекомендуется страхование от форс-мажорных обстоятельств, которые из-за несвоевременного выполнения задач или дополнительных расходов, могут потребовать компенсации клиенту;

5) использование возможности для клиента возместить адвокатские расходы в судебном процессе. Для снижения финансовой нагрузки на клиента и гарантии получения оплаты за оказанные услуги рекомендуется использование таких положений законодательства, которые позволяют взыскать с противоположной стороны судебные расходы, включая гонорары адвокатов.

Рассмотренные меры способствуют созданию такой финансовой модели, которая позволяет юридической фирме не только сохранять конкурентоспособность, но и безубыточно функционировать, минимизируя финансовые риски, а также оптимизируя затраты.

Следующая группа стратегических преимуществ ориентирована на потребителя и способствует формированию и увеличению доходов юридического предприятия путем разработки комплексного подхода к работе с клиентами и расширения клиентской базы. Основными компонентами этих стратегий являются:

1) формирование базы данных основных клиентов и осуществление мероприятий по их удержанию, включает в себя:

– быстрое выполнение поручений, что указывает на необходимость оперативно выполнять задачи, что способствует повышению удовлетворенности клиентов;

– минимальная нагрузка клиента по поиску доказательной базы путем передачи большей части работы по сбору необходимых доказательств юридической фирме, что снижает нагрузку на клиента;

– информирование клиента о пошаговом выполнении поручений. Для создания доверия и укрепления долгосрочных отношений, клиентов необходимо информировать о ходе работы;

– предоставление скидок. Для стимулирования постоянных клиентов к дальнейшему сотрудничеству рекомендуется гибкость в ценообразовании и предоставление скидок;

– длительное сопровождение проектов. Для того чтобы усилить лояльность и увеличить вероятность повторного обращения, юридическая фирма может предоставлять длительное сопровождение проектов;

2) формирование базы данных потенциальных клиентов и мероприятия по их привлечению:

– выявление изменений в правовом поле. Для того чтобы фирма могла предлагать актуальные услуги, которые соответствуют новым требованиям, необходимо регулярно отслеживать изменения в законодательстве;

– определение отсутствующих предложений на рынке юридических услуг. Анализ рынка и выявление пустующих ниш по предоставлению юридических услуг, дает возможность занять отсутствующую нишу и предложить уникальные услуги;

– разработка мероприятий по формированию способности предоставления услуг. Для того чтобы расширить спектр предлагаемых услуг необходимо своевременно готовить и развивать компетенции и навыки в новых, либо еще неразвитых областях права;

– выявление клиентов неудовлетворенных предоставленной услугой. Для привлечения новых клиентов возможно использование клиентских рекомендаций и отзывов как метода скрытой рекламы, во избежание стандартных рекламных методов, которые легко могут быть использованы конкурентами.

3) подход к решению проблем клиентов по принципу «нет безнадежных дел». Данный подход повышает доверие клиентов к фирме, а также увеличивает шансы на успешное решение дел, которые другие могут посчитать безнадежными [3]. Принцип «нет безнадежных дел» заключается в том, что при должном уровне аналитической работы, опыта и настойчивости сотрудников любая ситуация может измениться в пользу клиента.

Перечисленные нами стратегии направлены на создание прочной клиентской базы и привлечение новых клиентов, что в конечном итоге способствует стабильному и устойчивому росту доходов юридической фирмы.

Группа преимуществ территориального размещения. Важным является географическая близость юридической фирмы к судам, с которыми она чаще всего взаимодействует. Это особенно важно в случаях, когда фирма специализируется на защите законных прав и интересов клиентов. В условиях ограниченного времени и необходимости оперативного решения вопросов близость к судам позволяет быстрее добираться до места разбирательств. Отметим, что удобство парковки для клиентов также способствует экономии времени и упрощению установления деловых отношений.

Группа преимуществ конкурентного взаимодействия. Необходимо проводить мониторинг существующих конкурентов, с целью поиска их сильных и слабых сторон. Все это должно учитываться во внутренней деятельности субъекта конкуренции, а также в стратегическом планировании его деятельности.

В свою очередь, для повышения эффективности своей работы и обеспечения качественного обслуживания клиентов юридические фирмы могут предпринимать следующие меры:

1) налаживание доступа к информационным системам по правовым вопросам. Рекомендуется использовать разнообразные базы данных, а также профессиональную литературу, что будет способствовать фирмам своевременно получать доступ к интересующей их информации, что позволит им также улучшить свои правовые исследования;

2) мониторинг новых нормативно-правовых актов. Необходимо своевременно отслеживать изменения в законодательстве, после чего группировать их по отраслям права. Это поможет фирмам быть в курсе актуальных правовых норм и быть подготовленными к изменениям в правовом поле;

3) систематизация информации из прессы. Для качественного информационного сопровождения предоставляемых юридических услуг фирмам необходимо систематизировать информацию, которая поступает из судебной практики, а также обзоров и консультаций;

4) разработка системы защиты конфиденциальной информации. Важно отметить необходимость защиты интересов клиентов. Для предотвращения утечки информации, что может нанести ущерб компании, необходимо создание надежной системы хранения и защиты конфиденциальной информации. Данная система позволит обеспечить экономическую безопасность фирмы и сохранит деловую репутацию фирмы.

Все перечисленные меры позволяют создать устойчивую информационную инфраструктуру, которая способствует юридическим фирмам эффективно предоставлять свои услуги, а также сохранять конкурентоспособность.

Трудно поспорить с тем, что на рынке юридических услуг наблюдается высокая конкуренция и наличие у субъектов конкуренции значительного числа конкурентных преимуществ может побуждать их использовать добросовестные методы взаимодействия. К добросовестным методам можно отнести улучшение качества услуг, внедрение уникальных предложений, честная конкуренция и соблюдение этических норм. При всем этом, необходимо понимать, что существует огромное разнообразие участников рынка, что вызывает риск перехода добросовестной конкурентной борьбы к недобросовестной конкуренции [4].

Рассмотрим подробнее, в каких формах может проявляться недобросовестная конкуренция. К примеру, использование агрессивной рекламы, которая может вводить в заблуждение клиентов. Компании могут искажать факты, преувеличивать свои обещания или прибегать к некорректным сравнениям себя с конкурентами.

Фирмы могут снижать цены за свои услуги до такого уровня, когда конкуренты перестают выдерживать конкуренцию, что в конечном итоге может привести к снижению качества предоставляемых на рынке услуг.

Примером недобросовестной конкуренции может быть незаконное размещение конфиденциальной информации о клиентах или конкурентах. Чтобы подорвать репутацию конкурентов компании также могут распространять ложную информацию. Стоит выделить также случаи, когда юридические фирмы используют подкуп и другие формы неправомерного воздействия, нарушающие принципы честной конкуренции, главной целью которых является получение клиентов, а также контрактов.

Отметим, что все перечисленное выше, подчеркивает необходимость строгого регулирования и контроля со стороны профессиональных ассоциаций и государственных органов для поддержания справедливой и этичной конкурентной среды [5].

Важно сказать о том, что знания и профессионализм выступают важными конкурентными преимуществами. Поэтому, чем больше компания уделяет внимания на повышение квалификации сотрудников, тем более качественные услуги они могут предложить своим клиентам, что также является преимуществом перед конкурентами.

Таким образом, развитие рынка юридических услуг во многом зависит от поведения его участников, формирующегося под влиянием, как внутренних конкурентных преимуществ, так и внешних факторов. В условиях высокой конкуренции на рынке особое значение приобретают знания и профессионализм сотрудников юридических фирм, так как именно эти факторы влияют на качество оказываемых услуг и способность фирмы адаптироваться к изменениям на рынке. Профессионализм сотрудников юридических фирм способствует возможности предоставлять клиентам самые эффективные и точные юридические решения, повышая тем самым удовлетворенность клиентов, а также укреплению репутации фирмы.

В условиях быстро развивающегося и меняющегося рынка юридических услуг, юридические фирмы, делающие ставки на профессиональное развитие своих сотрудников, имеют лучшие шансы на успех и долговременное процветание. Знания и профессионализм работников определяют качество оказываемых услуг, а также способствуют юридическим фирмам адаптироваться к изменениям на рынке, внедрять инновации и поддерживать конкурентоспособность.

Список использованной литературы

1. **Акбашева, З. Х.** Конкуренция не ради конкуренции, внедрения стандартов развития конкуренции по итогам 2017 г. / З. Х. Акбашева, А. А. Якупов // Современная конкуренция: состояние, проблемы и тренды развития : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Уфа, 15 нояб. 2018 г. : в 2 ч. / Уфим. гос. нефтяной техн. ун-т. – Уфа, 2018. – Ч. 1. – С. 3–8.
2. **Булько, А. А.** Рынок юридических услуг в РФ: тенденции и перспективы [Электронный ресурс] / А. А. Булько, И. Н. Нестеренко // Экономика и социум. – 2017. – № 6–1 (37). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-yuridicheskikh-uslug-v-rf-tendentsii-i-perspektivy>. – Дата доступа: 04.09.2024.
3. **Шамина, С. М.** Проблемы законодательного определения понятий конкуренции и недобросовестной конкуренции / С. М. Шамина // Государство и правовая система Российской Федерации в условиях информационного общества : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Казань, 23 окт. 2017 г. / Московск. городск. пед. ун-т. – Казань : ОМЕГА САЙНС, 2017. – С. 78–82.
4. **Валдайцев, С. В.** Малое инновационное предпринимательство : учеб. пособие / С. В. Валдайцев, Н. Н. Молчанов, К. Пецольдт. – М. : Проспект, 2020 – 536 с.
5. **Соколова, К. М.** Актуальные проблемы применения законодательства о защите конкуренции в сфере пресечения недобросовестной конкуренции / К. М. Соколова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 69–4. – С. 120–125.

УДК 334.735:642.5

Е. В. Исаенко (rektor@bukep.ru),

д-р экон. наук, профессор

Е. Е. Тарасова (pror-nr@bukep.ru),

д-р экон. наук, профессор

А. В. Исаенко (tf-dekan@bukep.ru),

д-р экон. наук, профессор

*Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБСОЮЗОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

В статье показана роль общественного питания в удовлетворении потребностей пайщиков и обслуживаемого населения; на примере потребсоюзов Центрального федерального округа проведен анализ показателей, характеризующих развитие отрасли; определены направления развития общественного питания потребительской кооперации.

The article shows the role of public catering in meeting the needs of shareholders and the population served; analysis of indicators characterizing the industry's development has been conducted on the example of consumer unions activity at the Central Federal District; directions for the development of public catering in consumer cooperatives have been identified.

Ключевые слова: потребительская кооперация; показатели эффективности общественного питания; предприятия общественного питания; внешняя среда.

Key words: consumer cooperation; indicators of public catering efficiency; public catering enterprises; external environment.

Общественное питание потребительской кооперации создает важную роль в выполнении социальной миссии – удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков и обслуживаемого населения и выполняет основные функции: производство, реализацию и организацию потребления произведенной продукции.

Основная цель общественного питания потребительской кооперации – обеспечение удовлетворения спроса населения на потребительские товары, услуги сферы общественного питания по доступным ценам в соответствии с нормами качества и безопасности.

Предприятия общественного питания региональных потребсоюзов, наряду с удовлетворением спроса на продукцию общественного питания, занимаются организацией культурного отдыха, проведением торжественных мероприятий (юбилеев, выпускных вечеров), что имеет значение для повышения культуры общения населения. В связи с этим интерес представляет анализ состояния общественного питания в региональных потребсоюзах.

Для анализа нами избраны показатели деятельности потребсоюзов Центрального федерального округа, а также Центросоюза РФ, которые, по нашему мнению, в наибольшей мере отражают роль общественного питания в обслуживании сельского населения и позволяют сделать выводы о деятельности предприятия.

Из представленных в статистической отчетности Центросоюза регионов Центрального федерального округа видно, что наибольшее количество предприятий общественного питания по состоянию на 01.01.2024 отмечалось в Брянской области (145 ед.) и Смоленской области (122 ед.), наименьшее количество – в Тамбовской области (12 ед.) и в Ивановской области (8 ед.). По всем потребсоюзам наблюдается сокращение предприятий общественного питания. Наибольшее сокращение за 2020–2023 гг. произошло в Курском потребсоюзе: на 22%. Наименьшие потери предприятий общественного питания за анализируемый период отмечались во Владимирском потребсоюзе с 65 ед. в 2020 г. до 64 ед. в 2023 г. (снижение на 1,5%), в Орловском потребсоюзе – с 68 ед. в 2020 г. до 64 ед. в 2023 г. (на 5,9%), в Тамбовском потребсоюзе – с 13 ед. в 2020 г. до 12 ед. в 2023 г. (на 7,7%), в Смоленском потребсоюзе – с 132 ед. в 2020 г. до 122 ед. в 2023 г. (на 8%) (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика количества предприятий общественного питания потребительской кооперации в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг. (на начало года, ед.)

Наименование	Количество предприятий на 01.01, ед.				Темп роста, %	Количество действующих предприятий питания, ед.				Темп роста, %
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024	
Центросоюз	3 251	3 091	2 966	2 867	88,2	2 259	2 071	1 963	1 891	83,7
Центральный	632	601	575	557	88,1	406	366	349	331	81,5
Брянский	170	154	144	145	85,3	112	97	91	87	77,7
Владимирский	65	65	64	64	98,5	34	32	31	28	82,4
Ивановский	10	9	8	8	80,0	6	5	3	3	50,0
Калужский	32	32	30	27	84,4	24	23	20	20	83,3
Курский	59	53	49	46	78,0	53	48	43	42	79,2
Орловский	68	66	64	64	94,1	45	39	42	41	91,1
Смоленский	134	132	130	122	91,0	75	70	67	62	82,7
Тамбовский	13	12	12	12	92,3	8	6	5	5	62,5
Тульский	19	18	17	17	89,5	9	10	9	9	100,0
Ярославский	62	60	57	52	83,9	40	36	38	34	85,0

На рисунке 1 представлена динамика количества предприятий общественного питания по системе Центросоюза РФ за 2020–2023 гг.

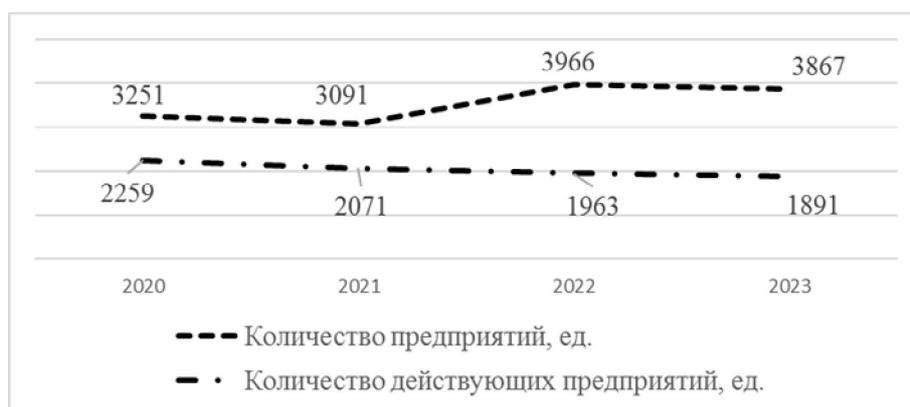


Рисунок 1 – Динамика количества предприятий общественного питания по системе Центросоюза РФ за 2020–2023 гг.

Следует отметить, что значения показателей количества предприятий общественного питания и количества действующих предприятий существенно различаются. Так, если по состоянию на начало 2024 г. в организациях потребительской кооперации Центрального федерального округа насчитывалось 557 предприятий общественного питания, то число действующих предприятий составило 331 ед., т. е. 59,34%.

Доля действующих предприятий общественного питания в общем их количестве в потребсоюзах Центрального федерального округа в 2023 г. показана на рисунке 2.

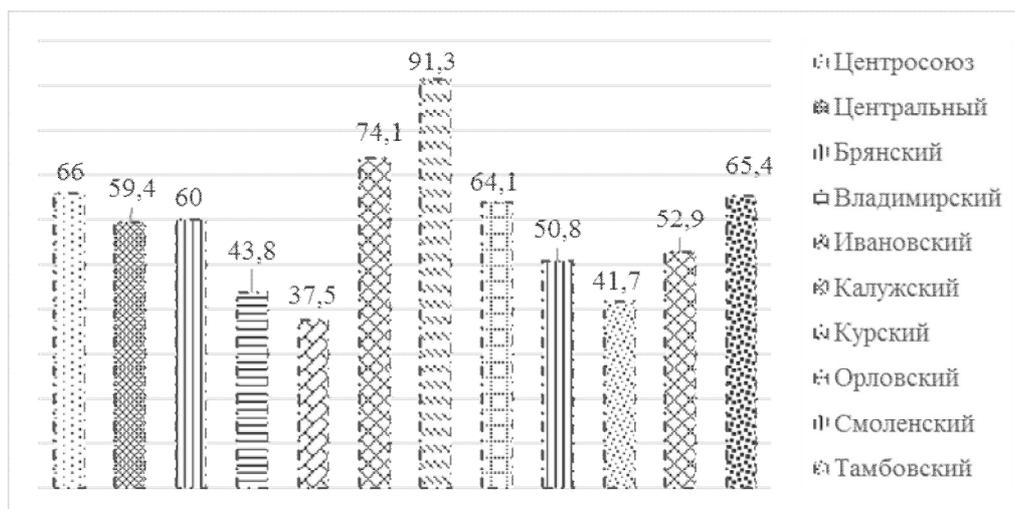


Рисунок 2 – Доля действующих предприятий общественного питания в общем их количестве в потребсоюзах Центрального федерального округа в 2023 г.

Как показывают данные рисунка 2, доля действующих предприятий общественного питания в общем их количестве в ряде регионов Центрального федерального округа колеблется от 37,5 до 91,3%. С этих позиций интерес представляет анализ динамики доли действующих, сданных в аренду и закрытых предприятий общественного питания в разрезе регионов (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика доли действующих, сданных в аренду и закрытых предприятий общественного питания потребительской кооперации в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг. (на начало года, ед.)

Наименование	Доля действующих предприятий, в % к их общему количеству				Доля сданных в аренду предприятий, в % к их общему количеству				Доля закрытых предприятий, в % к их общему количеству			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Центросоюз	69,5	67,0	66,2	66,0	11,3	11,8	12,0	13,2	19,2	21,2	21,8	20,8
Центральный	64,2	60,9	60,7	59,4	13,1	13,8	13,4	14,7	22,6	25,3	25,9	25,9
Брянский	65,9	63,0	63,2	60,0	10,6	12,3	12,5	11,7	23,5	24,7	24,3	28,3
Владимирский	52,3	49,2	48,4	43,8	21,5	26,2	23,4	28,1	26,2	24,6	28,1	28,1
Ивановский	60,0	55,6	37,5	37,5	30,0	33,3	25,0	37,5	10,0	11,1	37,5	25,0
Калужский	75,0	71,9	66,7	74,1	18,8	15,6	20,0	22,2	6,3	12,5	13,3	3,7
Курский	89,8	90,6	87,8	91,3	6,8	–	–	–	3,4	9,4	12,2	8,7
Орловский	66,2	59,1	65,6	64,1	13,2	15,2	10,9	12,5	20,6	25,8	23,4	23,4
Смоленский	56,0	53,0	51,5	50,8	7,5	9,1	7,7	9,8	36,6	37,9	40,8	39,3
Тамбовский	61,5	50,0	41,7	41,7	7,7	8,3	25,0	25,0	30,8	41,7	33,3	33,3
Тульский	47,4	55,6	52,9	52,9	42,1	33,3	35,3	35,3	10,5	11,1	11,8	11,8
Ярославский	64,5	60,0	66,7	65,4	16,1	16,7	17,5	17,3	19,4	23,3	15,8	17,3

Как показывают данные таблицы 2, доля действующих предприятий общественного питания потребительской кооперации за исследуемый период в отдельных потребсоюзах возросла: в Курском потребсоюзе – с 89,8 до 91,3%, в Тульском потребсоюзе – с 47,4 до 52,9%, в Ярославском потребсоюзе – с 64,5 до 65,4%. Это произошло за счет уменьшения общего количества предприятий общественного питания и за счет закрытия ранее действующих. Также в большинстве потребсоюзов наблюдается рост сданных в аренду предприятий общественного питания, что, с одной стороны, приносит доход организациям потребительской кооперации в виде арендной платы, а с другой – свидетельствует о нехватке собственных ресурсов на их содержание и эксплуатацию.

Следует отметить, что оборот общественного питания потребительской кооперации вырос во всех регионах Центрального федерального округа, в том числе и оборот на одно предприятие. Оборот общественного питания на одно предприятие общественного питания потребительской кооперации в разрезе регионов Центрального федерального округа за 2020–2023 гг. показан в таблице 3.

Таблица 3 – Оборот общественного питания на одно предприятие питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

Наименование	Оборот общественного питания, тыс. р.				Темп роста, %	Оборот общественного питания на одно предприятие, тыс. р.				Темп роста, %
	2020	2021	2022	2023		2020	2021	2022	2023	
Центросоюз	9 224	11 362	12 436	13 615	147,6	4,08	5,49	6,34	7,2	176,5
Центральный	1 441,4	1 752	2 050	2 181	151,3	3,55	4,79	5,87	6,59	185,6
Брянский	278	350	396	449	161,5	2,48	3,61	4,35	5,16	208,1
Владимирский	116	157	190	198	170,7	3,41	4,91	6,13	7,07	207,3
Ивановский	24	22	28	45	187,5	4,0	4,4	9,33	15,0	375,0
Калужский	165	212	244	232	140,6	6,88	9,22	12,2	11,6	168,6
Курский	198	245	281	299	151,0	3,74	5,10	6,53	7,12	190,4
Орловский	192	211	265	293	152,6	4,27	5,41	6,31	7,15	167,4
Смоленский	288	340	404	431	149,6	3,84	4,86	6,03	6,95	181,0
Тамбовский	21	32	46	49	233,3	2,63	5,33	9,2	9,8	372,6
Тульский	43	52	68	61	141,8	4,78	5,2	7,56	6,78	141,8
Ярославский	117	130	131	123	105,1	2,93	3,61	3,45	3,62	123,5

Следует отметить, что за период с 2020 по 2023 г. отмечается рост оборота общественного питания в целом по системе Центросоюза РФ на 47,6%, т. е. почти в 2 раза. Оборот общественного питания на одно предприятие за этот период вырос на 76,5% – с 4 тыс. р. до 7,2 тыс. р. Это в значительной мере связано с ростом цен на продукцию и сырье.

Оборот общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за указанный период существенно различается – с 45 тыс. р. в Ивановском потребсоюзе до 449 тыс. р. в Брянском потребсоюзе.

Данный показатель в целом в потребсоюзах Центрального федерального округа возрос с 2020 по 2023 г. с 1 441,4 тыс. р. до 2 181 тыс. р., т. е. на 51,3% (рисунок 3).



Рисунок 3 – Оборот общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг., тыс. р.

Спрос на продукцию общественного питания у пайщиков и обслуживаемого населения постоянно растет, что подтверждается анализом динамики оборота общественного питания потребительской кооперации на одного пайщика (таблица 4).

Таблица 4 – Динамика оборота общественного питания потребительской кооперации на одного пайщика в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

Наименование	Количество пайщиков на 01.01, тыс. чел.				Темп роста, %	Оборот общественного питания на одного пайщика, тыс. р.				Темп роста, %
	2021	2022	2023	2024		2020	2021	2022	2023	
Центросоюз	1 199	1 123	1 046	969	80,8	7,693	10,118	11,889	14,051	182,6
<i>Центральный</i>	120,9	110,4	93,4	87,3	72,2	11,922	15,870	21,949	24,983	209,5
Брянский	34,9	30,9	24,21	23,24	66,6	7,966	11,327	16,357	19,320	242,5
Владимирский	6,5	5,8	4,74	4,52	69,5	17,846	27,069	40,084	43,805	245,5
Ивановский	5,6	3,2	2,46	1,81	32,3	4,286	6,875	11,382	24,862	580,1
Калужский	5,8	5,5	5,33	4,98	85,9	28,448	38,545	45,779	46,586	163,8
Курский	6,4	6,3	5,57	5,15	80,5	30,938	38,889	50,449	58,058	187,7
Орловский	19,4	18,8	17,47	16,98	87,5	9,897	11,223	15,169	17,256	174,4
Смоленский	14,8	14,3	13,86	13,72	92,7	19,459	23,776	29,149	31,414	161,4
Тамбовский	11,5	10,6	7,27	5,69	49,5	1,826	3,019	6,327	8,612	471,6
Тульский	3,6	3,2	2,63	2,37	65,8	11,944	16,250	25,856	25,738	215,5
Ярославский	12,2	11,7	9,84	8,8	72,1	9,590	11,111	13,313	13,977	145,7

Данные таблицы 4 показывают, что оборот общественного питания на одного пайщика в целом по системе Центросоюза РФ возрос с 7,7 тыс. р. в 2020 г. до 14,0 тыс. р. в 2023 г., т. е. почти в 2 раза. В целом по потребсоюзам Центрального федерального округа темп роста по данному показателю за указанный период составил 209,5%.

Максимальные значения оборота общественного питания на одного пайщика в 2023 г. были отмечены в Курском (58,0 тыс. р.), Калужском (46,6% тыс. р.) и Владимирском потребсоюзах (43,8 тыс. р.). Минимальные значения данного показателя отмечались в Тамбовском (8,6 тыс. р.) и Ярославском потребсоюзах (13,9 тыс. р.). Оборот предприятий общественного питания отражает совокупный результат отрасли. Таким образом, можно сделать вывод, что развитие отрасли общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа осуществляется неравномерно. Однако наибольшие темпы роста данного показателя отмечены в Тамбовском потребсоюзе (471,6% в 2023 г. по сравнению с 2020 г.) и в Ивановском потребсоюзе (580,1% за указанный период).

На развитие отраслей деятельности потребительской кооперации, в том числе и общественного питания, в значительной мере влияет наличие и состояние материально-технической базы, количество предприятий общественного питания.

Количество предприятий общественного питания потребительской кооперации на 1000 пайщиков характеризует обеспеченность собственной продукцией ее членов.

Динамика количества предприятий общественного питания потребительской кооперации в потребсоюзах Центрального федерального округа на 1000 пайщиков за 2020–2023 гг. показана в таблице 5.

Таблица 5 – Динамика количества предприятий общественного питания потребительской кооперации в потребсоюзах Центрального федерального округа на 1000 пайщиков за 2020–2023 гг.

	Количество предприятий общественного питания на 1000 пайщиков				Темп роста, %
	2020	2021	2022	2023	
Центросоюз	2,7	2,8	2,8	3,0	109,1
Центральный	5,2	5,4	6,2	6,4	122,1
Брянский	4,9	5,0	5,9	6,2	128,1
Владимирский	10,0	11,2	13,5	14,2	141,6
Ивановский	1,8	2,8	3,3	4,4	247,5
Калужский	5,5	5,8	5,6	5,4	98,3
Курский	9,2	8,4	8,8	8,9	96,9
Орловский	3,5	3,5	3,7	3,8	107,5
Смоленский	9,1	9,2	9,4	8,9	98,2
Тамбовский	1,1	1,1	1,7	2,1	186,6
Тульский	5,3	5,6	6,5	7,2	135,9
Ярославский	5,1	5,1	5,8	5,9	116,3

Уровень развития общественного питания в регионе определяет долю оборота отрасли в совокупном обороте потребительской кооперации. Данный показатель в целом по системе Центросоюза РФ в 2023 г. составлял 6,7%, по Центральному федеральному округу – 6,5% в совокупном объеме деятельности. Ивановский и Смоленский потребсоюзы имеют наивысшие значения данного показателя – 14,3% и 9,5% соответственно.

Росту доли оборота в совокупном объеме потребительской кооперации способствует увеличение выработки собственной продукции на предприятиях общественного питания. Данные о выработке собственной продукции, соотношении выработанной продукции и общественного питания, а также о выработке собственной продукции на одно действующее предприятие питания приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Динамика выработки собственной продукции на предприятиях общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

Наименование	Выработка собственной продукции					Соотношение выработанной продукции и оборота общественного питания, %				Выработка собственной продукции на одно действующее предприятие питания				
	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %
Центросоюз	8 381	10 071	10 828	12 017	143,4	95,0	87,9	87,1	88,3	3,710	4,863	5,516	6,355	171,3
<i>Центральный</i>	1 339	1 537	1 774	1 980	147,9	90,2	87,7	86,5	90,8	3,298	4,199	5,083	5,982	181,4
Брянский	295	348	400	449	152,2	100,0	99,4	100,0	100,0	2,634	3,588	4,396	5,161	195,9
Владимирский	79	92	109	122	154,	67,9	58,5	57,2	61,3	2,324	2,875	3,516	4,357	187,5
Ивановский	11	9	11	15	136,4	45,5	41,2	40,3	32,9	1,833	1,800	3,667	5,000	272,7
Калужский	152	190	214	224	147,4	92,1	89,7	88,0	96,6	6,333	8,261	10,700	11,200	176,8
Курский	145	166	186	252	173,8	73,5	67,7	66,3	84,3	2,736	3,458	4,326	6,000	219,3
Орловский	198	215	266	294	148,5	100,0	100,0	100,0	100,0	4,400	5,513	6,333	7,171	163,0
Смоленский	285	312	363	388	136,1	85,9	91,8	89,8	90,1	3,800	4,457	5,418	6,258	164,7
Тамбовский	21	28	41	44	209,5	98,2	88,3	89,0	88,7	2,625	4,667	8,200	8,800	335,2
Тульский	45	52	59	70	155,6	100,0	100,0	87,0	100,0	5,000	5,200	6,556	7,778	155,6
Ярославский	109	124	125	123	112,8	93,2	95,2	96,1	99,9	2,725	3,444	3,289	3,618	132,8

Данные таблицы 6 показывают, что наибольшее значение темпов роста выработки собственной продукции в 2023 г. по сравнению с 2020 имеют Тамбовский потребсоюз (209,5%) и Курский потребсоюз (173,8%), что значительно превышает темпы роста данного показателя в целом по системе Центросоюза РФ (143,4%) и по Центральному федеральному округу в целом (147,9%).

Соотношение выработанной продукции и оборота общественного питания в целом по системе Центросоюза РФ составляет 88,3 %, в отдельных потребсоюзах доходит до 100 % (таблица 6, рисунок 4).



Рисунок 4 – Соотношение выработанной продукции и оборота общественного питания в системе Центросоюза РФ и Центральном федеральном округе, %

Таким образом, на предприятиях общественного питания потребительской кооперации в основном реализуется собственная продукция.

Развитию общественного питания способствует наличие квалифицированных кадров в отрасли. Однако следует отметить, что численность работников в потребсоюзах Центрального федерального округа, как и в целом по системе Центросоюза РФ имеет тенденцию к снижению – с 11 108 чел. на начало 2021 г. до 9 303 чел. на начало 2024 г., т. е. на 16,25% (таблица 7).

Таблица 7 – Динамика численности работников и численности работников на одно предприятие питания по потребсоюзам Центрального федерального округа за 2020–2023 г.

Наименование	Количество работников на 01.01., чел.				Темп роста, %	Количество работников на одно предприятие питания, чел.				Темп роста, %
	2021	2022	2023	2024		2020	2021	2022	2023	
Центросоюз	11 108	10 288	9 698	9 303	83,75	4,9	5,0	4,9	4,9	100,0
Центральный	1 749	1 669	1 579	1 452	83,02	4,3	4,6	4,5	4,4	101,8
Брянский	446	420	380	356	79,82	4,0	4,3	4,2	4,1	102,8
Владимирский	100	107	104	101	101	2,9	3,3	3,4	3,6	122,6
Ивановский	35	27	28	27	77,14	5,8	5,4	9,3	9	154,3
Калужский	115	110	102	92	80	4,8	4,8	5,1	4,6	96
Курский	220	225	197	174	79,09	4,2	4,75	4,6	4,1	99,8
Орловский	271	246	237	226	83,39	6,0	6,3	5,6	5,5	91,5
Смоленский	310	275	259	252	81,29	4,1	3,9	3,9	4,1	98,3
Тамбовский	37	27	29	28	75,68	4,6	4,5	5,8	5,6	121,1
Тульский	56	57	53	43	76,79	6,2	5,7	5,9	4,8	76,8
Ярославский	159	175	190	152	95,6	4,0	4,6	5	4,5	112,5

Количество работников на одно предприятие питания за исследуемый период по системе потребительской кооперации России не изменилось.

Следует отметить, что заработная плата и производительность труда работников предприятий общественного питания потребительской кооперации за анализируемый период растут. Так, в Ивановском потребсоюзе темп роста заработной платы работников общественного питания за период с 2020 по 2023 г. составил 238,6 %, в Тамбовском потребсоюзе – 208,3 %, тогда как по системе потребсоюза данный показатель составил 161,3 % (таблица 8, рисунок 5).

Таблица 8 – Динамика заработной платы и производительности труда работников предприятий общественного питания потребительской кооперации в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг., р.

Наименование	Зарплата работников				Темп роста, %	Нагрузка на одного работника				Темп роста, %
	2020	2021	2022	2023		2020	2021	2022	2023	
Центросоюз	16 987	19 915	23 527	27 393	161,3	830	1104	1282	1464	176,4
Центральный	16 354	19 396	22 747	27 409	167,6	824	1050	1299	1502	182,3
Брянский	14 305	17 167	19 790	24 301	169,9	624	833	1041	1261	202,1
Владимирский	18 880	21 976	25 654	29 384	155,6	1157	1472	1829	1958	169,2
Ивановский	12 160	15 543	13 598	29 009	238,6	681	821	988	1680	246,7
Калужский	16 217	19 027	21 077	24 894	153,5	1435	1928	2388	2522	175,7
Курский	17 575	20 279	24 794	29 532	168,0	901	1089	1429	1717	190,6
Орловский	17 614	20 387	24 923	29 120	165,3	709	860	1118	1295	182,7
Смоленский	16 495	19 644	23 801	27 939	169,4	929	1237	1559	1710	184,1
Тамбовский	14 941	20 801	25 227	31 128	208,3	574	1186	1579	1759	306,4
Тульский	17 546	20 371	23 746	26 113	148,8	760	909	1276	1409	185,4
Ярославский	17 327	20 551	22 388	28 439	164,1	733	745	686	812	110,8

На рисунке 5 показана заработная плата работников предприятий общественного питания в системе Центросоюза и потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

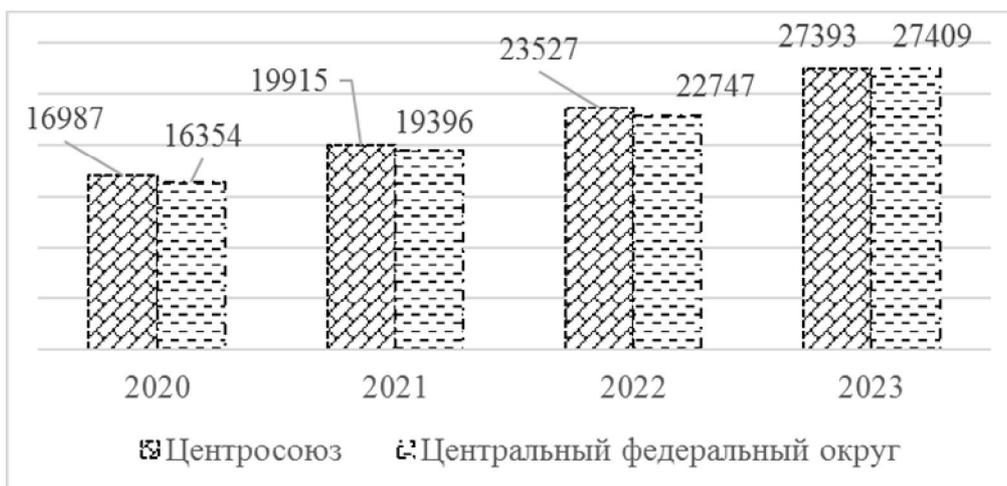


Рисунок 5 – Заработная плата работников предприятий общественного питания в системе Центросоюза и потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг., р.

Производительность труда возросла во всех анализируемых потребсоюзах. Наблюдается положительная тенденция, когда темпы роста производительности труда опережают темпы роста заработной платы, что свидетельствует об эффективном расходовании средств на оплату труда, о выплате работникам реально заработанных средств. Такая тенденция наблюдается во всех анализируемых потребсоюзах, кроме Ярославского, где значительный рост заработной платы (темп роста 164,1%) не обоснован, темпы роста производительности труда составили 110,8%.

Указанные выше показатели оказывают существенное влияние на показатели эффективности общественного питания потребительской кооперации.

В большинстве потребсоюзов Центрального федерального округа в 2020 г. получен убыток, кроме Курского, Смоленского и Ярославского потребсоюзов. Владимирский и Ивановский потребсоюзы имели убыток в последующие годы, но в 2023 г. ими была получена прибыль (таблица 9, рисунок 6).

Таблица 9 – Динамика прибыли и прибыли на одно предприятие общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

Наименование	Прибыль, тыс. р.				Прибыль на 1 предприятие, тыс. р.			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Центросоюз	-183 541	317 740	289 190	432 020	-81,2488	153,4235	147,3204	228,4611
Центральный	7 633	86 894	103 881	119 354	18,80049	237,4153	297,6533	360,5861
Брянский	-17 707	13 015	14 246	18 672	-158,098	134,1753	156,5495	214,6207
Владимирский	-6 684	-1 522	2 519	8 198	-196,588	-47,5625	81,25806	292,7857
Ивановский	-548	-326	-2 745	82	-91,3333	-65,2	-915	27,33333
Калужский	-3121	3 040	5 000	6 173	-130,042	132,1739	250	308,65
Курский	20 781	31 270	27 223	34 049	392,0943	651,4583	633,093	810,6905
Орловский	-114	19 734	12 278	8 862	-2,53333	506	292,3333	216,1463
Смоленский	14 907	17 319	35 989	36 352	198,76	247,4143	537,1493	586,3226
Тамбовский	-160	1 474	2 469	-	-20	245,6667	493,8	0
Тульский	-1 218	398	1 524	1 140	-135,333	39,8	169,3333	126,6667
Ярославский	1 497	2 492	5 378	5 826	37,425	69,22222	141,5263	171,3529

На рисунке 6 показана динамика прибыли на одно предприятие общественного питания по системе Центросоюза РФ и в потребсоюзах РФ за 2020–2023 гг., тыс. р.

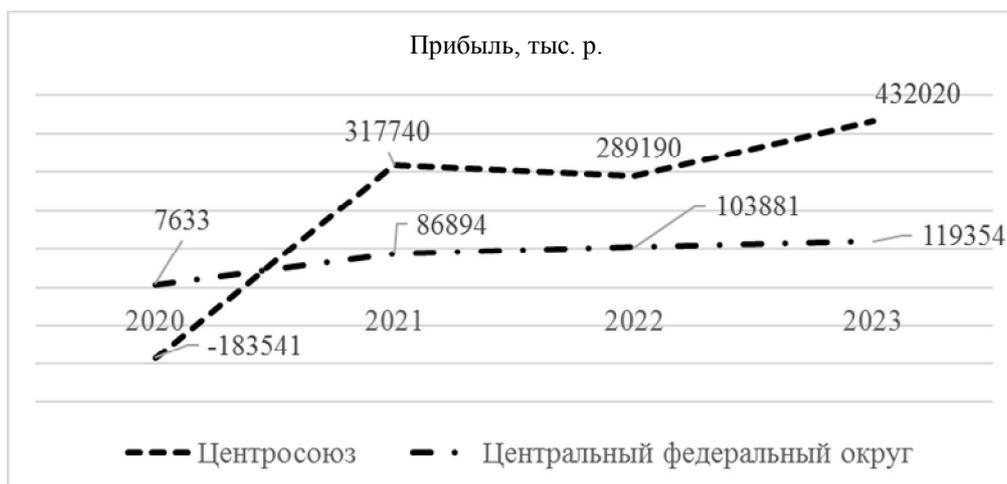


Рисунок 6 – Динамика прибыли на одно предприятие общественного питания по системе Центросоюза РФ и в потребсоюзах РФ за 2020–2023 гг., тыс. р.

Данные рисунка 6 показывают, что если в 2020 г. убыток в общественном питании составлял 183 541 тыс. р., то в 2023 г. прибыль составила 432 020 тыс. р.

В таблице 10 представлены показатели рентабельности предприятий потребительской кооперации за 2020–2023 гг. В целом по системе данный показатель составил в 2023 г. 3,16%, по потребсоюзам ЦФО 5,53%.

Таблица 10 – Рентабельность предприятий общественного питания в потребсоюзах Центрального федерального округа за 2020–2023 гг.

Наименование	Рентабельность, %			
	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Центросоюз	-2,24	2,95	2,37	3,16
Центральный	0,52	4,93	5,08	5,53
Брянский	-6,28	3,64	3,49	4,08
Владимирский	-5,59	-0,95	1,33	4,14
Ивановский	-2,27	-1,39	-9,41	0,17
Калужский	-3,75	2,78	4,05	5,42
Курский	8,5	10,93	8,55	9,72
Орловский	-0,06	9,52	4,69	3,02
Смоленский	4,31	4,49	7,98	7,49
Тамбовский	-0,75	4,68	5,39	–
Тульский	-2,57	0,71	2,05	1,65
Ярославский	1,28	1,72	3,7	4,1

Таким образом, несмотря на различный уровень развития общественного питания в региональных потребсоюзах и различную динамику избранных для анализа показателей в 2023 г. отрасль является прибыльной как во всех исследуемых потребсоюзах, так и в целом по системе Центросоюза России. Однако необходимо дальнейшее развитие общественного питания в региональных потребсоюзах с учетом уровня развития отрасли в настоящее время и с учетом поставленных задач [1–8].

Важным направлением деятельности предприятий общественного питания является рост выпуска продукции собственного производства и ее реализация в розничной торговой сети потребительских обществ (союзов), что позволяет эффективнее использовать производственные мощности, увеличить долю собственной продукции в обороте, полнее удовлетворить спрос сельского населения.

В числе приоритетных направлений развития общественного питания потребительской кооперации определены:

- восстановление и расширение сети социальноориентированных предприятий общественного питания;
- обновление материально-технической базы предприятий общественного питания;

- развитие производства кулинарных изделий и полуфабрикатов на базе предприятий общественного питания;
- пропаганда культуры здорового питания за счет производства эксклюзивной, экологически чистой продукции по традиционным старинным и национальным рецептам, в том числе из дикорастущего сырья и сельскохозяйственной продукции, закупленной у населения;
- участие в ярмарках местного значения;
- повышение качества обслуживания населения.

Продукция, вырабатываемая в предприятиях питания потребительской кооперации, должна изготавливаться из высококачественного натурального сырья отечественного производства, фермерских хозяйств, сельских подворий. Важным условием развития предприятий общественного питания является высокое качество предоставляемых блюд, широкий спектр предоставляемых услуг, оперативность работы и отличный сервис обслуживания гостей.

Сравнительный анализ общественного питания региональных потребсоюзов Центрального федерального округа показал, что несмотря на существующие различия и разный уровень развития отрасли, каждый из них имеет потенциал для повышения эффективности деятельности предприятий общественного питания. Его использование обеспечит развитие отрасли системы потребительской кооперации России в целом.

Развитие общественного питания способствует решению комплекса социально-экономических задач в интересах сельского населения. Реализация указанных направлений будет способствовать достижению цели общественного питания потребительской кооперации – обеспечение удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги общественного питания по доступным ценам высокого качества.

Список использованной литературы

1. **Исаенко, А. В.** Общественное питание в условиях социальных ограничений в результате распространения инфекции COVID-19: проблемы и пути их решения / А. В. Исаенко // Актуальные проблемы развития общественного питания и пищевой промышленности : материалы V междунар. науч.-практ. и науч.-метод. конф., Белгород, 17 марта 2021 г. / Белгород. ун-т кооп., экономики и права. – Белгород, 2021. – С. 5–11.
2. **Исаенко, Е. В.** Адаптация предприятий общественного питания к факторам внешней среды / Е. В. Исаенко, А. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2024. – № 5 (108). – С. 9–21.
3. **Исаенко, Е. В.** Исследование развития рынка услуг в условиях изменяющейся внешней среды / Е. В. Исаенко, В. В. Иголкина // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2020. – № 3 (82). – С. 9–22.
4. **Исаенко, Е. В.** Состояние и перспективы развития общественного питания / Е. В. Исаенко, А. В. Исаенко // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2020. – № 5 (84). – С. 9–23.
5. **Тарасова, Е. Е.** Оценка качества услуг предприятий общественного питания на основе маркетинговых исследований / Е. Е. Тарасова, Ю. Б. Тимошенко // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2011. – № 1. – С. 13–19.
6. **Тарасова, Е. Е.** Применение метода интернет-опроса при проведении маркетинговых исследований в предприятиях общественного питания / Е. Е. Тарасова, Ю. Б. Тимошенко // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2009. – № 4-1 (32). – С. 3–8.
7. **Тедеева, Р. А.** Оценка влияния отдельных факторов на результаты функционирования рынка общественного питания Белгородской области / Р. А. Тедеева, А. Н. Ковалев // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2017. – № 5 (66). – С. 136–145.
8. **Теплов, В. И.** Теоретическое обоснование ценностной модели развития потребительской лояльности к предприятию общественного питания / В. И. Теплов // Вестн. Белгород. ун-та кооп., экономики и права. – 2014. – № 4 (52). – С. 5–20.

О ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ В КООПЕРАТИВНОМ ДВИЖЕНИИ (ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ)

В статье рассматриваются вопросы регулирования правовых отношений по формированию, применению и использованию цифровых технологий в экономике России, в том числе и кооперативном движении. Анализируя научные и нормативно-правовые источники мы определили собственное видение сущности цифровой экономики, как юридической категории, состоящее в проникновении цифровых и компьютерных технологий через социальные сети и сети Интернет во все сферы социальной жизни государства и общества, позволяющие с использованием информационно-коммуникативных средств эффективно создавать, координировать, управлять и моментально обмениваться меняющейся информацией в реальном времени, независимо от местоположения и географического нахождения субъектов такой деятельности и активно их внедрять в области новых технологий и цифровизации экономики, в том числе, и в кооперативное движение, рассматриваются и некоторые проблемы, которые могут нести такие внедрения.

The article examines the issues of regulation of legal relations on the formation, application and use of digital technologies in the Russian economy, including the cooperative movement. Analyzing scientific and regulatory sources, we have defined our own vision of the essence of the digital economy as a legal category, consisting in the penetration of digital and computer technologies through social networks and the Internet into all spheres of social life of the state and society, allowing using information and communication tools to effectively create, coordinate, manage and instantly exchange changing information in real time, regardless of the location and geographical location of the subjects of such activities and actively implement them in the field of new technologies and digitalization of the economy, including in the cooperative movement, some problems that such implementations may bring are also being considered.

Ключевые слова: правовое регулирование; цифровая экономика; цифровизация; кооперативное движение.

Key words: legal regulation; digital economy; digitalization; cooperative movement.

Современный период в России отличается довольно сложной социальной, политической и экономической ситуацией в связи с чем, вновь возрастает актуальность вопросов активизации кооперативного движения. История развития Российского общества свидетельствует о том, в одиночку выжить бывает очень сложно и в эти периоды всегда активизировалось кооперативное движение. На помощь приходили кооперативы, как самобытные добровольные объединения главным образом людей небольшого достатка. Так в Великую Отечественную войну кооперативы помогали выживать в тылу и победить на фронте, занимаясь снабжением продовольствием фронта и тыла. Сейчас ситуация в мире также нестабильна и беспокойна, поэтому необходимо применение эффективных моделей системы кооперации с учетом современных достижений науки и техники. К тому же на помощь кооперативному движению приходят цифровые технологии активно ворвавшиеся в современную жизнь которые довольно быстро изменяют наши и правовые отношения, как в государственном управлении, так и в общественной жизни, касаясь практически всех отраслей экономики и конечно же активно внедряются в кооперативное движение. То есть, не обошли стороной процессы внедрения цифровых технологий и кооперативное движение. Активно проходящие процессы цифровизации потребовали некоторого правового регулирования, что привело еще в июле 2017 г. к принятию Распоряжением правительства национальной программы «Цифровая экономика в Российской Федерации». В этой программе была сформулирована стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг., утвержденной Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203. Автономная некоммерческая организация (АНО) «Цифровая экономика» и обозначены базовые направления для ускоренного развития цифровой экономики [1]. Однако в этой программе не учитывалось осуществление внедрения цифровых технологий в кооперативном движении.

Но, как уже упоминалось, что в сложные периоды Российское общество активизировалось в кооперативном движении. И цифровая трансформация прочно входит в деятельность потребительской кооперации и не менее десятилетия является предметом обсуждения не только в научной среде но и в ее общественной жизни. Так, в 2019 г. вопросы цифровой трансформации потребительской кооперации обсудили участники круглого стола «Цифровизация кооперации – будущее или реальность». Был проведен международный форум «Потребительская кооперация – открытые возможности для каждого на благо всех» в Туле 02.10.2021 г. В ней принимали

участие президент Международного кооперативного альянса Ариэль Гуарко, управляющий делами Президента Республики Беларусь Валерий Иванов, президент Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» Александр Калинин и др. Деловая программа форума предусматривала обсуждение новых идей по общению между региональными потребсоюзами, лучшие национальные практики развития кооперативного движения и формирования кооперативной торговой сети нового поколения, цифровые сервисы для работы кооперации, программы развития системы, в том числе и кооперативного образования, а также вопросы инициативных проектов Центросоюза по развитию розничной и мобильной торговли, глобальной цифровизации и других веяниях современности, требующих изменения кооперативного законодательства. И по итогам был сделан однозначный вывод: «Цифровизация кооперации – реальность, ей необходимо быть и развиваться!».

Таким образом, цифровые технологии прочно вошли в кооперативную деятельность. Так, например, они активно используются в образовании и бухгалтерской отчетности, и т. п. В полной мере используются новые функции цифрового сервиса «Кооператив онлайн» – уникального продукта, который переводит в цифровой формат всю процедуру – от регистрации заявления о приеме в пайщики, уплаты членского взноса до дистанционного голосования и формирования электронных протоколов. В образовательной системе г. Новосибирска Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК) широко применяются дистанционное образование и электронная документация.

Однако к такому развитию событий оказались не совсем готовы как законодательные, так и исполнительные, в том числе и судебные органы нашей страны. Несовершенство правовой базы цифровизации тормозит ее более широкое и эффективное использование.

С нашей точки зрения, актом наиболее высшей юридической силой по регулированию «цифровой экономики» обладает закон, принятый в июле 2006 г. 149-ФЗ «Об информации информационных технологиях и о защите информации» со всеми изменениями на текущий период. Последние изменения от 08.08.2024 № 303-ФЗ вступили в силу 1 сентября 2024 г. [2].

Законодательство информационных технологий развивается и совершенствуется, но оно базируется на регулировании традиционной, нецифровой экономики, которая развивается двумя путями: по нормативному регулированию и актами применительной деятельности права в форме государственных целевых программ поддержки. В других законодательных актах, так или иначе регулирующих отношения по цифровизации, так же понятие цифровой экономики как юридической категории законодательно не закреплено, тогда как в научном понимании различные авторы вкладывают в него различные сферы и виды деятельности и до сих пор единого критерия ему пока не определилось. В проекте программы «Развитие цифровой экономики в России: программа до 2035 г.» цифровая экономика определяется, как совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий электронной информации и услуг, технологий больших объемных данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государства».

В «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 г.» «цифровая экономика» законодательно закреплена, как хозяйственная деятельность в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа, которые по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг [3].

При этом существует значительный массив актов, положения которых не содержат достаточно четких критериев, по которым можно было бы определить сферу применения действующего законодательства или не имеют влияния на гражданское, трудовое или иные отрасли права, которые не позволяют в полной мере его использовать применительно к корпоративному движению. Поэтому принимаются активные усилия по формированию правовой базы, причем во многих отраслях экономики. Полагаю, для принятия отдельного закона для интернета нет оснований, так как он во многом будет дублировать существующее законодательство, но уточняющие изменения в действующее законодательство, безусловно, нужны, поскольку появились новые гражданские объекты и субъекты, отсутствующие в ст. 128 ГК РФ, такие как технологические платформы, майнинговые фермы, криптовалюта; (в ней упоминается лишь бездокументарные ценные бумаги, цифровые права и интеллектуальная собственность, как средство индивидуализации) да и субъекты тоже – роботы, например, прочно вошли в нашу жизнь. Да и само понятие «цифровая экономика» связано с активнейшим развитием информационно-

телекоммуникационных технологий, позволяющих развиваться электронному бизнесу и возникнуть электронному рынку. Информационная глобализация, и цифровая трансформация привели к установлению новых экономических законов, которые нуждаются в эффективном правовом обеспечении.

Юристу, специализирующемуся в сфере цифровых технологий причем в любой отрасли экономики, необходимо знать, где и как ему отыскать нужную норму при возникновении спорной ситуации, он должен быть способен толковать право. На этом и должен быть сделан основной акцент при получении высшего образования.

В течение последнего десятилетия многое сделано в совершенствовании законодательства цифровой экономики, внесены дополнения и изменения в Гражданский кодекс (ГК) РФ, легализующий и расширяющий цифровые права и их использование юридическими лицами, так, ст. 106.1, 123.2 ГК РФ, уточняют признаки производственного и потребительского кооперативов; ст. 141.1 ГК РФ, легализует понятие цифрового права, а, согласно новым нормам ГК, дистанционное выражение лицом своей воли с помощью «электронных или других аналогичных технических средств» будет считаться простой письменной формой сделки и др.

В последнюю пятилетку на рассмотрение в Государственную Думу были представлены сразу несколько законопроектов в области цифровой экономики, но только один из них стал законом. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации», который «определяет цели и принципы экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций, круг участников экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций, а также регулирует отношения, связанные с их установлением и реализацией, в том числе изменением, приостановлением, прекращением, мониторингом, оценкой их эффективности и результативности» [4]. Станет ли этот закон эффективным покажет практика жизни, так как к сожалению законодательные новации, касающиеся цифровых технологий, требуют уточнений и он не определяет понятие «цифровые деньги», т. е. криптовалюта пока не получит своего закрепления в гражданском законодательстве, что достаточно серьезно ограничивает действия в экономике, поскольку Российским законодательством они не признаются средством платежа и создают массу проблем как бизнесу, так и налоговым органам. Однако есть надежда, на скорое урегулирование данной проблемы, с 2025 г. в действие вступит норма, признающая «цифровой рубль» как денежную валюту и средство платежной системы, и как отметил П. Крашенинников в том числе «его куплю-продажу, а также предоставить защиту гражданам и юридическим лицам по сделкам с цифровыми правами».

В рамках настоящей статьи не представляется возможным рассмотреть и тщательно проанализировать Российское законодательство, поскольку оно на самом начальном пути развития. Более того, к сожалению, и наше общество, особенно в «глубинке», в полной мере не готово к активному и эффективному использованию цифровой экономики и «волеизъявлению через кнопку». Реальный тот факт, что цифровая экономика как юридическая категория прочно вошла в нашу жизнь и влияние технологического фактора ведет традиционное право к цифровой трансформации, и это – будущее нашей реалии, в том числе в кооперативном движении.

Список использованной литературы

1. **Основные** направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 г. [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

2. **Об информации**, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : Федер. закон, 27 июля 2006 г., № 149-ФЗ : в ред. Федер. закона от 08.08.2024 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

3. **Стратегии** развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 г. [Электронный ресурс] : Указ Президента Рос. Федерации 9 мая 2-17 г., № 203 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

4. **Об экспериментальных** правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федер. закон 31 июля 2020 г., № 258-ФЗ // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

СПЕЦИФИКА «ЖЕНСКОГО ВОПРОСА» В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СОЮЗОВ ГОМЕЛЬЩИНЫ В 1920–1930-е ГОДЫ

В статье отмечена специфика «женского вопроса» в деятельности профессиональных союзов Гомельщины в 1920–1930-е гг. в контексте формирования советской политической системы и политической культуры.

The article notes the specificity of the «women's issue» in the activities of trade unions in the Gomel region in the 1920–1930s in the context of the formation of the Soviet political system and political culture.

Ключевые слова: история; профессиональные союзы; политическая культура; «женский вопрос»; Гомель.

Key words: history; trade union; political culture; «women's issue»; Gomel.

Первая половина XX в. на Гомельщине характеризовалась коренными (революционными) общественными изменениями, в том числе повышением роли женщин в экономической, культурной и политической жизни общества. Происходил отказ от устаревших социальных норм и практик, осуществлялся процесс национально-государственного строительства, шла глубокая трансформация всех сфер общественной жизни. В политике советского правительства 1920–1930-х гг. центральное место отводилось «пробуждению» мощной народной инициативы и самостоятельности, которые должны были способствовать укреплению советского строя и общественным преобразованиям. Именно в этот период времени в повестку дня был включен «женский вопрос» – вопрос о положении женщин в обществе, их правовом статусе, роли и предназначении.

Становление и развитие независимого белорусского государства, социально-экономические и политические преобразования на рубеже XX–XXI столетий, гендерные исследования, повышение интереса к истории повседневной жизни и краеведению сделали актуальной необходимость междисциплинарных исследований истории для переосмысления прошлого.

От момента установления советской власти до окончания межвоенного периода г. Гомель успел побывать прифронтовым городом (1919–1921), губернским центром в составе Российской Советской Федеративной Социалистической Республики (1919–1926), окружным центром Белорусской Советской Социалистической Республики (1926–1930) и стал областным центром БССР (1938).

В фондах «Государственного архива Гомельской области» содержится большой массив документов, связанных с деятельностью высших управленческих структур советских профсоюзов Гомельщины (Городской совет профсоюзов (ГСПС), Окрбюро и Горпрофсовет) в 20–30-х гг. XX в.: протоколы губернских и уездных съездов, протоколы общегородских профсоюзных конференций, протоколы заседаний пленумов и президиума ГСПС и Горпрофсовета, документы контрольной комиссии, списки учета членов профсоюзов, личные дела руководителей и членов органов управления профсоюзных организаций, планы мероприятий, а также материалы работы конфликтных комиссий на предприятиях города. Кроме того, в архивных фондах хранятся материалы проверок и рассмотрения индивидуальных жалоб членов профсоюзов, в том числе направленных в средства массовой информации как местного, так и всесоюзного уровня. В некоторых делах указанных архивных фондов можно обнаружить локальные нормативные акты профсоюзных организаций (постановления, инструкции, циркуляры, положения). Иногда встречаются вырезки из периодической печати того времени либо полные издания стенограмм съездов и информационно-статистических сборников о деятельности профсоюзов.

С установлением советской власти в г. Гомеле с начала 1919 г. начинаются общественные преобразования: создаются органы государственной власти, формируются советские профсоюзы и иные организации, закладываются основы государственной советской политики по различным направлениям, включая «женский вопрос».

Печатный орган гомельского губернского комитета Российской коммунистической партии (большевиков) (РКП(б)) информировал о проведении 7–10 ноября 1920 г. в Гомеле первой губернской конференции беспартийных работниц и крестьянок. Губернский женотдел планировал собрать от 300 до 350 женщин (по одной делегатке от каждой волости и несколько мест

предоставлялось городам и рабочим районам), которые должны были представлять все рабочее и крестьянское женское население губернии. Однако на конференцию прибыло только 107 женщин. Автор публикации перечисляет сложности, с которыми столкнулись организаторы конференции от консервативных настроений до наличия более приоритетных задач (помощь фронту, продовольственная кампания и т. д.) [1].

Об основных направлениях политики РКП (б) по женскому вопросу того периода времени (1920 г.) дает представление циркуляр Центрального комитета РКП (б) «О работе среди женщин», в котором содержится повестка дня предстоящего совещания: военное положение и помощь красному фронту, продовольственное положение, организационные вопросы, участие в рабоче-крестьянской инспекции, участие во всеобщем обучении, охрана матери и ребенка, борьба с проституцией [2]. Как видим, вопросы непосредственного вовлечения женщин в партийно-советскую работу составляют половину повестки дня, но являются менее приоритетными по сравнению с помощью фронту, однако и более приоритетными по отношению к охране материнства и детства.

Еще один важный факт, который фиксируют «Известия Гомельского Губернского Комитета РКП»: структуры коммунистической партии стали центром партийно-советского строительства, в том числе профсоюзных и женских организаций. Работа по женскому вопросу в первую очередь осуществлялась РКП (б) и исполнительными комитетами рабочих, крестьянских и красноармейских депутатов.

С первых дней в создании и работе советских профсоюзных организаций г. Гомеля принимали участие женщины. Так в докладе на четвертом губернском съезде профсоюзов, состоявшемся в Гомеле в октябре 1923 г., был озвучен удельный вес мужчин и женщин в Гомельском Совете профессиональных союзов: «на 1 сентября 1923 г. в ГСПС мужчин – 76,8%, женщин – 23,2%» [3, л. 33].

Активное вовлечение и участие женщин в общественную работу актуализировало и усиливало звучание «женского вопроса». На пятом губернском съезде профсоюзов в октябре 1925 г. делегатка Зельшанова отмечала недостатки в деятельности профсоюзных организаций в своем выступлении: «слабое вовлечение в союзную работу женщин и женщины при равной квалификации с мужчиной получают более низкую заработную плату» [4, л. 24].

Далеко не все инициативы активных участниц профсоюзного движения находили поддержку профсоюзных организаций, их руководящих органов.

Имели место случаи, когда в ходе обсуждения социально-экономических вопросов в выступлениях некоторых участников профсоюзных организаций звучали критические оценки и содержались предложения по исправлению ситуации, но в постановлениях они не находили своего отражения. Так, на собрании женщин-работниц Союза связи Гомельского узла 30 мая 1923 г. в ходе обсуждения вопросов повестки дня одна из выступающих отметила проблему: «низкая квалификация наших работниц приводит к тому, что в большинстве своем они попадают под сокращение». Для решения этой проблемы предлагалось обеспечить повышение их производственной квалификации, но в резолюции собрания было только отмечено: «намеченная работа часто срывалась благодаря пассивности самих работниц» [5, л. 8].

Важной частью «женского вопроса» становится вовлечение и участие женщин-крестьянок, работниц и домашних хозяек в советском государственном строительстве, в том числе их участие в выборах Советов депутатов и выдвижение в качестве кандидатов в депутаты.

В отчете о работе среди женщин в советах и исполкомах Гомельского округа 1927 г. приводится статистика представительства женщин: председателей, заместителей, секретарей сельских советов – 12 чел., членов президиума и секций сельских советов – 95 чел., в райисполкомах и горсоветах – 17 чел. [6].

Данный вопрос остается в центре внимания партийно-советских структур в последующих кампаниях по выборам Советов депутатов.

В докладе председателя Центральной избирательной комиссии БССР 1929 г. по итогам избирательной кампании в Советы депутатов отмечалась положительная тенденция – «рост активности женщин по сравнению с 1927 г. – 42,2% вместо 26,4%» [7].

Исторические исследования последнего времени фиксируют не только рост активности женщин в кампаниях по выборам в Советы депутатов, но и в целом их общественную активность, в том числе стремление к грамотности и получению образования. Как отмечает Зеленкова А. И. «в Гомельском педагогическом институте на 1934 г. женщины составляли 42% от общего числа студентов, при этом среди преподавательского коллектива женщины составляли только 12% [8, с. 9].

Несмотря на предшествующую положительную динамику, кампания по выборам в Верховный Совет Беларуской ССР 1938 г. показала тоже, что и ситуация в Гомельском педагогическом институте – высокую активность женщин в общественно-политической жизни и незначительное представительство в структурах управления и государственной власти. Так, во всех 8 избирательных округах г. Гомеля (Сталинский, Ленинский, Дзержинский, Кировский, Кагановичский, Ворошиловский, Фрунзенский и Новобелицкий) были выдвинуты и избраны кандидаты-мужчины [9].

Конструирование новой социальной реальности в рамках советского проекта сопровождалось также внедрением в повседневную практику новых советских праздников (революционных дат), в том числе связанных с «женским вопросом». Так в постановлениях руководящих органов гомельских советских профсоюзов упоминается «проведение международного, женского, коммунистического дня 8-го марта» [10, л. 382].

Ко второй половине 1930-х гг. гомельские советские профсоюзы организовали системную пропагандистскую и культурно-просветительскую работу, которая способствовала формированию советской идентичности и вовлечению женщин в партийно-государственное строительство. Постановление Гомельского Горпрофсовета от 2 июня 1936 г. дает представление о примерном арсенале форм и методов профсоюзной работы: «проведение по цехам чтения газет и художественной литературы, политинформации 2 раза в пять дней, физзарядка перед началом работы, массовые игры в обеденный перерыв, проведение соревнований по всем видам спорта, сдача норм ГТО (готов к труду и обороне), Ворошиловского стрелка и т. д.» [11, л. 178–179]. При этом стоит отметить, что советские профсоюзы г. Гомеля в этой работе не были самостоятельными «игроками», а выполняли вспомогательную функцию при организационных структурах коммунистической партии.

Список использованной литературы

1. **Прокопцов, М.** Первая гомельская губернская конференция беспартийных работников и крестьянок / М. Прокопцов // Известия Гомельского Губернского Комитета РКП. – 1920. – № 5 – С. 7–8.
2. **Циркуляры** Центрального комитета РКП // Известия Гомельского Губернского Комитета РКП. – 1920. – № 5 – С. 33–38.
3. **Протокол** четвертого губъезда профсоюзов // ГАГО. Ф. 433. Оп. 1. Д. 1431.
4. **Протокол** пятого губъезда профсоюзов // ГАГО. Ф. 433. Оп. 1. Д. 1816.
5. **Протоколы** общих собраний женщин-работниц профсоюза Гомельского узла связи // ГАООГО. – Ф. 5. Оп. 1. Д. 726.
6. **Отчет** о работе женщин в Советах и Исполкомах // ГАГО. – Ф. 56. – Оп. – Д. 27.
7. **Прэзыдыум** ЦВК БССР аб ходзе справаздачна-перавыбарчай кампаніі // Саветы Беларусі. Штомесячны дадатак да газэты «Савецкая Беларусь». – 1929. – 1 лютага. – № 2.
8. **Зеленкова, А. И.** Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины (1930–2015 гг.) / А. И. Зеленкова, Н. Н. Мезга, М. П. Савинская. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2015. – 266 с.
9. **Спіс** дэпутатаў, выбраных у Вяроўны Совет Беларускай ССР // Большэвік Беларусі. – 1938. – № 6–7. – С. 113–119.
10. **Постановление** и протоколы заседаний Президиума Гомельского горпрофсовета // ГАГО – Ф. 426. Оп. 1. Д. 19.
11. **Протоколы** заседаний пленумов горпрофсовета // ГАГО – Ф. 426. Оп. 1. Д. 23.

СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КООПЕРАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматривается стратегия, направленная на повышение эффективности результатов деятельности системы кооперативной организации. Цель работы заключается в разработке и обосновании подходов, способствующих увеличению стабильности кооперативов в условиях динамичного рынка. Методы, использованные в исследовании, включают: разработку моделей, позволяющих прогнозировать результаты внедрения устойчивых экономических стратегий. Результаты исследования могут быть полезны для кооперативных организаций, стремящихся повысить свою эффективность и обеспечить устойчивый рост.

The strategy aimed at improving the effectiveness of the results of the cooperative organization system is considered. The purpose of the work is to develop and substantiate approaches that contribute to increasing the stability of cooperatives in a dynamic market. The methods used in the study include: the development of models that allow predicting the results of the implementation of sustainable economic strategies. The results of the study can be useful for cooperative organizations seeking to improve their efficiency and ensure sustainable growth.

Ключевые слова: система потребительской кооперации; экономическая устойчивость; эффективность; стратегия финансового развития.

Key words: consumer cooperation system; economic stability; efficiency; financial development strategy.

В условиях современного времени для кооперативных организаций, основанных на принципах сотрудничества разработка и реализация стратегии экономической устойчивости становятся ключевыми факторами повышения эффективности их деятельности.

Стратегия экономической устойчивости с целью повышения эффективности результатов деятельности включает [1]:

1. Основание принципов социальной ответственности корпоративного сектора: формулирование стратегий и разработка программ, направленных на корпоративную социальную ответственность; реализация инициатив для повышения качества жизни и условий работы сотрудников; активное участие в благотворительных и общественных проектах.

2. Инвестиции в социальную инфраструктуру: финансирование объектов и программ, направленных на развитие образования, здравоохранения, культуры, спорта, а также создание доступной инфраструктуры для людей с ограниченными возможностями.

3. Поддержку социальной интеграции: содействие реализации программ по инклюзивному образованию и трудоустройству, а также создание условий для равного доступа ко всем аспектам общественной жизни.

Важно подчеркнуть, что предложенные меры по финансовой оптимизации баланса, ориентированные на платежеспособность и финансовую устойчивость, позволят ключевым финансовым коэффициентам организации достичь или приблизиться к нормативным значениям. Это будет свидетельствовать об улучшении финансового состояния.

Управление оборотными активами, как источниками финансовых средств, можно рассматривать в двух аспектах: в рамках общей политики управления текущими активами и пассивами, а также в контексте управления конкретными их составляющими.

Существуют три основных подхода к управлению оборотными активами: консервативный, умеренный и агрессивный [2]. Эти подходы различаются в зависимости от соотношения уровня доходности и принимаемого риска. Выбор подхода зависит от текущих условий ведения бизнеса в потребительской кооперации. При этом в условиях развивающейся экономики наибольшее предпочтение отдается умеренной стратегии, которая сочетает разумный уровень риска с удовлетворительной доходностью.

После определения и обоснования выбранной политики управления оборотными активами важно оценить их потребность с использованием количественных показателей. В большин-

стве случаев потребность в оборотных активах рассчитывается как процент от общего объема продаж или активов. Оптимальный размер доли оборотных активов и их компонентов устанавливается на основании сопоставления с аналогичными показателями успешных компаний в отрасли или в соответствии с финансовыми целями и эффективности использования оборотных активов, которых стремится достичь организация. Эти целевые показатели формируются на основе рыночных целей компании и включают оценку ожидаемых доходов и потенциальных рисков.

Управление финансовыми рисками является ключевым аспектом финансового планирования, так как оно способствует достижению целевых показателей прибыльности и рентабельности, а также помогает избежать неэффективного использования ресурсов.

Далее следует рассмотреть оценку эффективности запланированного объема оборотных активов с применением таких показателей, как чистые оборотные активы и рентабельность активов. Важным шагом является сопоставление оборотных активов компании с источниками их финансирования, для чего рассчитывается показатель чистого оборотного капитала. Если результат вычислений показывает, что чистый оборотный капитал предприятия превышает ноль, это указывает на то, что финансирование оборотных активов осуществляется за счет собственных средств компании, которые неизменно дороже, чем привлеченные ресурсы. Оптимальным считается вариант, при котором чистый оборотный капитал равен нулю, что означает, что все оборотные активы финансируются исключительно за счет привлеченных краткосрочных средств.

Для планируемого года необходимо рассчитать оптимальную модель управления чистым оборотным капиталом. На 1 января 2024 г. модель управления чистым оборотным капиталом районного потребительского общества (РПО) «Прохоровское» имела консервативный характер: чистый оборотный капитал соответствовал суммам стабильной и варьирующей частей оборотных активов, а долгосрочные пассивы полностью покрывали внеоборотные активы, стабильные и переменные части оборотных активов. Таким образом, организация финансировала свою деятельность исключительно за счет долгосрочных ресурсов, и на данный момент РПО «Прохоровское» не использовало краткосрочные кредиты и займы.

Такая модель управления актуальна в условиях, когда ситуация достаточно предсказуема: объем продаж, сроки поступления денежных средств и исполнения обязательств, необходимые запасы и сроки их поставки заранее известны, или же в условиях строгой экономии всех ресурсов.

Однако в условиях экономической нестабильности в России в 2022–2024 гг. организация не в состоянии точно спрогнозировать динамику и объемы продаж, что затрудняет определение необходимого объема инвестиций в оборотные активы. В связи с этим целесообразно разрабатывать более реалистичную и адаптивную модель управления оборотным капиталом. Таковой является умеренная, или компромиссная, модель, при которой чистый оборотный капитал соответствует стабильной части оборотных активов и эквивалентен половине их варьирующей части:

$$\text{ЧОК} = \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ}.$$

Для РПО «Прохоровское» это может означать, что в отдельные периоды жизненного цикла кооперативная организация может иметь излишние оборотные активы, что отрицательно сказывается на объеме, прибыли из-за необходимости уплачивать налог на имущество [3]. Этот факт рассматривается как плата за поддержание риска потери ликвидности на приемлемом уровне, что позволяет сохранять нормальную платежеспособность организации.

На 01.01.2023 г. балансовое уравнение имело вид:

$$\text{ДП} = \text{ВОА} + \text{СЧ} + \text{ВЧ} \quad (43\,489 \text{ тыс. р.} = 31\,767 \text{ тыс. р.} + 11\,722 \text{ тыс. р.})$$

$$\text{ДП} = \text{ВОА} + \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ}$$

при неизменном уровне оборотных активов величину варьирующей части (ВЧ) можно найти из уравнения:

$$0,5 \cdot \text{ВЧ} = (\text{ОА} - \text{СЧ})/2 = (30\,410 - 11\,722)/2 = 9\,344 \text{ тыс. р.}$$

$$\text{СЧ} = \text{ДП} - \text{ВОА} = 43\,489 - 31\,767 = 17\,222$$

Следовательно, чистый оборотный капитал будет равен:

$$\text{ЧОК} = \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ} = 17\,222 \text{ тыс. р.} + 9\,344 \text{ тыс. р.} = 26\,566 \text{ тыс. р.}$$

Для достижения балансовой увязки необходимо увеличить размер собственного капитала и долгосрочных обязательств на 26 566 тыс. р.:

$$\text{СК} + \text{ДО} = 43\,489 + 0 + 26\,566 = 70\,055 \text{ тыс. р.}$$

Таким образом, получаем формулу компромиссной модели управления чистым оборотным капиталом на 2024 г. (без увеличения объема оборотных активов):

$$\text{ДП} = \text{ВОА} + \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ}$$

$$64\,555 \text{ тыс. р.} = 31\,767 \text{ тыс. р.} + 11\,722 \text{ тыс. р.} + 21\,066 \text{ тыс. р.}$$

$$\text{ЧОК} = 21\,066 \text{ тыс. р.}$$

Учитывая динамику увеличения оборотных активов за 2021–2024 гг., предположим, что в 2025 г.:

– увеличение оборотных активов составит 25%, в том числе планируемый уровень инфляции на 2025 г. 15%.

$$-\text{ОА} = 30410 \cdot 1,25 = 30\,410 + 7\,602,5 = 38\,012,5 \text{ тыс. р.}$$

– величина внеоборотных активов будет скорректирована лишь на темп инфляции:

$$\text{ВОА} = 31767 \cdot 1,10 = 36\,532,05 \text{ тыс. р.}$$

– собственный капитал и долгосрочные обязательства для обеспечения сбалансированности прогнозного баланса будут увеличены на 36 532,05 тыс. р.

$$\text{СК} + \text{ДО} = 43\,489 + 7\,602,5 = 49\,571 \text{ тыс. р.}$$

Формула компромиссной модели:

$$\text{ДП} = \text{ВОА} + \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ} \quad (49\,571 = 36\,532,05 + \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ})$$

$$\text{СЧ} = \text{ДП} - \text{ВОА} = 43\,489 - 36\,532,05 = 6\,956,95 \text{ тыс. р.}$$

$$0,5 \cdot \text{ВЧ} = (\text{ОА} - \text{СЧ}) / 2 = (38\,012,5 - 6\,956,95) / 2 = 15\,527,78 \text{ тыс. р.}$$

Тогда чистый оборотный капитал на конец 2024 г. составит:

$$\text{ЧОК} = \text{СЧ} + 0,5 \cdot \text{ВЧ} = 6\,956,95 + 15\,527,78 = 22\,484,74 \text{ тыс. р.}$$

После разработки умеренной модели управления чистым оборотным капиталом и создания на ее основе агрегированного прогнозного баланса РПО «Прохоровское» на конец 2024 г., можно сделать вывод о том, что при реализации этой стратегии доля оборотных активов в общем объеме активов составит 50,99% (или 38 012,5 тыс. р.). Такая структура активов отражает умеренный подход к управлению оборотными средствами, который, в свою очередь, подразумевает применение либо умеренной, либо агрессивной стратегий финансирования оборотных активов. Доля краткосрочных обязательств в данном случае составит 33,5% (24 973,55 тыс. р.), что также соответствует умеренной политике финансирования. В рамках такой стратегии организация обеспечивает финансовую стабильность, используя стабильные источники финансирования, в частности, средства собственного капитала для финансирования основного капитала и большей части оборотных активов.

Чтобы оценить, как выбранная умеренная стратегия финансирования оборотных активов скажется на результатах деятельности РПО «Прохоровское» к концу 2024 г., необходимо проанализировать изменения в показателях рентабельности, оборачиваемости оборотных активов, доле чистого оборотного капитала в общем объеме оборотных активов, а также ликвидности и платежеспособности организации.

На 31 декабря 2024 г. чистый оборотный капитал составит:

$$\text{ЧОК}/\text{ОА} \cdot 100\% = 22\,484,74 / 38\,012,5 = 59,15\%$$

Таким образом, в 2024 г. чистый оборотный капитал достигнет 59,15%. Этот показатель свидетельствует об эффективном использовании собственных ресурсов для поддержки текущей деятельности.

Выбор стратегии финансирования определяется инвестиционными целями кооператива и текущими рыночными условиями, что подробно проиллюстрировано в таблицах 1 и 2 [1].

Таблица 1 – Матрица выбора стратегии финансирования для целей инвестирования финансовых ресурсов

№ п/п	Политика управления текущими пассивами	Политика управления текущими активами		
		Консервативная	Умеренная	Агрессивная
1	Агрессивная	не сочетается	умеренная	агрессивная
2	Умеренная	умеренная	умеренная	умеренная
3	Консервативная	консервативная	умеренная	не сочетается

Каждая из перечисленных стратегий имеет свои преимущества и недостатки, поэтому важно взвесить все аспекты перед принятием решения.

Таблица 2 – Комплексная политика управления текущими активами и пассивами в целях оптимизации финансовых расчетов

№ п/п	Типы стратегий	Формирование внеоборотных активов	Формирование постоянной части оборотных активов	Формирование переменной части оборотных активов	Риски
1	Консервативная	Объем за счет долгосрочных пассивов	Объем за счет долгосрочных пассивов	50% за счет краткосрочных пассивов; 50% за счет долгосрочных пассивов	Отсутствует риск
2	Умеренная	Объем за счет долгосрочных пассивов	Объем за счет долгосрочных пассивов	Объем за счет краткосрочных пассивов	Риск минимален
3	Агрессивная	Объем за счет долгосрочных пассивов	50% за счет краткосрочных пассивов; 50% за счет долгосрочных пассивов	Объем за счет краткосрочных пассивов	Рискованная

Итогом работы по улучшению стратегии финансирования учреждения становится нормативный документ, который включает в себя следующие аспекты:

- анализ текущего состояния оборотных активов и выявление существующих проблем, касающихся эффективности их использования;
- целевые показатели формирования и использования оборотных активов с учетом их типов: объемы, структура, эффективность, ликвидность и оборачиваемость;
- список мероприятий для достижения указанных целей с обозначением сроков выполнения и назначением ответственных исполнителей.

Для обеспечения эффективной работы, поддержания финансовой устойчивости и ликвидности и реализации умеренной стратегии финансирования оборотных активов в 2024 г., РПО «Прохоровское» следует принять следующие меры:

Для достижения запланированного уровня чистого оборотного капитала в размере 32 533 тыс. р. целесообразно увеличить долю долгосрочных источников финансирования и повысить степень самофинансирования. Одним из путей увеличения чистого оборотного капитала является внедрение активной стратегии управления оборотными активами, сосредоточенной на росте запасов сырья и материалов, увеличении дебиторской задолженности (при условии отсутствия безнадежных долгов) и повышении ликвидности денежных средств. Ключевым моментом является эффективное управление запасами и дебиторской задолженностью с целью поддержания оптимальной оборачиваемости оборотных активов без значительных задержек [4].

Необходимо увеличить величину маржинального дохода. Формула для расчета объема маржинального дохода (МД) выглядит следующим образом:

$$\text{МД} = \text{Вр} - \text{Пер.И},$$

где Пер.И – переменные издержки, которые напрямую зависят от изменения объема производства.

Коэффициент маржинального дохода (Кмд) рассчитывается по формуле:

$$\text{К_МД} = \text{МД} / \text{Вр} \cdot 100$$

Порог рентабельности определяется по формуле:

$$\text{ПР} = \frac{\text{Пост.И}}{\text{К_МД}},$$

где Пост.И – постоянные издержки.

Чем меньше объем маржинального дохода, тем в большей степени кредит поставщиков может компенсировать дебиторскую задолженность покупателей (клиентов). Противоречие между названными параметрами заключается в том, что при высокой норме маржинального дохода и, казалось бы, небольшой степени зависимости предприятия-продавца от закупок материальных ресурсов ему приходится просить своих поставщиков о более длительных отсрочках платежей за поставки.

Активное сокращение периода оборачиваемости оборотных активов и увеличение среднего срока оплаты кредиторской задолженности (при условии сохранения деловых отношений

с партнерами) имеют большое значение для уменьшения текущих финансовых потребностей, не обеспеченных реальными источниками финансирования.

Рассчитаем норму маржинального дохода для РПО «Прохоровское»:

$МД_{2024} = 275\,208 - 271\,750 = 3\,458$ тыс. р.

$К_{мл}2024 = 3\,458 / 275\,208 \cdot 100 = 1,26\%$.

$ПР_{2024} = 71\,240 / 1,26 = 56\,539,68$ тыс. р.

Маржинальный доход в размере 3 458 тыс. р. свидетельствует о том, что компания получает такую прибыль с каждой единицы реализованного товара или услуги.

Коэффициент маржинального дохода, равный 1,26%, указывает на то, что организация сохраняет 1,26% от выручки после покрытия переменных расходов. Этот коэффициент важен для анализа эффективности управления переменными затратами.

Порог рентабельности в 56 539 тыс. р. показывает минимальный объем продаж, необходимый для покрытия постоянных издержек и достижения безубыточности, что является критически важным для стратегического планирования.

Для повышения социальной эффективности организации нежелательно предоставление отсрочек платежа клиентам, так как это связано с коммерческими практиками, может увеличить дебиторскую задолженность и потребовать дополнительных финансовых ресурсов. Следовательно, необходимо уменьшить дебиторскую задолженность в составе текущих финансовых потребностей.

Для решения проблемы роста дебиторской задолженности в РПО можно предложить следующие действия:

- осуществить анализ динамики дебиторской задолженности и ее возврата по основным клиентам, учитывая их рыночную силу;
- для снижения риска неуплаты от крупных клиентов стоит расширять круг потребителей;
- своевременно выявлять неприемлемые виды дебиторской задолженности, в первую очередь, просроченные долги покупателей, превышающие 3 месяца, и контролировать состояние расчетов. Для этого стоит ранжировать дебиторскую задолженность по срокам возникновения и формировать реестр старения счетов дебиторов.

Анализ структуры пассивов баланса дает возможность выявить одну из потенциальных причин финансовой несостоятельности кооперативной организации – это чрезмерная доля заемного капитала в источниках финансирования ее деятельности.

Умеренное и комплексное управление текущими активами и пассивами исследуемой компании не только улучшит эффективность их использования и общее финансовое состояние, но и, что наиболее важно, приведет к снижению текущих финансовых потребностей, переведя их в отрицательную величину, что означает наличие излишков денежных средств, доступных для получения дополнительного дохода.

На основе оценки эффективности анализа оборотных средств можно выделить сильные и слабые стороны управления финансовыми ресурсами, особенно оборотными средствами кооперативной организации:

Сильные стороны:

1. Привлечение всех доступных оборотных средств позволяет обществу рассчитывать по своим краткосрочным обязательствам, что говорит о положительной платежеспособности кооперативной организации.
2. Наличие собственных оборотных средств благоприятствуют независимой финансовой политике.
3. Запасы кооператива формируются за счет собственных оборотных средств, что указывает на высокую финансовую устойчивость организации.

Слабые стороны:

1. Организация проявляет неплатежеспособность, поскольку ей не хватает ликвидных активов для выполнения срочных обязательств.
2. Рост затрат опережает выручку от продаж, что приводит к снижению эффективности использования ресурсов и работе кооператива в целом.
3. Нерациональное формирование запасов и длительные сроки возврата долгов от покупателей способствуют затяжным операционным и финансовым циклам.

В связи с этим необходимо разработать мероприятия по повышению как экономической, так и социальной эффективности, включая:

- создание рациональной системы анализа запасов;
- управление дебиторской задолженностью;
- определение оптимальных потребностей в оборотных средствах.

Необходимость трансформации подходов к управлению, а также совершенствование стратегий на основе анализа текущего состояния и прогнозирования будущих тенденций представляют собой важные шаги для достижения устойчивого развития. Внедрение системы мониторинга и анализа позволяет быстро реагировать на изменения внешней среды, а также своевременно корректировать внутренние процессы.

Список использованной литературы

1. **Гребенников, В. Ф.** Конкурентная среда и предпринимательская активность на локальных рынках товаров массового спроса в России : монография / В. Ф. Гребенников, Н. И. Пляскина ; под ред. Н. И. Сулова. – Новосибирск : ИЭППСО РАН, 2021. – 196 с.
2. **Джонсон, Р.** Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Джонсон, Р.С. Каплан. – М. : Альпина Паблишер, 2021. – 320 с.
3. **Канке, А. А.** Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Инфра-М, 2020. – 288 с.
4. **Лутфуллина, А. Р.** К вопросу анализа доходов и расходов и оценке качества финансового результата организации / А. Р. Лутфуллина, Е. А. Герасимова // Научный вектор Балкан. – 2020. – № 3.

УДК 342.25

Д. Г. Нилов (dima-nilov@rambler.ru),
ст. преподаватель

Н. В. Максименко (maksimenko@i-bteu.by),
канд. экон. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОБРАЩЕНИЯ О НАРУШЕНИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА: ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

В статье рассматриваются проблемы, связанные с рассмотрением обращений, связанных с нарушениями законодательства Республики Беларусь о выборах, референдуме, отзыве депутата, которые поступают в избирательные комиссии. На основании анализа нормативного материала предлагаются меры по совершенствованию действующего законодательства.

The article examines the problems associated with the consideration of appeals related to violations of the legislation of the Republic of Belarus on elections, referendums, and recall of a deputy, which are received by election commissions. Based on the analysis of regulatory material, measures are proposed to improve the current legislation.

Ключевые слова: обращение; избирательная комиссия; выборы.

Key words: appeal; election commission; elections.

Институт обращений граждан и юридических лиц, является одной из ключевых форм взаимодействия субъекта и государства. В связи с этим право на обращение закреплено на конституционном уровне. Согласно ст. 40 Конституции Республики Беларусь каждому предоставляется право направлять личные или коллективные обращения в государственные органы. Государственные органы, а также должностные лица обязаны рассмотреть обращение и дать ответ по существу в определенный законом срок [1].

Основу правового регулирования реализации права на обращение составляют нормы Закона Республики Беларусь от 18 июля 2011г. № 300-3 «Об обращениях граждан и юридических лиц» (далее – Закон № 300-3) [2]. Указанный нормативный правовой акт закрепляет понятие и виды обращений; форму и способы подачи обращений; требования, предъявляемые к обращениям; порядок их принятия и рассмотрения. Так, в силу абз. 2 ст. 1 Закона № 300-3 под обращением понимается индивидуальное или коллективное заявление, предложение, жалоба, изложенные в письменной, электронной или устной форме [2].

Обращения весьма многообразны по своему содержанию. Это могут быть заявления о содействии в реализации прав, свобод и (или) законных интересов заявителя; предложения по улучшению деятельности организаций или совершенствованию правового регулирования отношений; жалобы о восстановлении прав, свобод и (или) законных интересов заявителя и т. д.

Особую разновидность составляют обращения, связанные с нарушениями законодательства Республики Беларусь о выборах, референдуме, отзыве депутата, которые поступают в избирательные комиссии. Данные обращения отличаются от остальных не только своим содержанием и адресатом, но и порядком их рассмотрения. Особенности порядка рассмотрения указанных обращений закреплены в ст. 49¹ Избирательного кодекса Республики Беларусь от 11 февраля 2000 г. № 370-З (далее – Избирательный кодекс) [3].

Так, обращения о нарушении избирательного законодательства в соответствии с ч. 2 ст. 49¹ Избирательного кодекса первоначально подлежат рассмотрению по территориальному признаку комиссиями, государственными органами и организациями, на территории деятельности которых возникли вопросы, изложенные в обращениях.

Согласно ч. 1 ст. 49¹ Избирательного кодекса обращения о нарушении законодательства о выборах, референдуме, отзыве депутата, члена Совета Республики подаются в комиссии, государственные органы и организации не позднее чем в десятидневный срок со дня выборов, референдума, голосования об отзыве депутата, члена Совета Республики, если иные сроки не установлены Избирательным кодексом. При этом обращение подается гражданином или его представителем, осуществляющим свои полномочия на основании нотариально удостоверенной доверенности или доверенности, удостоверенной в порядке, установленном п. 3 и п. 4 ч. 1 ст. 186 Гражданского кодекса Республики Беларусь [3].

Обращение, поступившее в избирательную комиссию, подлежит обязательной регистрации и рассмотрению либо оставлению без рассмотрения по существу в установленном порядке.

В отличие от общеустановленного порядка, обращение в избирательную комиссию может быть подано только в письменной или устной форме.

При поступлении письменного обращения секретарь избирательной комиссии на нижнем поле первого листа документа справа ставит дату поступления документа и номер регистрации документа в журнале регистрации входящих документов. Указание о порядке исполнения документа и об исполнителе дает председатель комиссии или его заместитель.

Учет устных обращений граждан также осуществляется в журнале регистрации входящих документов. При этом в графе «Примечание» производится отметка «Устное обращение».

К рассмотрению принимаются только те обращения, которые поданы с соблюдением установленного порядка. Поэтому при поступлении обращения стоит сначала проверить его на наличие оснований для оставления без рассмотрения по существу.

Следует отметить, что в ч. 1 ст. 49¹ Избирательного кодекса непосредственно закреплено только одно основание для оставления обращения без рассмотрения по существу: обращения, поданные по истечении установленных сроков, оставляются без рассмотрения по существу, о чем уведомляются заявители. Такие же последствия наступают, если в обращении содержатся вопросы, решение которых не относится к компетенции комиссии, то такое обращение также оставляется без рассмотрения по существу, о чем не позднее чем на следующий день информируется заявитель. При этом заявителю возвращаются оригиналы документов, приложенных к обращению.

Вместе с тем, полагаем, что обращение о нарушении избирательного законодательства может быть оставлено без рассмотрения по существу и по общим основаниям, которые применимы к обычным обращениям. Так, для письменных обращений такие основания закреплены в п. 1 ст. 15 Закона № 300-З, для устных – в п. 2 ст. 15 Закона № 300-З (обращение изложено не на белорусском или русском языке, не изложена суть обращения и т. д.) [2].

Обращения, соответствующие установленным требованиям, должны быть рассмотрены по существу. Сроки рассмотрения зависят от содержания обращения (ч. 4 ст. 49¹, ч. 5 ст. 21 Избирательного кодекса).

В Избирательном кодексе Республики Беларусь установлены следующие сроки рассмотрения обращений:

- в течение двух часов, но не позднее времени окончания голосования – для обращений, связанных с реализацией гражданами избирательного права, права на участие в референдуме, поступивших в комиссию в день выборов, референдума, голосования об отзыве депутата;
- двухдневный срок – для обращений, связанных с неправильностями в списках граждан, имеющих право участвовать в выборах, референдуме, голосовании об отзыве депутата;

- трехдневный срок – для обращений о нарушении законодательства о выборах, референдуме, голосовании об отзыве депутата;
- десятидневный срок – для обращений, в которых содержатся сведения о нарушении законодательства о выборах, референдуме, голосовании об отзыве депутата, требующие проведения проверки.

Срок рассмотрения обращения исчисляется со дня его поступления.

По итогу рассмотрения письменного обращения избирательная комиссия должна дать ответ заявителю. Требования к письменному ответу в Избирательном кодексе отсутствуют. В связи с этим, полагаем, должны применяться общие требования к письменному ответу на письменное обращение, закрепленные в ст. 18 Закона № 300-3:

- излагается на языке обращения;
- содержит обоснование и мотивированную позицию по вопросу, изложенному в обращении;
- разъясняет порядок обжалования (в случае полного или частичного отказа в удовлетворении обращения);
- подписывается уполномоченным должностным лицом [2].

При этом согласно ч. 5 ст. 49¹ Избирательного кодекса заявитель вправе знакомиться с материалами, которые связаны с рассмотрением его обращения.

Отдельно закреплен порядок рассмотрения жалоб на решения избирательных комиссий. Такие жалобы рассматривают коллегиально, на заседаниях вышестоящих комиссий (ч. 6 ст. 49¹ Избирательного кодекса).

Решения Центральной избирательной комиссии обжалуются в Верховный Суд Республики Беларусь в трехдневный срок со дня принятия решения. Верховный Суд Республики Беларусь рассматривает жалобу в трехдневный срок, его решение является окончательным.

Решения окружной избирательной комиссии об отказе в регистрации инициативной группы по выдвижению кандидатом в депутаты; о вынесении предупреждения лицу, выдвигаемому кандидатом в депутаты, инициативной группе или кандидату в депутаты; об отказе в регистрации кандидатом в депутаты; об отмене решения о регистрации кандидата в депутаты обжалуются в соответствующую областную, Минскую городскую избирательную комиссию в трехдневный срок со дня принятия решения, а решение областной, Минской городской избирательной комиссии в тот же срок может быть обжаловано в областной, Минский городской суд. Суд рассматривает жалобу в трехдневный срок, его решение является окончательным.

Решение территориальной избирательной комиссии об отказе в регистрации инициативной группы по выдвижению кандидатом в депутаты местного Совета депутатов; о вынесении предупреждения лицу, выдвигаемому кандидатом в депутаты, инициативной группе или кандидату в депутаты; об отказе в регистрации кандидатом в депутаты; об отмене решения о регистрации кандидата в депутаты обжалуются в вышестоящую территориальную избирательную комиссию в трехдневный срок со дня принятия решения, а решение вышестоящей территориальной избирательной комиссии в тот же срок может быть обжаловано соответственно в областной, районный суд. Суд рассматривает жалобу в трехдневный срок, его решение является окончательным.

Решение областной, Минской городской избирательной комиссии о вынесении предупреждения лицу, выдвигаемому кандидатом в депутаты, или инициативной группе либо кандидату в депутаты; об отмене решения о регистрации кандидата в депутаты местного Совета депутатов, принимаемое по инициативе комиссии, обжалуется в Центральную избирательную комиссию в трехдневный срок со дня принятия решения. Решение Центральной избирательной комиссии обжалуется в Верховный Суд Республики Беларусь в трехдневный срок со дня принятия решения. Верховный Суд Республики Беларусь рассматривает жалобу в трехдневный срок, его решение является окончательным.

Решение окружной, территориальной избирательной комиссии о признании снятия кандидатом в депутаты своей кандидатуры без уважительных причин может быть обжаловано в трехдневный срок со дня принятия решения в областной, Минский городской, районный, городской суд. Суд рассматривает жалобу в трехдневный срок, его решение является окончательным.

Жалоба на решение нижестоящей комиссии подлежит коллегиальному рассмотрению на заседании территориальной комиссии и по ней принимается решение об:

- отмене обжалуемого решения нижестоящей комиссии полностью или в части и принятии нового решения по существу;
- отказе в удовлетворении жалобы;

– оставлении жалобы без рассмотрения (в случае, если заявителем не соблюдены порядок и сроки подачи жалобы, установленные Избирательным кодексом).

Таким образом, обращения, связанные с нарушениями законодательства Республики Беларусь о выборах, референдуме, отзыве депутата, подлежат рассмотрению в особом порядке, который закреплен в ст. 49¹ Избирательного кодекса. В ходе проведенного исследования было установлено, что указанный порядок не содержит четкого правового регулирования оснований оставления обращений без рассмотрения по существу, а также требований к письменным ответам. С целью устранения указанной правовой неопределенности полагаем целесообразным дополнить ст. 49¹ Избирательного кодекса ч. 9 следующим содержанием: «Иные вопросы рассмотрения обращений, не урегулированные настоящей статьей регулируются законодательством об обращениях граждан и юридических лиц».

Список использованной литературы

1. **Конституция** Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Амалфея, 2005. – 48 с.

2. **Об обращениях** граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 18 июля 2011 г., № 300-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2023 / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=h11100300&q_id=1060 – Дата доступа: 01.10.2024.

3. **Избирательный** кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 11 февр. 2000 г., № 370-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 16.02.2023 / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=hk0000370&q_id=24103 – Дата доступа: 01.10.2024.

УДК 334.735

Е. А. Пыргарь (felix.lusyn@gmail.com),
магистрант

Т. П. Афонченко (atp76@mail.ru),
канд. юрид. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РИСКИ ПРИМЕНЕНИЯ, ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Человечество неотвратимо вступает в информационную эпоху. К числу наиболее актуальных проблем относится развитие и внедрение новых информационных технологий во все сферы человеческой деятельности. Использование информационных технологий при ведении той или иной деятельности имеет как ряд преимуществ, так и обусловленные относительной новизной применения, а также постоянным развитием, совершенствованием и изменением сферы IT-технологий, недостатки.

Humanity is inevitably entering the information age. The most pressing problems include the development and implementation of new information technologies in all spheres of human activity. The use of information technologies in conducting a particular activity has both a number of advantages and disadvantages due to the relative novelty of the application, as well as the constant development, improvement and changes in the field of IT technologies.

Ключевые слова: информационные технологии; IT-технологии; информация; информатизация; правовое регулирование; информационная эпоха.

Key words: information technologies; IT technologies; information; informatization; legal regulation; information age.

Информационная технология – это комплекс взаимосвязанных, научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы. Сами информационные технологии требуют сложной подготовки, больших первоначальных затрат и наукоемкой техники. Их введение должно начинаться с создания математического обеспечения, формирования информационных потоков в системах подготовки специалистов.

Информация представляет собой один из основных, решающих факторов, который определяет развитие технологии и ресурсов в целом. В связи с этим очень важно понимание не только взаимосвязи развития индустрии информации, компьютеризации, информационных технологий с процессом информатизации, но и определение уровня и степени влияния процесса информатизации на сферу управления и интеллектуальную деятельность человека.

Информационные процессы в последние годы занимают все большее место в жизнедеятельности человеческого общества. Информационные технологии позволяют оптимизировать и во многих случаях автоматизировать информационные процессы, которые являются важными элементами других, более сложных производственных или социальных процессов.

Современное общество находится на таком этапе развития, когда практически все сферы общественной жизни и государственной деятельности зависят от качества и безопасности информационных технологий и ресурсов.

Использование единых мировых информационных систем обеспечивает внедрение информационных технологий в образование: формируется единое образовательное пространство, возрастает потребность человека в получении доступа к общим нематериальным ресурсам, осмыслению и переработке большого объема информации.

Таким образом можно рассмотреть IT-технологию как основу компетентного подхода к подготовке специалистов. Компетентность специалиста выразится в его умении ориентироваться во всем многообразии информации, выбрать из нее нужную, проанализировать и сделать соответствующие выводы.

Если рассматривать применение информационных технологий в образовании, то смысл информатизации образования заключается в создании как для педагогов, так и для обучаемых благоприятных условий для свободного доступа к культурной, учебной и научной информации. Необходимо также понимать, что информатизация сферы образования должна опережать информатизацию других направлений общественной деятельности, поскольку именно здесь закладываются социальные, психологические, общекультурные, а также профессиональные предпосылки развития общества нового типа.

Чтобы специалист после завершения обучения был конкурентоспособным, знания, полученные им в стенах вуза, должны соответствовать требованиям заказчика: молодой специалист должен владеть новыми информационными технологиями, приобретающими особую роль в инновационном развитии общества, и применять компьютерные средства для выработки оптимальных управленческих решений.

С момента создания персонального компьютера ничто так не потрясло компьютерный мир, как широкое распространение сети Интернет и службы World Wide Web (всемирной паутины). Новые технологии принесли в однообразный мир текста звук, мультипликацию и видео.

Информационные технологии, основанные на интернете, телекоммуникационных сетях и интеллектуальных компьютерных системах, открывают перед будущим поколением возможности – свободного распространения знаний, различных сведений и материалов.

Современные информационные технологии с их стремительно растущим потенциалом и быстро снижающимися издержками открывают большие возможности для новых форм организации труда и занятости в рамках как отдельных корпораций, так и общества в целом. Спектр таких возможностей значительно расширяется – нововведения воздействуют на все сферы жизни людей, семью, образование, работу, географические границы человеческих общностей. Сегодня информационные технологии могут внести решающий вклад в укрепление взаимосвязи между ростом производительности труда, объемов производства, инвестиций и занятости.

Умение применять в своей деятельности современные информационные технологии становится одним из основных компонентов профессиональной подготовки любого специалиста. Благодаря информационным технологиям осуществляется успешная деятельность множества компаний. Чем современнее используются информационные технологии в профессиональной деятельности, тем эффективнее и производительнее трудовой процесс.

Программные продукты и информационные технологии позволяют обеспечить надежную и безопасную работу как для компьютерной техники, так и для информационной системы работника. Они позволяют качественно и оперативно осуществлять обработку, сортировку и хранение необходимой информации и данных, способствуют облегчению выполняемых функций работника путем автоматизации определенных трудовых процессов. С каждым днем увеличивается число автоматизированных рабочих мест, так как автоматизированные процессы позволяют осуществлять профессиональную деятельность более точно, четко и быстро.

Современные автоматизированные рабочие места позволяют не только обрабатывать и хранить данные, но и выполняют ряд вспомогательных профессиональных функций, которые образуют определенный сервис. Сервис обслуживает базы данных и выполняет автоматизированное копирование, восстановление, архивирование, импорт (экспорт) данных, работы, которые непосредственно связаны с профессиональной деятельностью, такие как подготовка корреспонденции с помощью текстового редактора, создание электронных баз данных и таблиц, отправка почты по электронным каналам.

Конкретная информационная технология определяется в результате компиляции и синтеза базовых технологических операций, специализированных технологий и средств реализации.

Общество с высоким уровнем развития и использования информационных технологий, развитыми инфраструктурами, обеспечивающими производство информационных ресурсов и возможность доступа к информации, называют информационным обществом.

Для современного общества информационная индустрия становится важнейшим экономическим фактором. Основу этой индустрии составляют базовые информационные технологии, использующие достижения различных областей экономики. Сегодня базовые информационные технологии имеют самостоятельное научное и прикладное значение, предоставляющее широкие возможности для извлечения, формализации, моделирования, систематизации, интеграции, транспортирования, обработки и применения информации и знаний.

Также не следует забывать о том, что в применении информационных технологий есть как плюсы, так и минусы. В качестве примера можно рассмотреть применение информационных технологий в различных организациях и предприятиях. Направление деятельности может быть любое, к примеру проектирование автомобилей, работа с денежными переводами, предоставление образовательных услуг, и другое, однако в большинстве своем так или иначе имеется связь с информационными технологиями.

Внедрение в рабочий процесс информационных технологий позволяет сократить затраченное время и силы на произведение каких-либо расчетов или операций, однако есть и довольно значимые проблемы, которые при своем возникновении могут негативно повлиять на рост компании и увеличить расходы. Эти проблемы ИТ могут быть как незначительными, например, плохое подключение к интернету, так и серьезными, которые могут свести всю продуктивность к минимуму, или даже нанести серьезный ущерб репутации, а также приведет к денежным убыткам (утечка ценных сведений, упущенная выгода).

К сожалению противоправная деятельность в сфере цифровых технологий не обошла стороной Республику Беларусь. На белорусские информационные ресурсы в последние годы было совершено более 320 млн атак. Об этом сообщили в фильме «В парадигме безопасности» на телеканале «Беларусь 1», рассказывающем о работе Оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь, сообщает БЕЛТА [1].

Высокий процент таких воздействий проводился с территории иностранных государств. Кибератакам в национальном сегменте сети Интернет в том числе подвергалась информационная инфраструктура Государственного комитета по стандартизации, Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен, БЖД, «Беларуськалия» и отдельных высших учебных заведений медицинского профиля [1].

Однако хакеры, осуществляющие попытки несанкционированного доступа к информационным системам, неизбежно сталкиваются со специалистами Оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь. Данный центр был учрежден в результате указа Президента 21 апреля 2008 г. и выступает правопреемником Государственного центра безопасности информации. Одной из главных задач этого центра является обеспечение защиты конфиденциальных данных в органах государственного управления, а также на предприятиях, учреждениях и в различных организациях [2].

Задачи Оперативно-аналитического центра охватывают и сферу исследований, разработок, а также производства и эксплуатации вооружения, военной техники и автоматизированных систем управления, что подчеркивает его значимость в контексте обеспечения национальной безопасности.

На сегодняшний день этот государственный орган выполняет функции независимого регулятора в области информационно-коммуникационных технологий. Ему подчинен ряд организаций, ответственных за различные аспекты защиты информации, а также за развитие электронной инфраструктуры.

Специалистами центра и его подведомственными учреждениями успешно реализованы проекты национального масштаба, включая внедрение единой республиканской сети передачи

данных, облачной платформы, а также государственной системы предоставления электронных услуг и системы межведомственного электронного документооборота. Все эти инициативы способствуют созданию устойчивой основы для дальнейшего развития Республики Беларусь как высокотехнологичной страны в сфере информационных технологий

На данный момент, основным законом о защите информации в Республике Беларусь является Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» [3].

Также произошли некоторые изменения в законодательстве:

– Вступил в законную силу Указ № 40 «О кибербезопасности» [4];

– Был издан приказ Оперативно-аналитического центра № 130 «О мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 14 февраля 2023 г. № 40» [5].

Эти документы содержат регламент по построению системы обеспечения информационной безопасности для предприятий и организаций.

Несмотря на всестороннюю поддержку и защиту со стороны государства, также не следует забывать о мерах, которые организации могут предпринять для повышения безопасности и дополнительной защиты информации.

Основываясь на данных прошлого года, с уверенностью можно сказать, что 2025 год станет крайне важным для бизнеса с точки зрения кибербезопасности. Компаниям придется выстраивать систему защиты информации, если они хотят избежать утечки данных и соблюсти требования законодательства.

Ниже приведены основные тренды, с которыми бизнесу придется столкнуться в 2025 г.

1. Использование технологий Искусственного интеллекта (ИИ) в информационной безопасности (ИБ).

Влияние технологий искусственного интеллекта на сферу кибербезопасности достаточно велико. Отмечается рост количества попыток взлома и киберугроз с применением ИИ.

Сегодня нет необходимости обладать базовыми знаниями для написания скрипта для вируса. Искусственный интеллект выполнит эти действия за злоумышленника. Такая ситуация сильно увеличивает нагрузку на специалистов по ИБ. При этом такие атаки сами по себе на данный момент не представляют серьезной угрозы. При росте их количества эффективность таких взломов не изменилась. С другой стороны, потенциал ИИ в обеспечении информационной безопасности огромен.

Приведем некоторые аспекты использования ИИ в кибербезопасности:

– ИИ может анализировать обширные объемы данных и обнаруживать аномальное поведение, указывающее на возможные кибератаки;

– ИИ помогает автоматизировать процессы анализа больших объемов данных, что ускоряет выявление и реагирование на киберугрозы;

– Автоматизированные системы могут обрабатывать сотни тысяч событий в реальном времени, что сложно сделать силами человека;

– С использованием алгоритмов машинного обучения и анализа больших данных ИИ может предсказывать возможные угрозы, опираясь на текущие тенденции и данные;

– ИИ позволяет создавать системы, которые могут адаптироваться к изменяющимся угрозам, принимая во внимание новые виды атак и улучшая свои методы защиты.

Объединение технологий искусственного интеллекта с кибербезопасными стратегиями поможет создать более устойчивые и эффективные системы защиты от киберугроз.

2. Человеческий фактор в ИБ.

По-прежнему самым «слабым звеном» обеспечения информационной безопасности компании являются ее же сотрудники. Сотрудник может стать объектом атак или мишенью социальной инженерии, что создаст уязвимости в средствах защиты информации (СЗИ). Приведем несколько примеров:

– Социальная инженерия. Атаки, основанные на обмане людей, называются социальной инженерией. Злоумышленники могут использовать манипуляции и обман, чтобы получить доступ к конфиденциальной информации или внедрить вредоносные программы.

– Недостаточная осведомленность. Многие пользователи не обладают достаточной осведомленностью о кибербезопасности, что может привести к неосознанным действиям, например, нажатию на вредоносные ссылки, использованию слабых паролей или небезопасных сетей.

– Слабые пароли и неправильное их использование. Часто работники выбирают слабые пароли, используют одинаковые пароли для разных учетных записей или допускают утечку паролей через фишинговые атаки.

– Недостаточная обученность персонала. Сотрудники компаний также могут стать слабым звеном, если им не предоставляется достаточное обучение по вопросам кибербезопасности. Они могут не распознавать признаки фишинга или не знать, как правильно обращаться с конфиденциальной информацией.

– Сбои внутри организации. Внутренние угрозы могут произойти из-за неудовлетворенности сотрудников, утечек информации из-за недостатка контроля или ошибок внутри организации.

3. Повышенное внимание к удаленному доступу сотрудников

Важно обеспечить безопасность удаленного доступа к информационным ресурсам и сетям организации. Существуют базовые аспекты, которые следует учесть бизнесу:

– Многофакторная аутентификация (MFA). Использование MFA является одним из наиболее эффективных методов усиления безопасности. Он требует двух и более форм аутентификации (например, пароль и код, получаемый на мобильное устройство), что делает сложнее несанкционированный доступ.

– VPN-сети. Использование VPN обеспечивает зашифрованный туннель для безопасной передачи данных между удаленным устройством и корпоративной сетью. Это предотвращает прослушивание и обеспечивает конфиденциальность данных.

– Управление правами доступа. Системы управления доступом помогают ограничивать права пользователей на удаленных устройствах, предоставляя доступ только к необходимой информации и ресурсам.

– Мониторинг и аудит безопасности. Регулярный мониторинг активности удаленного доступа и проведение аудитов безопасности помогают выявлять аномалии и несанкционированные действия.

4. Хранение данных в безопасном облаке.

Один из наиболее эффективных способов сохранить данные – перенести их в защищенное облако. Здесь бизнесу предложен самый широкий спектр мер безопасности:

– шифрование данных;

– механизмы аутентификации с использованием многофакторной верификации;

– системы контроля доступа;

– регулярные аудиты безопасности и мониторинг активности;

– система резервного копирования.

Все вышеперечисленные меры обеспечивают высокий уровень защиты при сохранении гибкости доступа и удобства работы с информацией.

5. Создание собственной системы защиты информации.

Проектирование и создание системы защиты информации необходимо доверить надежному подрядчику. Грамотный подрядчик:

– Проведет полный аудит информационной системы (включая сканирование на уязвимость системы).

– Разработает политику компании в отношении ИБ.

– Подготовит проект схемы СЗИ.

– Разработает техническое задание на создание СЗИ.

– Аккуратно внедрит средства технической и криптографической защиты информации.

– При необходимости проведет аттестацию СЗИ на соответствие требованиям законодательства.

6. Обучение персонала.

Часто в компаниях отсутствуют специалисты по информационной безопасности и эта роль отводится системным администраторам. Обучение специалистов компании стоит доверить подрядчику, специализирующемуся на кибербезопасности. При этом компания получает:

– Разработанную под свои нужды программу обучения

– Лекционный материал по кибербезопасности

– Интерактивные реальные кейсы и упражнения, которые помогут усвоить материал и отработать знания на практике.

– Тестирование и оценку персонала на предмет усвоения материала по ИБ

Таким образом можно сказать о том, что Информационные технологии проникают во все сферы нашей жизни, от бизнеса до личной сферы, будучи неотъемлемой частью современного общества. Преимущества их использования очевидны: автоматизация процессов, доступ к огромным объемам информации, улучшение коммуникаций, возможность удаленной работы и

обучения. Эти факторы способствуют повышению эффективности, экономии времени и ресурсов, а также расширению возможностей для личностного и профессионального роста.

Однако к этим преимуществам добавляются и значительные недостатки. Увеличение зависимости от технологий порождает риски, такие как утечка личной информации, кибератаки и мошенничество. Важно отметить, что с распространением цифровых технологий возрастает необходимость в их защите. Каждый пользователь, каждое предприятие должны осознавать актуальность вопросов кибербезопасности и инвестировать в средства защиты информации. Атаки хакеров могут привести к серьезным последствиям, включая финансовые потери, ущерб репутации и утрату конфиденциальной информации.

Немаловажным аспектом является также правовая составляющая, связанная с обработкой данных. Регулирование в этой области требует тщательного подхода, чтобы сбалансировать интересы бизнеса и защиту прав пользователей. Знание основ кибербезопасности, использование надежных паролей, регулярное обновление программного обеспечения, а также обучение сотрудников основам защиты информации — это те меры, которые могут существенно снизить риски.

В заключение, применение информационных технологий открывает перед нами широкие перспективы и возможности. Однако с этими возможностями приходят и новые вызовы, требующие внимания и осознанного подхода. Защита сведений и укрепление кибербезопасности должны стать приоритетными задачами для каждого человека и организации в условиях быстроменяющегося цифрового мира. Таким образом, чтобы эффективно использовать преимущества информационных технологий, необходимо постоянно обновлять знания, применить лучшие практики и активно участвовать в процессе защиты как личных, так и корпоративных данных.

Список использованной литературы

1. **На информационные ресурсы** было совершено более 320 млн атак. [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – Режим доступа: <https://belta.by/society/novosti-belarusi/page/113/>. – Дата доступа: 05.09.2024.

2. **Информация** об ОАЦ [Электронный ресурс] // president.gov.by. – Режим доступа: <https://www.oac.gov.by/info/>. – Дата доступа: 06.09.2024.

3. **Об информации**, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 нояб. 2008 г. № 455-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10800455/>. – Дата доступа: 08.09.2024.

4. **О кибербезопасности** [Электронный ресурс] : Указ № 40 от 14 февраля 2023 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-no-40-ot-14-fevralya-2023-g>. – Дата доступа: 08.09.2024.

5. **О мерах** по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 14 февраля 2023 г. № 40 [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 февр. 2024 г., № 120 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=T62305425>. – Дата доступа: 08.09.2024

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СФЕРЕ УСЛУГ

Статья посвящена изучению теоретических аспектов обеспечения устойчивости потребительской кооперации на современном этапе развития на рынке услуг. Автор на основании рассмотренных научных подходов определила авторское терминологическое определение «устойчивость потребительской кооперации», выделила ряд факторов, влияющих на нее. Отмечена роль концепции устойчивого развития, включающей триаду ее составляющих (экономика, социум, экология).

The article is devoted to the study of theoretical aspects of ensuring the sustainability of consumer cooperation at the current stage of development in the service market. Based on the considered scientific approaches, the author defined the author's terminological definition of "sustainability of consumer cooperation", identified a number of factors influencing it. The role of the concept of sustainable development, which includes a triad of its components (economy, society, ecology), is noted.

Ключевые слова: устойчивость; устойчивость потребительской кооперации; устойчивое развитие; потребительская кооперация; сфера услуг.

Key words: sustainability; sustainability of consumer cooperation; sustainable development; consumer cooperation; service sector.

Важной проблемой современной экономики остается вопрос формирования компенсационных механизмов обеспечения устойчивости потребительской кооперации. Актуальность данной темы все более возрастает в связи с появлением более сложных и острых вызовов на пути развития общества. Разнонаправленные процессы снижения экономического роста, процессы интеграции и конфронтации, процессы многополярности и глобализации, недостаточный уровень инновационной активности влияют на устойчивость функционирования экономики потребительской кооперации.

Целью настоящего исследования является рассмотрение теоретических аспектов обеспечения устойчивости потребительской кооперации.

Задачами исследования обозначено следующее:

- определить место потребительской кооперации в сфере услуг;
- рассмотреть понятие устойчивости потребительской кооперации, ее составляющие и определяющие факторы;
- выявить особенности концепции устойчивого развития на современном этапе развития потребительской кооперации.

Потребительская кооперация существует и развивается в течение почти двух столетий. За этот период в России произошли значительные изменения, как в экономической, так и политической жизни. Однако ко всем этим явлениям система потребительской кооперации смогла адаптироваться и усовершенствоваться в рамках всевозможных преобразований, накопить опыт создания конкурентных преимуществ и повысить инвестиционную привлекательность на сетевом сегменте рынка услуг.

Потребительская кооперация на начало 2024 г. представлена 1 775 потребительскими обществами и 74 региональными союзами и основана 969 тыс. пайщиками. Розничная торговля, которая занимает ведущее место в деятельности системы, осуществляется в 23 706 предприятиях розничной торговли, среди которых 76,73% приходится на магазины сельской местности [1].

В сельской местности субъекты потребительской кооперации играют важную роль в социальных отношениях, оказывая влияние на все аспекты жизни человека, реализуя социальную политику и определенные функции.

В постиндустриальном обществе критерием развития экономики любой страны служит масштаб сферы услуг, их качество. Это справедливо в силу того, что свидетельствует о «повышении уровня урбанизации, изменении в демографической ситуации, повышении образовательного уровня населения и уровня медицинского обслуживания, развитии коммуникационных связей и возможностей, росте числа услуг по повышению уровня комфортной жизнедеятельности людей» [2].

В научных кругах нет единого понимания услуги, как отмечает Е. Нестеренко, выделяя сложившиеся три подхода к трактовке услуги [3]: деятельность, процесс, специфическая форма труда, взаимодействие; результат труда, полезный эффект деятельности; определенный процесс деятельности с определенным результатом.

В нормативных актах категория услуги раскрывается опосредованно, определение содержится только в ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения – «Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг» [4].

С целью наблюдения и статистического учета сфера услуг рассматривается в отраслевом разрезе, по видам деятельности (сфера обслуживания и социальная сфера).

Объем оказанных услуг (таблица), за анализируемый период увеличивается (за исключением 2020 г.), что объясняется ограничениями из-за пандемии Covid-19.

Динамика оказания услуг в Российской Федерации за 2018–2022 гг., млрд р.

Год	Платные услуги	Розничная торговля	Оптовая торговля	Бытовые услуги
2018	9 411,3	31 548	79 617,4	948,8
2019	10 093,4	33 532,1	83 665,3	1 036,7
в % к предыдущему году	107,25	106,29	105,08	109,26
2020	8 747	33 555	83 660,8	939,2
в % к предыдущему году	86,66	100,07	99,99	90,60
2021	11 050,9	39 257,4	110 351,1	1 283,9
в % к предыдущему году	126,34	116,99	131,90	136,70
2022	12 627,5	42 512,5	121 743,5	1 442,1
в % к предыдущему году	114,27	108,29	110,32	112,32
в % к 2018	134,17	134,75	152,91	151,99
Примечание – Рассчитано автором по данным Росстата [5].				

Оптовая и розничная торговля практически остались на уровне предыдущего года, тогда как по услугам, оказанным населению очевидны сокращения (таблица).

В последующем отраслям удалось нейтрализовать снижение наращивая объемы деятельности. Это подтверждает тезис: сфера услуг является развивающимся сектором экономики страны.

Важно отметить: среди рассматриваемых видов деятельности оптовая торговля, как сфера оказания услуг юридическим лицам, более масштабна по сравнению с другими представленными отраслями.

Отраслевая структура потребительской кооперации, характеризующаяся преобладанием таких видов деятельности, как розничная торговля, закупки сельхозпродуктов и сырья, общественное питание что позволяет отнести рассматриваемую систему к сфере услуг в стране.

В настоящий период в научных исследованиях и практических реалиях устойчивость стала главным компонентом оценки хозяйственной деятельности субъектов потребительской кооперации на всех стадиях экономических отношений: от производства и распределения до обмена и потребления.

Подавляющее большинство исследований сущности устойчивости потребительской кооперации основывается на его содержании как процесса достижения экономической устойчивости. Экономическая устойчивость в данном контексте понимается как результат устойчивого развития системы потребительской кооперации. Так, Л. Н. Дмитриева, обосновывая систему показателей оценки устойчивого развития, без пояснений выделяет в ней показатели внутренней и внешней устойчивости [6]. Что не является корректным, по нашему мнению, поскольку устойчивое развитие и устойчивость не являются синонимами.

Определение, которое дает Е. В. Исаенко для устойчивого развития торговой отрасли потребительской кооперации имеет в своей основе понятие устойчивости системы, носит общий характер, не отражает отраслевую специфику торговли, не раскрывает сбалансированность социальной и экономической сфер деятельности потребительской кооперации [7].

В рамках настоящего исследования устойчивость потребительской кооперации рассматривается не с позиции ее результата (экономической устойчивости), а с точки зрения самого процесса – деятельности потребительской кооперации, организованной таким образом, чтобы обеспечить достижение целей устойчивого развития, сбалансированное решение социальных, экономических и экологических проблем внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта.

Устойчивость потребительской кооперации как многоотраслевой системы региональных организаций способствует устойчивому развитию на мезоуровне (региона, отрасли) и на уровне государства в целом. Это подтверждают множество исследований роли потребительской кооперации в устойчивом развитии сельского хозяйства, сельских территорий, регионов и страны в целом.

Следовательно, устойчивость потребительской кооперации – *это с одной стороны драйвер устойчивого развития сельского хозяйства, сельских территорий, регионов присутствия, а с другой стороны, это процесс развития многоотраслевой социально-экономической системы, который позволяет решать ее социальные, экономические и экологические проблемы с учетом факторов внутреннего и внешнего характера.*

Обобщая рассмотренные подходы и учитывая тенденции развития теории в этой области знаний, автором **устойчивость потребительской кооперации** определена как динамичный процесс воспроизводства ресурсного потенциала системы, который в условиях ограниченности ресурсов способен обеспечивать удовлетворение потребностей пайщиков и реализацию социальной миссии потребительской кооперации.

Предложенная трактовка устойчивости потребительской кооперации позволяет расширить форму взаимодействия экономического субъекта и кооперированного населения (пайщики), посредством реализации социальной миссии на сельских территориях.

При этом в модели устойчивости развития потребительской кооперации выделяются такие составляющие, как социальная, экологическая и экономическая. Традиционно в исследованиях устойчивости развития потребительской кооперации больше внимания уделяется экономической и социальной составляющей, так как именно эти сферы наиболее полно характеризуют сущность потребительской кооперации, как социально-экономической системы. Экологический аспект является второстепенным, тесно связан с решением социально-экономических задач потребительской кооперации.

Достижение устойчивости потребительской кооперации делает возможным субъектам потребительской кооперации достигать поставленные цели, сохраняя внутреннюю устойчивость и развиваясь под воздействием различных факторов.

Фактор устойчивости – это условие, процесс или характеристика, оказывающая влияние на изменения в системе потребительской кооперации, на ее устойчивое развитие. При этом совокупность факторов должна быть определена таким образом, чтобы оказывая на них воздействие, можно влиять на достижение устойчивого развития как характеристики состояния социально-экономической системы.

Необходимо отметить, что в научных исследованиях устойчивости социально-экономических систем выделяется большое количество факторов, обосновываются подходы к определению их влияния на устойчивое развитие, при этом зачастую отсутствует возможность прогнозирования их уровня и следовательно, ограничено их использование.

Одной из основных современных теорий устойчивости является концепция устойчивого развития.

Принятие концепции устойчивого развития *на региональном и местном уровнях* предполагает разработку и реализацию соответствующего законодательства для реализации разработанного на государственном уровне экономического механизма в области природопользования, охраны окружающей среды и социальной сферы.

На уровне отдельных экономических субъектов концепция устойчивого развития реализуется путем внедрения отдельных целей устойчивого развития в хозяйственный механизм управления через принятие локальных стандартов или без нормативного обеспечения на основе ESC-концепции.

На фоне принятия концепции устойчивого развития современные субъекты хозяйствования пришли к пониманию: получить желаемую прибыль в складывающихся условиях возможно только благодаря выявлению нужд и потребностей целевых потребителей и удовлетворению этих требований способами лучшими, чем те, что предлагаются конкурентами.

Реализация принципов устойчивого развития в процессе функционирования позволяет организации завоевать и удержать лидирующие позиции. Все операционные, финансовые и инвестиционные решения в организации должны приниматься с учетом финансовых и нефинансовых факторов, оказывающих влияние как на саму организацию, так и на общество в целом. Применение такой концепции способствует улучшению имиджа, снижению расходов на экологические налоги, а также повышению технологичности и инновационности бизнеса.

В России принята и применяется Концепция развития публичной нефинансовой отчетности, в соответствии с которой определены задачи [8]:

- повышение информационной прозрачности результатов деятельности компаний на общество и окружающую среду;
- содействие укреплению репутации российских организаций и повышению доверия к их деловой активности в стране и за ее пределами;
- систематизация процесса внедрения публичной нефинансовой отчетности в управленческую практику российских организаций;
- повышение осведомленности широкого круга лиц о международных стандартах в сфере социальной ответственности, устойчивого развития и публичной нефинансовой отчетности.

Наиболее полные сведения о субъектах хозяйствования, составляющих в нефинансовые отчеты и подходах ими используемых для их составления, содержатся в Национальном регистре корпоративных нефинансовых отчетов и Библиотеке корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей.

Таким образом, в целом, можно сделать вывод: потребительская кооперация функционирует в сфере услуг и занимает там определенное место. Анализ и обобщение состояния потребительской кооперации позволило автору сформулировать авторский подход к устойчивости потребительской кооперации.

Концепция устойчивости развития России как важной части мирового сообщества находится на адекватном уровне развития – начиная с национального, она развивалась до корпоративного уровня, подкрепленная необходимыми нормативными актами.

Список использованной литературы

1. **Основные** показатели хозяйственной деятельности потребительской кооперации Центросоюза России 2019–2023 гг. – М., 2024.
2. **Берлзев, Р. Н.** Концептуальные направления устойчивого развития сферы услуг в условиях цифровой экономики / Р. Н. Берлзев, Д. М. Супонин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 4-1 (74). – С. 66–69.
3. **Нестеренко, Е. С.** Цифровая услуга: понятие, виды, особенности / Е. С. Нестеренко // Теоретическая экономика. – 2019. – № 7. – С. 70–79.
4. **Услуги населению. Термины и определения** : ГОСТ Р 50646-2012. – Введ. Приказом Росстандарта 29.11.2012 № 1612-ст // Гарант: справочная правовая система. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71573686/>. – Дата доступа: 30.08.2024.
5. **Федеральная** служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/uslugi>. – Дата доступа: 19.08.2023.
6. **Дмитриева, Л. Н.** Система показателей оценки устойчивого развития потребительской кооперации [Электронный ресурс] / Л. Н. Дмитриева // cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-pokazateley-otsenki-ustoychivogo-razvitiya-potrebitelskoy-kooperatsii>. – Дата доступа: 22.08.2024.
7. **Исаенко, Е. В.** Теоретический аспект исследования экономической устойчивости системы потребительской кооперации / Е. В. Исаенко // Вестн. Белгород. ун-та потребит. кооп. – 2006. – № 4. – С. 217–221.
8. **О Концепции** развития публичной нефинансовой отчетности и плане мероприятий по ее реализации [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства Российской Федерации 5 мая 2017 г., № 876-р // Гарант: справочная правовая система. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71573686/>. – Дата доступа: 30.08.2024.

ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION OF BUSINESS ACTIVITIES

The purpose of the work: to study the features of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity, to form and submit proposals aimed at its improvement. Research methods – analysis of scientific and regulatory documentation, synthesis, comparison, juxtaposition, generalization, bibliographic method.

Цель работы: изучить особенности совершенствования административно-правового регулирования предпринимательской деятельности, сформировать и представить предложения, направленные на его совершенствование. Методы исследования – анализ научной и нормативной документации, синтез, сравнение, сопоставление, обобщение, библиографический метод.

Key words: administrative and legal regulation; entrepreneurial activity; business; organization; law; manager; director; document.

Ключевые слова: административно-правовое регулирование; предпринимательская деятельность; бизнес; организация; закон; менеджер; директор; документ.

The development of entrepreneurial activity in Russia is characterized by extreme inconsistency and has come to such a point when it is objectively necessary to solve the problems associated with its transfer to a qualitatively new state by searching for “growth points”.

The current economic situation currently has a negative impact on the development of entrepreneurial activity. Rising prices and inflation for all means of production lead, for the most part, small and medium-sized businesses to the brink of bankruptcy.

The relevance of the topic stems from the current social situation in the Russian Federation. The problematic nature of the work of most entrepreneurial organizations is currently aggravated by the long-term self-isolation regime due to the emergence of the coronavirus pandemic, which has been significantly changing the face of the modern world for a year now.

In view of the sharply accelerating economic downturn on a global scale, the study of the features of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity is acquiring special significance.

It seems to us that the study of the features of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the future will allow us to form an adequate system of means to counter the situation. And will bring firms struggling for their existence to the forefront of the market. The situation in society, which has developed in connection with the progressive acceleration of the economic downturn on a global scale, encourages us to find appropriate ways to provide assistance to modern organizations, timely support for strategic development in an extremely difficult life situation. At the same time, a much wider range of entrepreneurial organizations is affected, whose needs for the development of strategic planning will require attention from state and municipal authorities. Subject of the work: administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

Object of the work: a set of social relations arising in the process of implementing administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

Degree of development of the topic. Numerous scientists have paid attention to the study of this topic. However, the rapid development of the social situation and the force majeure circumstances included in it constantly encourages the search for new effective solutions where traditional views and algorithms lose their inherent effectiveness. The methodological basis of this study includes the works of such scientists as G. Armstrong, A. Arkhipov, V. Afanasyev, A. Blinov, E. Bragina, S. G. Bozhuk, N. Vakhnina, E. P. Golubkov, M. Gorenburgov, V. Diyarkhanov, A. Zudin, O. M. Kalieva,

L. P. Karasev, L. N. Kovalik, F. Kotler, A. K. Rutik, M. Lapusta, N. Malhotra, A. Muravyov, A. Orlov, Y. Rovensky, V. Sorokina, F. Shamkhalov, A. Shulus, J. James, Terry Dickey and others. Research methods: analysis of scientific and regulatory documentation, synthesis, comparison, juxtaposition, generalization, bibliographic method.

The regulatory framework was formed by such acts as: the Civil Code of the Russian Federation, the Law on Amendments to the Law "On the Development of Small and Medium-Sized Entrepreneurship in the Russian Federation" and Article 46 of the Law on Technical Regulation, the Law of the RSFSR "On Banks and Banking Activities" dated 02.12.1990 No. 395-1 (as amended on 06.12.2011) On insolvency (bankruptcy): Federal Law of October 26, 2002 No. 127-FZ, the Law of the Russian Federation "On Private Detective and Security Activities in the Russian Federation" dated 11.03.1992 No. 2488-1 (as amended on 03.12.2011, Federal Law "On the Development of Small and Medium-Sized Entrepreneurship in the Russian Federation" dated 24.07.2007 No. 209-FZ (latest revision) and etc [1].

The scientific novelty of this study is that it characterizes the experience of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in Russia and abroad, provides a general description of entrepreneurial activity and an assessment of the effectiveness of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity and identifies problems in its implementation.

In addition, this work formulates recommendations for improving administrative and legal regulation of entrepreneurial activity. A set of key measures to improve administrative and legal regulation of entrepreneurial activity has been developed. An assessment of the effectiveness of the measures has been carried out.

In the course of this study, its goal was achieved: the features of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity were studied, proposals were formed and made for its improvement.

Objectives of the work:

1. To consider theoretical approaches to assessing the effectiveness of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

2. To study the concept of entrepreneurial activity, its essence and meaning.

3. To determine the forms and methods of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

4. To study the ways of development of legislative and regulatory acts in the field of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

5. To determine the ways of improving the system of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

6. To analyze progressive elements of foreign experience of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

7. To consider the main directions of improvement of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity.

The process of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity is carried out according to the so-called "radius law", the main provision of which is the direct dependence of the level of efficiency of implementing new commercial initiatives on how far from the capital the small enterprise is located [2].

That is why the circumstance of fundamental importance is precisely the regional development of entrepreneurial activity as such, since in this case no established norms and traditions in the capital will become an obstacle in its path. In addition, in remote regions the demand for the products manufactured by a given small enterprise and/or the services it provides may be significantly higher due to the fact that the level of competition will be significantly lower.

Along with this, it should be noted that the study of the process of improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity encourages the use of the opportunities and prospects of regional legislation, which acts in a consistent unity with Russian legislation and international law [3].

In order to implement measures of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the Russian Federation, the possibilities of leasing and preferential lending, which were given attention in the previous chapter of this study, are increasingly used every year.

Also, in recent years, in the Russian Federation, following the example of the United States of America, the construction of a number of modern technology parks has been significantly expanded. One such example is the technology park in the floodplain of the Moscow River in close proximity to the administrative districts of Nagatinsky Zaton and Kolomenskoye [4].

Municipal authorities are called upon to play an active role in the process of establishing technology parks. They initiate the formation of a multifunctional production site for small businesses with all the communications they need. When business entities are able to pay for these production sites, they subsequently sell them to small businesses for a symbolic price for the municipal authorities.

Having become the owner of such a multifunctional production site within the framework of the technology park, entrepreneurs gradually place on it all the various production facilities and infrastructure necessary for their progressive development. The path of providing enterprises with sites in technology parks can significantly enhance the role of such small business entities in the economy of the Russian Federation, which is especially important during the global economic crisis [5].

At present, certain efforts are being made in the territory of the Russian Federation to self-regulate the activities of small business entities in the form of establishing standards of conduct for small businesses. At the same time, it is assumed that if small business entities encounter certain difficulties in the course of implementing the main types of their statutory activities, they will be able to claim, first of all, protection from the business itself. In this process, government intervention will not be assumed unless so-called “quasi-regulation” is used, which is “co-regulation” of the activities of small business entities by themselves along with certain government structures.

In this case, government structures will be prescribed a fairly specific role of guarantor of compliance with codes, and along with this – the rules developed by business structures themselves in the way they deem appropriate.

And only in those cases when independent compliance with codes and rules developed by business structures is not carried out by them themselves, government regulation, which is implemented in the form of adopting regulatory acts, can be useful.

In this case, their implementation by small business entities is recognized as mandatory, while a certain government body will exercise control over the implementation of a set of such regulatory legal acts.

However, it is not necessary to directly move to government regulation of the activities of small business entities, limiting itself only to those cases when the need for intervention in their work is proven, but also under special circumstances. First of all, small business entities should be offered to independently regulate issues arising in relation to them, and if they are unable to do so for one reason or another, they should initially move on to a form of quasi-regulation. And only, as already reported above, in extreme cases direct state intervention in the activities of those small business entities that are unable to regulate pressing issues in one way or another is allowed.

For the timely and most adequate resolution of the above-mentioned disputes in the Russian Federation, it seems necessary to implement comprehensive preventive activities that could be undertaken by independent administrative authorities, whose emergence should be cultivated at the present time in such a way that these authorities could have regulatory authority.

Such independent administrative authorities should be assigned regulatory powers, including, in particular, the publication of general standards for the activities of small business entities, as well as timely consultation of the latter on issues related to controversial aspects of doing business. In addition, independent administrative authorities should also have control powers, including the search for violations that are still only in their infancy and can be eliminated long before the moment when they can cause any harm to anyone.

Such independent administrative authorities should only in extreme cases apply the right of administrative repression, which will be primarily preventive in nature and will not allow certain violations that exist in the activities of small business entities to become the reason for the termination of their activities and the accompanying criminal or civil liability.

Finally, an integral condition for the civilized business of small business entities is the ethics of behavior of their managers and ordinary employees, as well as the highly developed corporate culture inherent in each of them.

Thus, the Government of the Russian Federation does not completely withdraw from regulating the socio-economic processes associated with the activities of small enterprises, but helps to improve it as much as possible. This is happening in the context of the implementation of the general trend of reducing the above-mentioned administrative impact on small business entities, a significant increase in the degree of their freedom in making cardinal decisions on their development.

At the same time, the government of the Russian Federation strives to gradually and at the first real opportunity transfer regulatory functions to such self-regulatory organizations as associations of small entrepreneurs, their trade unions, etc.

Russian legislation, just like that of foreign countries, defines the concept of “small business” both in economic and legal terms. According to the experience accumulated and used by countries with highly developed economies, small business entities are the most important component of the entire rapidly developing market economy in the country.

For the modern economy of the Russian Federation, the use of the above-mentioned foreign experience, accumulated over a long period by European and other powers in the field of antimonopoly regulation, is of particular interest. The use of such experience in the process of organizing international relations of the Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation with similar services of Russia's partner countries in the course of multifaceted economic cooperation seems to be of fundamental importance.

In general, it should be noted that in order to improve the domestic system of organizing support and development of small business, the state and society are taking serious and timely measures, the effectiveness of which will be proven by practice.

Thus, the study conducted in this paper allows us to draw the following conclusions:

1. Administrative and legal regulation of entrepreneurial activity is largely directly dependent on the timeliness of the emergence and quality of the development of new legislative acts aimed at improving the activities of business entities. Each new legislative act of the Russian Federation, in one way or another related to the activities of business entities, must be in constant, consistent unity with all laws and by-laws, the adoption of which previously pursued the goal of improving the activities of entrepreneurial activity in the country. During the discussion of new legislative acts at the federal level, it is also necessary to take into account the indisputable fact that at present it is small businesses in the Russian Federation that play a leading role in creating an extensive and in all respects convincing array of the commercial sector in the country. Therefore, despite the fact that it is not from business entities that the production of strategic products and the provision of relevant services is expected, however, the organic set of entities of domestic entrepreneurial activity has a decisive influence on the strategy for the development of market relations.

2. For successful administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the Russian Federation, any federal law and its corresponding by-law must necessarily take into account the mechanisms of functioning of entrepreneurial activity, which in the future will rightfully belong to the key development prospects. A large set of legislative initiatives is the result of many years of efforts of analysts, lawyers, specialists in other fields, who have proven capable of making the life of modern entrepreneurs more conditioned by various regulatory documents, including by-laws and internal documentation, the appearance of which was associated with the adoption of each of the above-mentioned laws. The abundance of laws considered in this study can also indicate that significant changes have occurred and will continue to occur in the field of entrepreneurial activity in the Russian Federation, each of which must be enshrined in law.

3. There is also an inverse dependence of a number of legislative initiatives on the nature of what is happening in the country and the world. One of the striking examples of this situation should be called the coronavirus pandemic and the subsequent losses of many trillions of dollars in the world and domestic economy. The obvious rollback of the economic opportunities of the country and the world, which unexpectedly appeared due to the emergence of this set of force majeure circumstances, will also dictate the formation of new legislative initiatives, which will also include amendments to the existing legislation. It should be assumed that in the future, some articles of the currently functioning law in its latest version will be canceled, while others will be rethought, and quite possibly radically revised. At the moment, even the world's leading economists are not able to outline the prospects for the development of entrepreneurial activity with 100% certainty. Therefore, there is a need to constantly monitor the transformations in this area in order to promptly find adequate solutions for any, even the most unexpected turns in the development of events.

4. The study of the functioning of the mechanisms of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity showed that at the moment, a significant amount of effort still needs to be made for its fundamental improvement, since a sufficient number of restraining principles significantly hinder its timely and successful implementation. The legislative framework of the Russian Federation regulating the activities of all business entities in the country must be improved in such a way that each domestic enterprise can fully enjoy absolutely all of its inalienable rights and freedoms. The structuring of business activities in the economic system in the context of a significant economic downturn at the Russian and global level can most effectively follow the path of transition from individual entrepreneurship to the formation of limited liability companies, which are already the most widespread form of doing business. It is in this case that the efficiency of their functioning and

the level of realization of the ability of managers and employees of business entities to creatively approach the solution of all suddenly arising difficulties can significantly increase.

5. The ways of improving the domestic system of administrative and legal regulation of business activities are formed on the basis of both advanced Russian and foreign experience. It becomes obvious that the leading form of support for business entities from government agencies is the transfer of a significant number of state regulation functions to small businesses themselves. It is precisely in the conditions of self-regulation, while observing the relevant principles of Russian legislation, that an accelerated growth in productivity in the work of business entities is noted. The most progressive elements of foreign experience in administrative and legal regulation of business activities in France, Germany, the United States of America, Australia, Australia and other countries are precisely in the area of increasing the share of independence of business entities in solving the most pressing issues in the course of their daily activities, as well as development in the medium and long term. At the same time, with an increase in the level of independence and responsibility of business entities, the level of government spending on organizing support and development of business activities is significantly reduced.

6. In the process of developing the main directions for improving the administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the Russian Federation, it is necessary to be especially critical of the issue of inheriting foreign models of assistance from state structures to business entities. This is explained by the fact that highly developed countries have accumulated centuries of experience in developing entrepreneurial activity, which in Russian conditions did not have the opportunity to form over a long period of time. Therefore, the desire to improve the activities of business entities in the current conditions of the global economic crisis must necessarily be combined with the maximum balance of all decisions taken at the level of the Russian Federation in this area.

References

1. **Латышев, О. Ю.** Реализация проектов оптимизации процесса социально-экономического развития Эмирата Дубай / О. Ю. Латышев, П. А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто // Моисеевские чтения – 2023 : сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов / Пенз. гос. ун-т архитектуры и строительства ; редкол. А. Н. Сафьянов [и др.]. – Пенза, 2023. – С. 163–169.

2. **Латышев, О. Ю.** Цифровизация как условие устойчивости экономико-правового положения агропромышленного предприятия / О. Ю. Латышев, М. Луизетто, П. А. Латышева // Человекоориентированное управление: будущее цифрового общества : сб. ст., Санкт-Петербург, 18–19 мая 2023 г. : в 2 ч. / Санкт-Петербург. гос. экон. ун-т ; под ред. проф. И. А. Максимцева, проф. В. К. Потемкина. – СПб, 2023. – Ч. 1. – С. 139–145.

3. **Latyshev, O. Yu.** State support for small businesses / O. Yu. Latyshev, P. A. Latysheva, M. Luisetto // Проблемы развития социально-экономических систем : материалы VII междунар. науч. конф. молодых ученых и студентов, Донецк, 20 апреля 2023 г. – Донец. гос. ун-т ; под ред. Ю. Н. Полшкова. – Донецк, 2023. – С. 180–182.

4. **Latyshev, O.** Ways to incorporate the norms of an international treaty into the national legal system in new geo-economic conditions / O. Latyshev, P. Latysheva, M. Radaelli, M. Luisetto // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. : в 2 т. / Нац. акад. наук Беларуси; Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: Д. В. Муха [и др.]. – Минск : Право и экономика, 2023. – Т. 2. – 460 с.

5. **Latyshev, O. Yu.** Economic development of agro-industrial enterprise era of digitalization / O. Yu. Latyshev, P. A. Latysheva, M. Luisetto, Kh. Edby, G. A. Hamid // Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право : сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. / Моск. психолого-социальный ун-т ; отв. ред.: В. П. Вершинин, А. Л. Третьяков. – М., 2023. – С. 673–678.

TRENDS IN THE FIELD OF ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION OF BUSINESS ACTIVITIES

The purpose of the work is to determine the key modern trends in the field of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity. Research methods – analysis of scientific and regulatory documentation, synthesis, comparison, juxtaposition, generalization, bibliographic method.

Цель работы – определить ключевые современные тенденции в области административно-правового регулирования предпринимательской деятельности. Методы исследования – анализ научной и нормативной документации, синтез, сравнение, сопоставление, обобщение, библиографический метод.

Key words: administrative and legal regulation; entrepreneurial activity; business; organization; law; manager; director; document.

Ключевые слова: административно-правовое регулирование; предпринимательская деятельность; бизнес; организация; закон; менеджер; директор; документ.

Administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the Russian Federation should be considered as a means of translating the authoritative prescriptions of the modern Russian state into the activities of business entities. This allows us to identify new trends in the construction of a legal society in our country in order to promptly select the most effective means of management and the corresponding improvement of legislation [1].

The process of forming effective state support for small businesses is a rather high-risk production and economic activity. It exists within certain legal boundaries, which are traditionally based on the principles of predominantly implemented economic isolation and a significant measure of responsibility, personification of management.

In addition, the dominant-innovative nature of reproduction is actualized in order to ensure high profitability in the course of implementing this type of capital application activity. The functioning of the system of regional state support for small businesses occurs in a very specific strategic economic environment, due to which it inevitably absorbs the qualities of a fairly rigid territorial determinism [2].

In addition, the successful implementation of the system of regional state support for small business requires special organization from it, which would take into account the nature of local specifics, while the positive dynamics of its development should be perceived as an integral condition for a balanced transformation of the economy of the region under consideration as a whole.

The functioning of the system of regional state support for small business, as a rule, inevitably faces a dialectical contradiction of its widespread and progressive development between its inherent functional and reproductive role, implemented mainly at the so-called meso level [3].

The second part of the contradiction is the high social significance of this support, on the one hand, and the currently insufficient level of the state form of implementation of this support, on the other. So far, the lack of funds for the correct and timely resolution of this contradiction, which is typical for almost the overwhelming majority of regions of the Russian Federation, is a significant restraining factor for the progressive and timely development of small business in the country, which is the social basis for state reforms, which determines their unsatisfactory progress as a whole.

In the implementation of an effective system of regional state support for small business, a decisive role is called upon to play proper administrative and legal support, which would allow for the timely and necessary formation of the appropriate regulatory framework [4].

In turn, this regulatory framework could become an adequate motivating principle for the progressive and widespread development of small business, providing for the introduction of new technologies.

The key features of the functioning of an effective system of regional state support for small business should be called the presence of advanced schemes, models, as well as modern tools for organizational and financial regulation of all areas of activity of small enterprises.

An essential task of an effective system of regional state support for small business is to facilitate the formation of the most acceptable institutional and market infrastructure for it. An integral indicator of the high efficiency of the implementation of the regional state support system for small businesses should be called the stimulation of the development of cooperation at the regional level of small businesses.

The above-mentioned system of measures must represent a conceptually holistic, consistent, and well-understood by each entrepreneur target regional program, the implementation of which is aimed at ensuring favorable conditions for the timely development of small businesses [5].

For highly effective stimulation of innovative investment activities of each regional small business, it seems advisable to form a so-called guarantee fund, the work of which should be aimed at lending to representatives of small businesses.

This lending is directed at innovative and risky activities inherent in various small business entities in the context of cooperation with the center for information and consulting support for innovations. It is almost impossible to imagine the functioning of an effective system of regional state support for small business entities without simplifying the procedure for their licensing and registration in the declared mode.

It seems necessary to introduce restrictions on the composition and size of the list of certified goods and services, as well as the timely establishment of benefits provided for in the process of voluntary-initiative certification of small business entities.

It should be noted that small business entities have the property of increased mobility in the modern domestic economic system, and are able to perform the functions of the most mobile economic component.

It is small business entities that are able, at the right time, to “fill” the space that inevitably forms between “large-block” entities of medium and large businesses, and thereby allow creating a certain stability for the overall structure of the macroeconomic system of the currently existing national economy.

The property of mobility provides small business entities with decisive competitive advantages in the process of comprehensive restructuring in the absence of inertia of the entire economic system for innovative solutions.

It is impossible not to mention that production and technological, organizational and managerial and commercial and marketing innovations in the small business sector will also be a natural consequence of the implementation of its support system.

During the consideration of the problems and prospects of entrepreneurial activity in the Russian Federation, colleagues the following are considered the main advantages of entrepreneurial activity:

- proximity to the client. Unlike large businesses, small businesses are almost always in close contact with the client, almost on a daily basis.

This allows these enterprises to most quickly adapt and show flexibility depending on the wishes of customers, and, as a result, they can ensure that the consumer will ultimately give preference to their products:

- the ability to constantly change and adapt. In the process of carrying out their activities, entrepreneurial enterprises have to constantly “fight for survival”, since there is a high probability of displacement by large and medium-sized enterprises. In addition, they are highly dependent on their clientele and suppliers, so they are forced to constantly look for various new ways to reduce costs;

- low overhead costs. It is a fact that in a traditional organization, as it expands, the range of management tasks that need to be solved in the shortest possible time is constantly increasing.

At the same time, there is also an increase in specific overhead costs for the ever-increasing administrative apparatus. Small companies that are devoid of internal bureaucracy can keep these costs at a relatively low level;

- use of “small niches”. In the process of saturation of sales markets, the need to find new product niches is growing. In comparison with large enterprises, which are mainly chasing an increase in the scale of their activities, small enterprises, on the contrary, see the need to find small niches.

Working at the first stage with minimal profit, they often receive an expansion of the niche as a result of their activities, which over time can become a new, large source of income;

– innovative potential. As noted above, entrepreneurial enterprises need to constantly adapt to changes in the business environment, in production technologies, as well as in the needs of customers.

Moreover, small organizations are often run by entrepreneurs who are innovators in their field, who are quite ready to take risks if it will provide them with increased profits and efficiency of the organization;

– the ability to combine efforts. In order for entrepreneurial enterprises to be able to resist their large and medium-sized competitors, it is advisable for them to form various kinds of associations, both short-term and long-term.

The website of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation reports that measures are being taken in the Russian Federation to support small and medium-sized businesses in the context of unprecedented sanctions.

In particular, business support in the context of sanctions restrictions will include benefits for IT, a moratorium on inspections of SMEs and credit holidays: “Moratorium on inspections for small businesses:

From March 10 until the end of 2022, a moratorium on scheduled inspections of individual entrepreneurs, small and medium-sized enterprises is in effect. The only exceptions are cases where there are risks to the life and health of citizens (for example, in the field of using atomic energy, ensuring radiation safety, protecting state secrets, etc.).

Licensing and permitting regimes. Business representatives, by decision of the Government, will be able to carry out their activities without a license, undergoing an assessment for perpetual licenses and qualification exams.

New stage of capital amnesty. As part of the fourth stage of the procedure for voluntary declaration of accounts and property, entrepreneurs will be able to declare cash. Instead of securities, the law establishes the definition of “financial assets”, which will allow legalizing not only shares and bonds, but also, for example, futures contracts, options and other financial instruments.

The President of the Russian Federation V. V. Putin constantly speaks about the need to support small and medium-sized businesses. The development of the entrepreneurial sector in the Russian Federation is one of the priority goals of the economic policy of the Russian Federation.

In turn, administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in foreign countries is carried out as follows.

Following foreign experience requires attention to the fact that market relations in the Russian Federation are still relatively “young” and are on the way to the stage of their civilized development, therefore it is always necessary to make significant amendments to all adopted models of organizing support and development of small businesses. The Law of the People’s Republic of China “On the Promotion of Small and Medium-Sized Enterprises” provides for measures of financial support for small and medium-sized enterprises, reflected in Chapter Three of this legislative act, as well as support measures provided in the process of creating small and medium-sized enterprises, reflected in Chapter Four of this legislative act.

A number of progressive trends are currently observed in highly developed countries, indicating support for small businesses from the state and society. The first of such clearly expressed trends should be called the reduction of administrative pressure on business, restrictions on its rights and freedoms.

At the same time, the modern state economic policy of highly developed countries is focused, first of all, on comprehensive support for the most priority sectors, which always include small business.

The social component of the work of small businesses is always taken into account by the government of these countries among constant priorities. For example, when the state in the United States of America stopped interfering in the activities of small businesses, their number began to increase rapidly.

The method of natural selection is presented in the United States of America for the formation of leaders of future business. At the same time, the registration procedure for almost every new small business is significantly simplified.

Registration documents for a small business do not exceed one day and a ten-dollar registration fee.

In turn, in France, and directly at the national level, the so-called commission for the development of bills designed to further simplify the procedure for registering and creating small businesses in the country is under the strict control of the Prime Minister.

In Australia, for a long time and quite effectively, a system has been functioning that is aimed at restraining the process of developing and adopting new regulatory legal acts that could have any negative impact on competition among small businesses.

In addition, the development and adoption of such regulatory legal acts in some cases can, for one reason or another, lead to the emergence of completely unexpected and unnecessary administrative costs for the organic set of these small and medium-sized businesses.

The implementation of a kind of regulatory reform since the mid-nineties of the twentieth century set itself the goal of significantly increasing the efficiency of the functioning of the entire set of markets from the standpoint of the end consumer. This has traditionally been achieved by increasing the degree of responsibility of small businesses for the state of affairs in their industry through self-regulation. A characteristic feature of the Australian regulatory reform was the widespread and rapid replacement of the slogan “regulate better” with the slogan “regulate less”, which is more acceptable for all small businesses in the country.

Thus, the participation of any state and municipal structures in regulating various aspects of the activities of the entire organic set of small businesses was quickly reduced to a minimum. At the same time, in the Federal Republic of Germany, the state has the right to interfere in the activities of small businesses only in the sole case if they have not demonstrated the ability to properly interact with society.

One example of such inability of small businesses may be their unwillingness to comply with environmental protection requirements or to promptly eliminate any shortcomings in their economic development. Of particular importance in this process is the principle of complete and strict compliance of state intervention with all the rules of the market economy currently existing in the modern German republic, strictly observed by the government of the Federal Republic of Germany.

The essence of the principle of state intervention is to ensure the most acceptable and fair conditions for the activities of small business entities and, at the same time, to implement a high level of competition.

The efforts of the government of the Federal Republic of Germany are aimed at the fastest possible formation and preservation of the overwhelming majority of highly productive, most dynamically developing small businesses.

The antitrust legislation, which has been in force in the Federal Republic of Germany for many years, prevents individual small business entities from dominating the market by dictating prices for goods and services, the nature of relations with such small businesses that are not so successful in the increasingly intense competitive struggle.

The clear priority of the independent functioning of the entire organic set of small businesses that currently exist in the Federal Republic of Germany, which practically do not need state support in any way.

In the interests of the constant progressive development of the economy as a whole, the government of the Federal Republic of Germany considers itself not entitled to restrain in any way the natural changes that are gradually being traced in market conditions. The most important regulatory functions of the government of the Federal Republic of Germany are directly related exclusively to ensuring the conditions for full and strict observance of the legal and economic order.

The implementation of such government functions also provides for the observance of the fundamental rights of small business entities to the freedom of organization and conduct of all their entrepreneurial activities. For example, all small business entities are characterized by the right to conclude contracts, join associations of small enterprises of interest to these entities, as well as their inalienable right to create branches and departments.

Every entrepreneur working in the Federal Republic of Germany can choose a profession solely following his own desire, as well as a place of work, and also independently determine the prices for the products he manufactures. This applies in general to private property itself, the algorithms for its disposal chosen by the owner, which concerns, first of all, the means of production, ensuring the success of the production process. These include land plots on which production facilities are built, the actual buildings of factories and plants, as well as infrastructure facilities for various purposes, machines and mechanisms, and other fixed assets. At the same time, the principles of independent entrepreneurship that promote the development of small businesses are fully enshrined in legislative acts.

The second progressive direction of state regulation of small businesses implemented in highly developed countries is its diverse, large-scale and timely support.

In France, Great Britain and Germany, such an effective tool for encouraging innovative activities carried out by small businesses has been used for quite a long time – flexible tax policy.

Financial assistance in each of the three above-mentioned countries is provided to small businesses in the form of subsidies, and at the same time – guaranteed loans and grants designed to encourage entrepreneurial initiative. French small business entities often consider it appropriate to use the advantages provided to them by the so-called “law of the radius” and seek to extract objective benefits from the maximum distance from Paris and other influential financial and economic centers.

The French government actively supports such initiatives of its small business entities, and in some cases even encourages their relocation to the most remote regions possible in order to accelerate the economic development of the latter. It strives to ensure that the number of small businesses being relocated increases every year, and that the economic development of central and remote regions gradually comes to a state of relative equilibrium.

For this purpose, French small business entities, on the initiative of the French government, receive targeted loans for capital investments, which are so necessary for their progressive development and timely full-scale structural restructuring of all production cycles.

In conclusion, it should be noted that in France, as well as in Germany, state regulation has led to the emergence of structural reforms, as well as the timely maintenance of the proper level of production accumulation in small businesses. In general, this has enabled both of the above-mentioned states to promptly support the development of small businesses at the proper level, as well as to prevent a decline in their profitability upon the onset of an economic crisis. Self-regulation of small businesses in Australia is considered a fairly flexible instrument for reducing, to one degree or another, the inevitable costs that arise in the course of its application for the widespread large-scale organization of small businesses in comparison with the state regulation that traditionally existed before. At the same time, not only do Australian small businesses feel much freer in the process of making fundamental decisions regarding their further development, but the state itself does not bear any additional costs for them.

The key trend in the area of state support for small businesses is the increasingly widespread spread of a far-sighted policy of non-interference in the course of their daily activities across the globe. Significant savings in administrative resources and specific funds are received by those highly developed countries of the world whose state policy is aimed at supporting self-regulation of small businesses wherever this seems sufficiently appropriate.

Thus, the second paragraph of the second chapter examines the progressive elements of administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in foreign countries. The third chapter will examine the main areas of improving administrative and legal regulation of entrepreneurial activity in the Russian Federation.

References

1. **Латышев, О. Ю.** Реализация проектов оптимизации процесса социально-экономического развития Эмирата Дубай / О. Ю. Латышев, П. А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто // Моисеевские чтения – 2023 : сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов / Пенз. гос. ун-т архитектуры и строительства ; редкол. А. Н. Сафьянов [и др.]. – Пенза, 2023. – С. 163–169.

2. **Латышев, О. Ю.** Цифровизация как условие устойчивости экономико-правового положения агропромышленного предприятия / О. Ю. Латышев, М. Луизетто, П. А. Латышева // Человекоориентированное управление: будущее цифрового общества : сб. ст., Санкт-Петербург, 18–19 мая 2023 г. : в 2 ч. / Санкт-Петербург. гос. экон. ун-т ; под ред. проф. И. А. Максимцева, проф. В. К. Потемкина. – СПб, 2023. – Ч. 1. – С. 139–145.

3. **Latyshev, O. Yu.** State support for small businesses / O. Yu. Latyshev, P. A. Latysheva, M. Luisetto // Проблемы развития социально-экономических систем : материалы VII междунар. науч. конф. молодых ученых и студентов, Донецк, 20 апреля 2023 г. – Донец. гос. ун-т ; под ред. Ю. Н. Полшкова. – Донецк, 2023. – С. 180–182.

4. **Latyshev, O.** Ways to incorporate the norms of an international treaty into the national legal system in new geo-economic conditions / O. Latyshev, P. Latysheva, M. Radaelli, M. Luisetto // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. : в 2 т. / Нац. акад. наук Беларуси; Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: Д. В. Муха [и др.]. – Минск : Право и экономика, 2023. – Т. 2. – 460 с.

5. **Latyshev, O. Yu.** Economic development of agro-industrial enterprise era of digitalization / O. Yu. Latyshev, P. A. Latysheva, M. Luisetto, Kh. Edby, G. A. Hamid // Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право : сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. / Моск. психолого-социальный ун-т ; отв. ред.: В. П. Вершинин, А. Л. Третьяков. – М., 2023. – С. 673–678.

VII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, КОНТРОЛЯ, АНАЛИЗА И ФИНАНСОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 336.71:338.28

В. Г. Антонец (vikuvi555@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени М. Туган-Барановского
г. Донецк

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

На основе структурирования рынка финансовых технологий (далее – финтех) выделены основные направления его развития. Рассмотрены глобальные тренды развития финтех с точки зрения перспектив адаптации к ним российского финансового сектора. Аргументирована целесообразность мер государственной поддержки формирования рынка финансовых технологий в части стимулирования финтех-стартапов и цифровой культуры. Обоснована современная тенденция того, что финансовые услуги нового поколения приобретают формат экосистем, на основе этого представлены основные направления дальнейшего развития рынка финансовых технологий.

Based on the structuring of the financial technology (next – fintech) market, the main directions of its development are identified. Global trends in the development of fintech are considered from the point of view of the prospects for the adaptation of the Russian financial sector to them. The expediency of measures of state support for the formation of the financial technology market in terms of stimulating fintech startups and digital culture is substantiated. The current trend that new-generation financial services are acquiring the format of ecosystems is substantiated, on this basis the main directions of further development of the financial technology market are presented.

Ключевые слова: финансовые технологии; финтех-услуги; финтех-инновации; рынок финансовых технологий; системы финансовых услуг; финансовая инфраструктура; экосистема.

Key words: financial technologies; fintech services; fintech innovations; financial technology market; financial services systems; financial infrastructure; ecosystem.

Развитие финансовых технологий началось сравнительно недавно, однако интерес к данной индустрии стремительно растет и набирает обороты. Рассматривая спектр финтех-услуг, можно увидеть их потенциально большое влияние на деятельность финансовой системы, требующей анализа преимуществ и рисков от финтех-инноваций для банковского сектора России и экономики в целом. По информации анализа регулятивного законодательства в зарубежных странах относительно сферы финтех-услуг было выявлено, что регулирование большинства рисков, тесно связанных с развитием финтех-услуг, относятся к компетенции различных надзорных органов, что требует сотрудничества между государственными институтами. В своей деятельности надзорные органы опираются на инновационные технологии, такие как распределенные реестры, искусственный интеллект, анализ неструктурированных данных.

Одним из современных трендов развития финансовых услуг является рост уровня их диджитализации и все более активное распространение финтех-инноваций.

Уже более половины пользователей финансовых услуг предпочитают цифровые каналы их получения, а современные вызовы, изменяющие глобальную парадигму развития мира, лишь увеличивают роль финтех-инноваций как детерминант развития национальной экономики. Активное распространение финтех-инноваций сказывается на динамике и характере развития национальной экономики: с одной стороны, повышается уровень финансовой инклюзии домохозяйств, упрощается доступ предприятий к источникам финансирования, повышаются быстрота финансовых операций и гибкость финансовой системы, с другой – формируются новые вызовы для стабильности финансового сектора, конкурентоспособности традиционных

финансовых учреждений, экономической и информационной безопасности государства, защиты прав инвесторов и потребителей финансовых услуг.

Формулировка целей статьи состоит в характеристике содержания и роли, особенностей современного этапа развития сферы финансовых технологий в структуре финансовых систем и экономики в целом с позиций возможностей субъектов экономических отношений.

Развитие финтех в сегодняшних условиях обусловлено достижениями в сфере технологических инноваций [1]. Технологические изменения, предопределяющие радикальное обновление технологической базы производства, катализатором имеют кризисы, показывающие исчерпание возможностей развития на предыдущих началах. Технологические инновации, которые позволяют развитие финтеха, включают: интерфейсы программирования приложений, искусственный интеллект, машинное обучение, большие массивы данных (Big Data), технологии распределенного доступа (Blockchain), облачные технологии, разумные контракты, криптография и биометрия.

Следует заметить, что реализация таких инноваций носит диджитализационный характер. Финтех как термин в научном обращении сравнительно новый, в частности, только в последние годы эти технологии начали прогрессировать за пределами банковского сектора и приобрели признаки отдельной индустрии. В сфере финансовых технологий на сегодняшнем этапе происходят радикальные изменения, связанные с повышением уровня автоматизации, открытости и ориентированности на потребителя и его индивидуальные запросы.

При этом значение сектора в мире достаточно важно, поскольку глобальное внедрение финансовых технологий ежегодно растет на 15–20%. В широком смысле «финансовые технологии» – любые технологии, направленные на улучшение и автоматизацию предоставления финансовых услуг. Их основная задача – облегчить крупным компаниям, представителям бизнеса и конечным потребителям услуг работу с собственными финансами, в частности в части управления, повышения эффективности использования и привлечения капитала на основе применения специализированного программного обеспечения. Финтех – это инновационные технологии, которые используются финансовыми институтами, органами государственного управления, торговыми организациями для удовлетворения потребностей финансовых, административных услуг и товаров в условиях развития экономики потребления [2].

Отличительным признаком современного развития рынка финансовых услуг является широкое внедрение финтех-инноваций и появление новых игроков данного рынка – финтех-компаний.

Финансовые технологии меняют не только способы продвижения финансовых услуг, но и их предоставление и потребление. Финтех модифицирует реализацию функций финансовой системы финансовыми институтами и рынками, изменяя как структуру, так и возможности, традиции и правила. Это проявляется в таких аспектах, как изменение подходов в работе финансовых институтов; изменение привычек и ожиданий клиентов; изменение требований, подходов и инструментов финансовых регуляторов; новые возможности и новые бизнес-модели для экономических субъектов.

Некоторые финансовые технологии настолько укореняются в функционировании финансового сектора, что часто переходят в группу общепринятых и единственно возможных способов выполнения технологических операций и процессов. В дальнейшем технологическое развитие и цифровая эра способствуют появлению новых технологий и инновационных способов финансирования, распространяющихся на все сферы и звенья финансовой системы. Рынок финансовых услуг уже невозможно представить без использования информационных технологий, мобильных приложений, электронных средств проведения платежей, онлайн-переводов, онлайн-управления собственным счетом и т. д.

Современное развитие денежного сектора характеризуется усилением цифровизации денежных услуг и технологизации операционных действий денежных посредников. Финтех в значительной степени влияет на развитие, инновации и тенденции банковской системы. Технологический прогресс стимулирует банки и других участников финансового рынка к использованию в своей деятельности более инновационных методов и средств ведения деятельности, ведь постоянно на рынке появляются конкурентоспособные финтех-компании, предоставляющие те же услуги, однако более современными методами и с лучшими маркетинговыми инструментами и более финансово выгодными для клиентов.

Рынок финтех-инноваций можно структурировать по четырем базовым критериям:

1) вид финансовой услуги (платежи, переводы, расчеты; депозиты, ссуды, привлечение капитала; управление инвестициями; страхование; услуги инфраструктурных участников);

2) тип субъекта – поставщика финтех-услуг (крупные технологические компании; инфраструктурные компании; диджитал- и неолбанки; независимые финтех-компании; финтех-подразделения в структуре банков и других денежных учреждений);

3) вид инновационной формирующей технологии базовый концепт финтех-инноваций (блокчейн, смарт-контракты; маркетплейсы; облачные технологии; искусственный интеллект; аналитика и сохранность данных; интерфейсы программирования приложений);

4) фокусный потребительский сегмент (физические лица (домохозяйства); малые и средние предприятия; крупные предприятия; финансовые учреждения; регуляторы, аудиторы; технологические компании).

Основные объекты в структуре рынка финансовых технологий представлены на рисунке ниже.

Структура рынка финансовых технологий



Финансовые технологии быстро интегрируются в повседневную жизнь, примерно две трети взрослого населения планеты используют цифровые переводы. Ожидается, что каждый второй клиент крупной финансовой организации ожидает полной цифровизации взаимодействия с ними в течение 3–5 лет. На данный момент в мире существует около 26 000 финтех-стартапов, что в два раза больше, чем в 2019 г. Годовой темп роста индустрии финтех составляет около 20% [3].

Прогнозируется, что в 2024 г. индустрия финансовых технологий продолжит претерпевать кардинальные преобразования. Этот период будет отмечен новаторскими достижениями и ключевыми тенденциями, приводящими к значительным изменениям в финансах. Генеративный искусственный интеллект и рост децентрализованных систем являются факторами, определяющими этот сдвиг, и приводят к появлению более персонализированных, эффективных и безопасных финансовых услуг. Предполагается, что объем мирового рынка финтех достигнет 882 млрд долл. США при годовом темпе роста в 17% [4]. Однако финтех-отрасль сталкивается с проблемами соблюдения нормативных требований и обеспечения устойчивого функционирования. Успех будут иметь те финансовые организации, которые сумеют справиться с этими сложностями.

В первом полугодии 2023 г. российский финтех-рынок продемонстрировал рост на 17% несмотря на давление санкций. Топ-100 российских финтех-компаний заработали в сумме 79,29 млрд р., что представляет динамику роста в 17% по сравнению с аналогичным периодом

2022 г. Бухгалтерия, платежные системы и переводы средств составляют примерно по 9% каждый из общего объема рынка, оставшиеся сегменты занимают по 5%. Сегмент «другое» вырос на 80%, что в основном связано с увеличением интереса к криптовалютам и ростом ведущего представителя этого сегмента. Наиболее успешными компаниями в российском финтех-рынке являются Solar Staff, Qiwi и «Эвотор».

На основе исследования отраслевого распределения рынка можем утверждать, что финансовые технологии выполняют ряд функций:

- 1) на основе использования облачных технологий способствуют снижению затрат по предоставлению финансовых услуг и инструментов для клиентов;
- 2) предлагают разработчикам продукты, разрешающие объединить данные клиентов и сервисы;
- 3) позволяют снизить время выхода на рынок новых продуктов и сократить затраты на их разработку.

Финансовые технологии развиваются в направлении перехода от создания финансовых монопродуктов для клиентов, не охваченных банками, до производства мультипродуктов. На основе анализа деятельности российских финтех-компаний определено, что финансовые технологии развиваются там, где можно предложить новый финансовый продукт, который лучше удовлетворяет потребности потребителей, чем имеющиеся, или там, где есть шансы предоставлять услуги дешевле и качественнее. Финтех-компании не только становятся важной составляющей мировой и национальной экономики, они трансформируют сектор финансовых услуг с помощью инновационных продуктов, принципиально меняя механизм работы основных традиционных участников рынка. Динамическое развитие финансовых технологий предполагает необходимость обоснования роли и места финтех-компаний на рынке финансовых услуг, распределения сфер влияния и определения взаимоотношений новых и традиционных участников на рынке.

Воздействие новейших технологий на современный финансовый рынок сегодня очень сложно переоценить. Финтехиндустрия бурно и постоянно развивается, проникает во все сферы финансовой деятельности и демонстрирует клиентам новые и удобные финансовые сервисы и инструменты. Благодаря этому современный потребитель кардинально меняет свое отношение к денежным услугам. Он стремится к дистанционности, легкости и безопасности в управлении собственными финансами.

В этой синергии рождается будущее финансового сектора – и мирового и российского. И это будущее неразрывно связано с финтехом. Финансовый сектор становится открытым для инноваций и интегрированным в глобальную финансовую систему. Постепенно формируется новая финтех-экосистема – конкурентная, мощная, инвестиционно привлекательная и прибыльная, с передовыми технологиями и незначительным регулированием. Права всех ее участников будут равны и защищены. Увеличение численности пользователей мобильных устройств и широкое распространение электронной коммерции способствует быстрой адаптации цифровых платежей во всем мире.

Финансовые технологии в России активно развиваются и прогрессируют. Количество онлайн-компаний за последний год удвоилось в количественном показателе, они набирают обороты и в показателе объема [5]. В основе таких компаний лежит ориентированность на клиентов, быстрая реакция на изменение рыночной конъюнктуры, качественное предоставление услуг. Развитие рынка финансовых технологий обусловлено использованием финансовыми институтами новых бизнес-моделей и предопределяет кардинальные конфигурации денежной сферы. Исследование рынка финансовых технологий свидетельствует о тенденции наращивания его количественных и качественных параметров; значительное влияние на деятельность традиционных участников финансового рынка; недостаточно сформированную нормативную правовую базу по регулированию деятельности финтех-компаний с позиций защиты экономической конкуренции. Финтех-компании не только становятся важной составляющей мировой и национальной экономики, они трансформируют сектор финансовых услуг с помощью инновационных продуктов, принципиально изменяя механизм работы основных традиционных участников рынка. Дальнейшее развитие сектора финансовых технологий в России с расширением доступа к финансовым услугам потенциальных клиентов, прежде всего физических лиц, является важным фактором содействия финансовой инклюзивности. Основными направлениями развития российского рынка финансовых технологий являются: совершенствование государственного регулирования, совершенствование продуктов, наращивание инвестиций, установка стратегического партнерства с традиционными игроками финансового сектора.

Список использованной литературы

1. **Артеменко, Д. А.** Цифровые технологии в финансовой сфере: эволюция и основные тренды развития в России и за рубежом / Д. А. Артеменко, С. В. Зенченко // *Финансы: теория и практика*. – 2021. – № 25 (3). – С. 90–101.
2. **Романов, В. А.** Индустрия финтех: основные технологии и направления развития финансовой цифровизации / В. А. Романов, В. В. Хубулова // *Вестн. РУДН. Сер., Экономика*. – 2020. – Т. 28, № 4. – С. 700–712.
3. **Леонидов, С.** Поступить в финтех: как будет развиваться отрасль в России и за рубежом [Электронный ресурс] / С. Леонидов // *Forbes.ru*. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/487086-postupit-v-finteh-kak-budet-razvivat-sa-otrasl-v-rossii-i-za-rubezom-v-2023-godu>. – Дата доступа: 25.09.2024.
4. **Бевз, Р.** Будущее финансов: представляем 10 лучших финтех-инноваций 2024 года и последующих лет [Электронный ресурс] / Р. Бевз // *avenga*. – Режим доступа: <https://www.avenga.com/magazine/fintech-industry-trends/>. – Дата доступа: 25.09.2024.
5. **Голикова, А. С.** Рынок финтеха стран-членов ЕАЭС (на примере Беларуси, Казахстана и России) / А. С. Голикова // *Банковская система: устойчивость и перспективы развития* : сб. науч. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. по вопр. финансовой и банковской экономики, г. Пинск, 30 окт. 2020 г. / Полес. гос. ун-т ; редкол.: К. К. Шебеко (гл. ред.) [и др.]. – Пинск, 2020. – Ч. 1. – С. 12–15.

УДК 336.71

М. В. Антонова (antonovamv@yandex.ru),
канд. экон. наук, доцент

А. А. Шутенко (shutenko1aa@gmail.com),
аспирант
Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

ФИНАНСОВОЕ МОШЕННИЧЕСТВО В РОССИИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Финансовое мошенничество является актуальной проблемой любого государства. Целью данной статьи является исследование динамики показателей, характеризующих денежные операции, совершенные без согласия клиентов.

Проведенное исследование позволило выявить «профиль» основного клиента, наиболее уязвимого для финансового мошенника – это человек среднего возраста, проживающий в городе, со средним образованием, работающий, имеющий средний доход. Именно на данную группу населения следует направить мероприятия для предотвращения несанкционированных финансовых операций.

Financial fraud is an urgent problem of any state. The purpose of this article is to study the dynamics of indicators characterizing monetary transactions performed without the consent of clients.

The conducted research allowed us to identify the “profile” of the main client, the most vulnerable to a financial fraudster is a middle-aged person living in a city, with a secondary education, working, and having an average income. It is to this group of the population that measures should be directed to prevent unauthorized financial transactions.

Ключевые слова: финансовое мошенничество; информационная безопасность; несанкционированная операция; интернет-мошенничество.

Key words: financial fraud; information security; unauthorized transactions; Internet fraud.

В настоящее время финансовое мошенничество является острой проблемой любого государства [1]. В Российской Федерации с тем или иным видом атак финансовых мошенников сталкивался практически каждый гражданин, что обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Целью данной статьи является исследование динамики показателей, характеризующих денежные операции, совершенные без согласия клиентов.

Для исследования выбран период 2021–2023 гг. Информационной основой исследования являются данные Банка России.

Методической основой исследования являются общенаучные теоретические методы исследования и статистические методы исследования.

Несмотря на мероприятия, проводимые в Российской Федерации для повышения финансовой грамотности населения, с целью пресечения различных видов финансового мошенничества в исследуемом периоде наблюдается увеличение как объема, так и количества операций, совершенных без согласия клиентов (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика количества денежных операций, совершенных без согласия клиентов в Российской Федерации в 2021–2023 гг.

Показатели	Данные за год			Отклонение за период	
	2021	2022	2023	Абсолютное	Темп роста, %
Совокупный объем несанкционированных операций, млн р.	13 582,23	14 165,44	15 791,41	2 209,18	116,27
В том числе:					
с физическими лицами, млн р.	12 131,10	13 357,77	15 258,02	3 126,92	125,78
с юридическими лицами, млн р.	1 451,20	807,67	533,39	–917,81	36,76
Количество несанкционированных операций, тыс. ед.	1 035,01	876,59	1 165,99	130,98	112,65
В том числе:					
с физическими лицами, тыс. ед.	1 030,86	871,75	1 164,33	133,47	112,95
с юридическими лицами, тыс. ед.	4,15	4,84	1,66	–2,49	40,00
Примечание – Составлено по данным Банка России [2].					

В начале исследуемого периода совокупный объем несанкционированных операций составлял 13 582,23 млн р. (отметим, что 89,32% приходится на операции физических лиц), к концу исследуемого периода данный показатель увеличился на 16,27% до 15 791,41 млн р. (доля несанкционированных операций со счетами физических лиц возросла до 96,62%).

В 2021 г. количество незаконных денежных операций составляло 1 035,01 тыс. ед. (из них 99,60% приходилось на операции со средствами населения), в 2023 г. количество незаконных операций возросло на 12,65% до 1 165,99 тыс. ед. (доля операций со средствами населения увеличилась до 99,86%).

Данная динамика свидетельствует о том, что финансовое мошенничество является актуальной проблемой безопасности российского финансового рынка, основная угроза мошенников – денежные средства населения.

Отметим, что наиболее часто при несанкционированной операции потери человека составляют до 20 тыс. р. (64,1% от совокупного объема несанкционированных операций), однако в 4,3% случаев – величина финансового ущерба достигает размера более 1 млн р. (таблица 2).

Таблица 2 – Структура размера несанкционированных операций в Российской Федерации в 2021–2023 гг.

Сумма операции	Удельный вес, %
До 20 тыс. р.	64,1
20 тыс. р. – до 100 тыс. р.	17,9
100 тыс. р. – до 500 тыс. р.	9,9
500 тыс. р. – до 1 млн р.	3,8
Свыше 1 млн р.	4,3
Примечание – Составлено по данным Банка России [2].	

В Российской Федерации мошенники используют различные схемы, в том числе активно применяют интернет-ресурсы (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика количества мошеннических интернет-ресурсов в Российской Федерации в 2021–2023 гг.

Вид мошеннической деятельности	Данные за год			Отклонение за период	
	2021	2022	2023	Абсолютное	Темп роста, %
Безлицензионная деятельность	1 521	634	156	–1 365	10,26
Мошенничество	4 337	4 276	3 477	–860	80,17
Финансовые пирамиды	302	303	5	–297	1,66
Вредоносное программное обеспечение	53	4	1	–52	1,89
Примечание – Составлено по данным Банка России [2].					

Положительной тенденцией интернет-мошенничества является снижение количества всех видов незаконной деятельности:

– безлицензионная деятельность сократилась почти на 90%: с 1 521 случая в 2021 г. до 156 случаев в 2023 г.;

– мошенничество снизилось, но лишь на 20%: с 4 337 до 3 477;

– значительно сократилось количество финансовых пирамид: если в начале исследуемого периода их количество составляло 302, то в 2023 г. Банк России зафиксировал пять финансовых пирамид на российском рынке;

– резкая тенденция сокращения наблюдается при использовании вредоносного программного обеспечения (данные операции сократились на 98%).

Однако помимо интернет-ресурсов мошенники активно используют «традиционные» каналы [3]: мошенничество по телефону, смс-сообщения, информация в мессенджерах и т. п.

Анализ выявленных случаев финансового мошенничества позволил определить «профиль» клиента, наиболее уязвимого для данных атак (таблица 4).

Таблица 4 – Профиль клиента, наиболее уязвленного к атакам мошенников в Российской Федерации в 2021–2023 гг.

Характеристики профиля	Удельный вес, %
<i>Возраст клиента, лет</i>	
14–19	10,3%
20–24	7,6%
25–44	37,4%
45–64	29,0%
65+	15,7%
<i>Гендерный признак</i>	
Женщины	55,5%
Мужчины	44,5%
<i>Место проживания</i>	
Городской житель	75,4%
Сельский житель	24,6%
<i>Уровень образования</i>	
Общее	28,9%
Среднее	48,0%
Высшее	23,1%
<i>Уровень достатка</i>	
Низкий	25,8%
Средний	46,5%
Высокий	27,7%
<i>Социальный статус</i>	
Учащийся	17,2%
Работающий	59,4%
На пенсии работает	7,3%
На пенсии не работает	4,8%
Не работает	3,2%
Самозанятый	3,1%
Домохозяин	2,8%
ИП	2,0%
Примечание – Составлено по данным Банка России [2].	

В настоящее время существует заблуждение, что основными жертвами финансового мошенничества являются люди пенсионного возраста. Однако данные Банка России [2] свидетельствуют о том, что основная возрастная группа, подверженная атакам мошенников – граждане не возраста от 25 до 44 лет (37,4%) и от 45 до 64 лет (29,0%).

Женщины наиболее часто становятся жертвами финансового мошенничества, однако доля мужчин также велика и составляет 44,5%.

Наиболее часто жертвами мошенников становятся городские жители (75,4% выявленных случаев финансового мошенничества).

Уровень образования оказывает влияние на возможность определения мошеннической атаки. Так, реже всего становятся жертвами мошенников люди с высшим образованием (23,1% от общего количества).

По уровню достатка наиболее уязвленной категорией являются граждане со средним достатком, по социальному статусу – жертвами мошенников являются граждане как работающие по найму, так и индивидуальные предприниматели и самозанятые, пенсионеры и неработающие, в том числе учащиеся, также становятся жертвами незаконных финансовых операций.

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы. В исследуемом периоде, несмотря на различную работу Банка России и других учреждений по вопросам повышения уровня финансовой грамотности населения, объемы финансового мошенничества не снижаются, количество несанкционированных операций также возрастает.

Наиболее уязвимыми являются физические лица. Доля юридических лиц, ставшими жертвами финансового мошенничества в 2021–2023 гг., снизилась до 0,14%.

Более половины незаконных операций осуществляется с суммой, не превышающей 20 тыс. р., однако существуют и несанкционированные операции, размер которых превышает 1 млн р.

В исследуемом периоде наблюдается положительная тенденция сокращения интернет-мошенничества, существенно снизилось количество финансовых пирамид и фактов безлицензионной деятельности, однако факторов финансового мошенничества в интернет-пространстве по-прежнему значительное количество.

Проведенное исследование позволило выявить «профиль» основного клиента, наиболее уязвимого для финансового мошенника – это человек возраста от 25 до 44 лет, проживающий в городе, со средним образованием, работающий, имеющий средний доход. Именно на данную группу населения следует направить мероприятия для предотвращения несанкционированных финансовых операций.

Список использованной литературы

1. **Клиников, А. Е.** Изучение воздействия информационной безопасности на различные экономические аспекты / А. Е. Клиников // Науч.-исслед. центр «Вектор развития». – 2021. – № 1. – С. 141–146.

2. **Информационная безопасность** [Электронный ресурс] // Банк России. – Режим доступа: https://cbr.ru/information_security/. – Дата доступа: 13.09.2024.

3. **Антонова, М. В.** Проблемы информационной безопасности финансового рынка Российской Федерации / М. В. Антонова, А. Е. Хомутов, Н. Г. Мванга // Прогрессивные научные исследования – основа современной инновационной доктрины : сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. – Стерлитамак, 2023. – С. 25–28.

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ЕЕ ТАКСОНОМИЯ С ПОМОЩЬЮ ТЕОРИИ ГРАФОВ КАК КАНДИДАТА В ЧЛЕНЫ БРИКС

Автор впервые предложил в разрабатываемый проект Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 года в подраздел «Стратегические приоритеты и индикаторы устойчивого развития» включить пункт следующего содержания: «Одна из важнейших задач – создание благоприятного инвестиционного климата, для чего субъекты хозяйствования постепенно перейдут к формированию отчетности в области устойчивого развития, а в дальнейшем к интегрированной отчетности», что было принято.

The author for the first time proposed that in the draft National Strategy for Sustainable Social and Economic Development of the Republic of Belarus for the period until 2035, in the subsection “Strategic Priorities and Indicators of Sustainable Development”, include the following paragraph: “One of the most important tasks is to create a favorable investment climate, for which the subjects Businesses will gradually move to reporting in the field of sustainable development, and subsequently to integrated reporting,” which was accepted.

Ключевые слова: нефинансовая отчетность; теория графов; таксономия; БРИКС; целевая комплексная программа.

Key words: non-financial reporting; graph theory; taxonomy; BRICS; targeted comprehensive program.

Практика формирования нефинансовой отчетности развивается в мире более четверти века. Публикация нефинансовых отчетов осуществляется большинством транснациональных и крупных национальных компаний, а также рядом государственных и муниципальных организаций во многих странах мира. Регулярные отчеты публикуют около 90% компаний из списков Fortune Global 500 и S&P 500.

К числу решающих факторов расширения практики нефинансовой отчетности и повышения ее качества относится законодательное регулирование в этой сфере в ряде стран. Так, во исполнение Директивы Европейской Комиссии (ЕК) по раскрытию нефинансовой информации 2014/95 EU в Европейском союзе (ЕС) с 2018 г. введена обязательная нефинансовая отчетность для компаний (численностью от 500 занятых и соответствующих определенным критериям). Выпущены Рекомендации ЕК по нефинансовой отчетности, адресованные компаниям.

В настоящее время Европейский парламент принял новую Директиву о корпоративной отчетности в области устойчивого развития (CSRD), которая обяжет более широкий круг компаний ЕС раскрывать данные о социальных и экологических (ESG – экологическое и социальное управление) последствиях своей деятельности.

Новая CSRD основывается на сфере NFRD и направлена на предоставление более поддающихся проверке, доступности и согласованных нефинансовых данных. CSRD будет служить новой фундаментальной основой для отчетности по устойчивому развитию и будет в значительной степени опираться на структуру стандартов Глобальной инициативы по отчетности (GRI).

Обязательное раскрытие социальной и экологической информации, согласно CSRD, будет касаться около 50 тыс. публичных и непубличных компаний, будет вводиться постепенно.

Цель указанных директив – повысить прозрачность части крупных компаний Европейского союза касательно нефинансовой информации.

Похожие правовые инициативы реализуются в ряде стран БРИКС, а также в других странах, использующих нефинансовую отчетность как источник информации о влиянии организаций на окружающую среду и общество. В настоящее время в состав БРИКС входят: Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР, ОАЭ, Иран, Саудовская Аравия, Египет и Эфиопия. Из всех стран БРИКС по состоянию на февраль 2024 г. национальные таксономии утверждены в Китае, России и ЮАР. Бразилия планирует принять свою таксономию в ноябре текущего года. Таксономии Индии и ОАЭ находятся на стадии разработки. Саудовская Аравия приняла решение о разработке таксономии в начале 2023 г. Наиболее развитая система нефинансовой отчетности среди стран БРИКС выстраивается в Китае.

В мае 2023 г. Республика Беларусь подала заявку на вступление в БРИКС. Ожидается, что в 2024 г. она станет членом. Это обуславливает необходимость того, что субъекты хозяйст-

ования Республики Беларусь так же, как и другие страны БРИКС, должны составлять нефинансовую отчетность.

Экономика Республики Беларусь является открытой. Следует прямо сказать, что в отличие от других стран Республика Беларусь имеет существенное отставание в этом вопросе. Количество субъектов хозяйствования, составляющих отчетность в области устойчивого развития, можно пересчитать по пальцам. Субъектов хозяйствования, составляющих интегрированную отчетность, нет вообще.

Составление белорусскими субъектами хозяйствования публичной нефинансовой отчетности имеет принципиальное и далеко идущее значение. Впервые этот вопрос был поднят автором на уровне Министерства финансов Республики Беларусь еще более 10 лет назад, когда с целью руководства данным процессом и соответствующими докладами перед Советом Министров Республики Беларусь министерству была предложена разработанная автором специальная форма.

Она была направлена в первую очередь на сборы необходимой информации о реальном положении дел о составлении отчетности в области устойчивого развития различными субъектами хозяйствования и последующим принятием необходимых управленческих решений. Одновременно было проведено совещание на уровне заместителя Министра финансов Республики Беларусь, на котором автор сделал соответствующее сообщение. По итогам совещания в поставляющей его части была одобрена уже проводимая к тому времени работа автора по пропаганде и актуальности перехода белорусских субъектов хозяйствования на составление отчетности в области устойчивого развития. Ему было предложено и далее проводить эту непростую работу.

В процессе усиливающейся глобализации на сегодняшний день белорусская финансовая (бухгалтерская) отчетность [1] еще отстает от требований международных стандартов, что в известном смысле затрудняет взаимодействие с крупными зарубежными инвесторами, которые ориентируются на прозрачность деятельности любого субъекта хозяйствования.

В Республике Беларусь нет ни одного нормативного правового акта, регламентирующего процесс внедрения в практику работы субъектов хозяйствования отчетности в области устойчивого развития и интегрированной отчетности (читай публичной нефинансовой отчетности).

Все это затрудняет процесс инвестирования в белорусскую экономику. Напрашивается субъективный вывод: Республика Беларусь не может находиться в стороне от тенденций развития мирового сообщества в области подготовки нефинансовой отчетности субъектами хозяйствования и ее публикации [2, с. 160]. Именно поэтому для Республики Беларусь важно соблюдать наднациональные требования в области устойчивого развития и сформировать соответствующую институциональную среду путем:

- создания нормативов и стандартов для публичной нефинансовой отчетности, введения обязательного раскрытия ESG информации;
- разработки национальных стандартов устойчивого развития бизнеса.

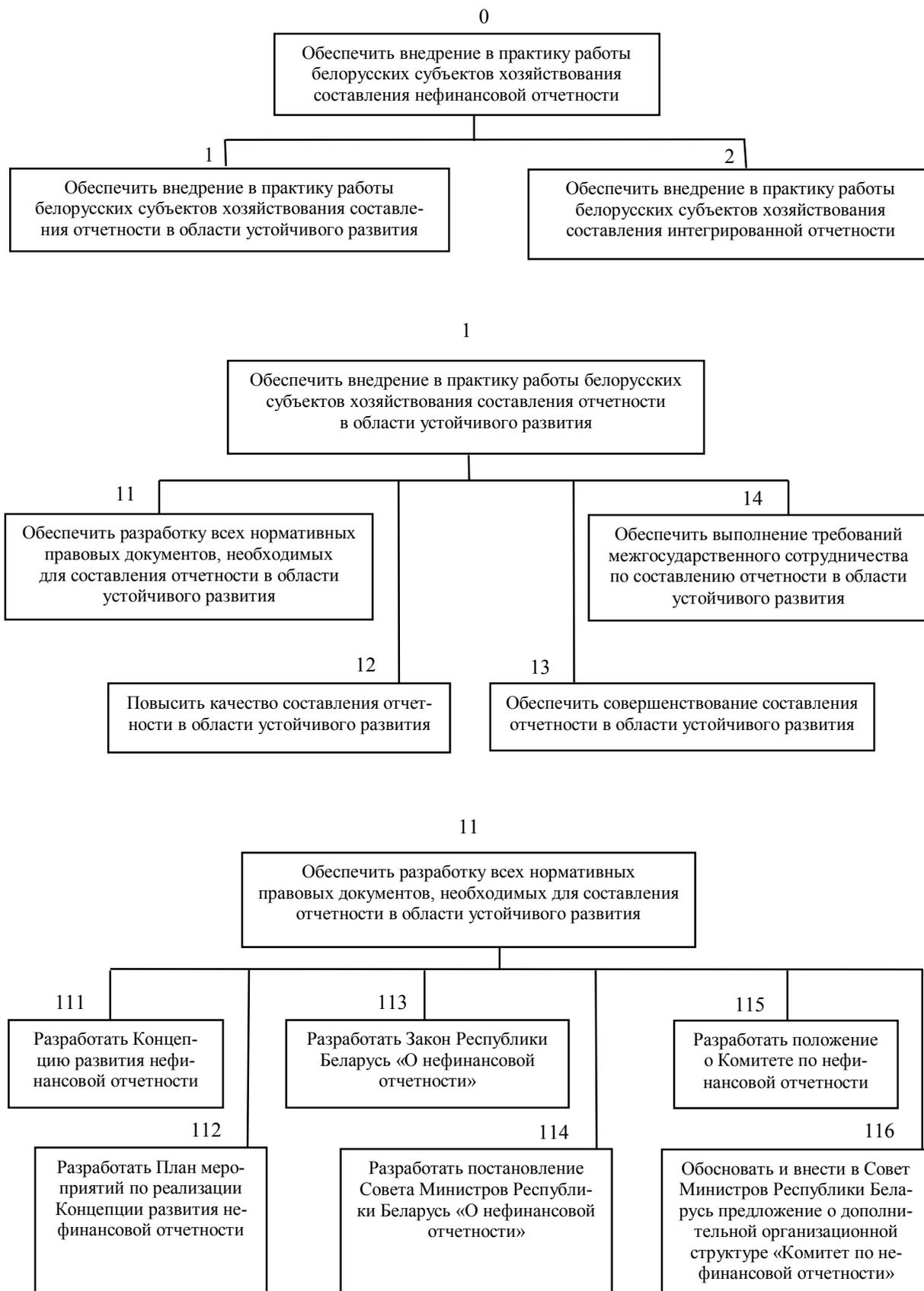
С этих позиций автор впервые предложил в разрабатываемый проект Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 года в подраздел «Стратегические приоритеты и индикаторы устойчивого развития» включить пункт следующего содержания: «Одна из важнейших задач – создание благоприятного инвестиционного климата, для чего субъекты хозяйствования постепенно перейдут к формированию отчетности в области устойчивого развития, а в дальнейшем к формированию интегрированной отчетности». Данное предложение было принято и зафиксировано в соответствующей редакции. Одновременно автором впервые предпринята попытка разработки Целевой комплексной программы внедрения в практику работы белорусских субъектов хозяйствования составления нефинансовой отчетности (рисунок). При этом в основу разработки впервые была положена теория графов [3–5].

Построение дерева целей является основным методом организации информации для целей научно-технического, экономического и социально-политического прогнозирования. Оно представляет собой остов системы, в рамках которой осуществляется достижение поставленных целей.

Разработанное дерево целесообразно перестроить в целевую комплексную программу (ЦКП). Для этого все элементы дерева целей (проблем) группируются по четырем признакам: мероприятиям, стоимости разработок или затрат, срокам и исполнителям. Затем производится запись соответствующих мероприятий в стандартную форму ЦКП, что улучшает контроль за их выполнением.

Использование Целевой комплексной программы на практике, безусловно, будет способствовать повышению конкурентоспособности белорусских товаропроизводителей.

Фрагменты Дерева проблем обеспечения внедрения в практику работы белорусских субъектов хозяйствования составления нефинансовой отчетности



Примечание – Источник: собственная усовершенствованная разработка на основе [2, с. 164–166].

Список использованной литературы

1. Лемеш, В. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : пособие / В. Н. Лемеш, О. В. Малиновская. – Минск : Амалфея, 2020. – 160 с.
2. Виногоров, Г. Г. Применение теории графов в вопросах составления белорусскими субъектами хозяйствования нефинансовой отчетности / Г. Г. Виногоров // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ ; редколл.: Г. А. Хацкевич [и др.]. – Минск, 2023. – Вып. 8. – С. 158–169.
3. Костюкова, Н. И. Графы и их применение. Комбинаторные алгоритмы для программистов : учеб. пособие / Н. И. Костюкова. – М. : Интернет-Ун-т информац. технологий : БИ-НОМ. Лаб. знаний, 2017. – 311 с.
4. Сукар, Л. Э. Вероятностные графовые модели. Принципы и приложения / Л. Э. Сукар ; пер. с англ. А. В. Снастина. – М. : ДМК Пресс, 2021. – 338 с.
5. König, D. Theorie der endlichen und unendlichen Graphen / D. König. – Leipzig, 1936. – 257 s.

УДК 657

Н. Т. Гасанова (nargizaliyeva@inbox.ru),
ст. преподаватель
Азербайджанский государственный
аграрный университет
г. Гянджа, Азербайджанская Республика

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ВЕДЕНИЕ АУДИТА

Теоретические аспекты влияния цифровизации на ведение аудита охватывают множество направлений, включая повышение эффективности процессов, улучшение точности и надежности данных, управление рисками и соответствие нормативным требованиям. Внедрение цифровых технологий, таких как аналитика больших данных, искусственный интеллект и блокчейн, способствует автоматизации рутинных задач, улучшению анализа информации и повышению прозрачности финансовых данных. Эти изменения влияют на качество аудиторских заключений и взаимодействие между аудиторами и клиентами.

Theoretical aspects of the impact of digitalization on auditing cover many areas, including improving process efficiency, improving data accuracy and reliability, risk management and regulatory compliance. The introduction of digital technologies such as big data analytics, artificial intelligence and blockchain helps automate routine tasks, improve information analysis and increase the transparency of financial data. These changes affect the quality of audit reports and the interaction between auditors and clients.

Ключевые слова: цифровизация аудита; эффективность аудита; точность данных; блокчейн; автоматизация аудита; учет.

Key words: digitalization of audit; audit efficiency; data accuracy; blockchain; audit automation; accounting.

Введение цифровых технологий в аудит становится все более важным в условиях современной цифровой экономики. Традиционные методы аудита уже не могут полностью удовлетворить требования сегодняшнего дня, когда объемы данных стремительно растут, а технологии продолжают эволюционировать. Цифровизация аудита позволяет существенно повысить его эффективность, точность и надежность.

Исследование, направленное на анализ влияния кибербезопасности, технологий блокчейн и анализа больших данных на международный аудит, актуально в контексте стремительной цифровой трансформации и глобализации экономики. Введение таких технологий влияет на процессы и требования, предъявляемые к аудиторам, и выдвигает перед ними новые вызовы и задачи:

– *Кибербезопасность.* С увеличением числа кибератак и угроз в сфере информационной безопасности аудиторы должны быть готовы не только обеспечивать защиту конфиденциальных данных своих клиентов, но и проводить аудит систем управления кибербезопасностью компаний. Это требует не только технической экспертизы, но и понимания этических и юридических аспектов обработки данных.

– *Технология блокчейн.* Применение технологии блокчейн в финансовой отчетности и управлении данными предоставляет новые возможности для повышения прозрачности и досто-

верности финансовой отчетности. Аудиторы должны развивать компетенцию в анализе данных, хранящихся в блокчейн, и обеспечивать их верификацию и аудит.

– *Анализ больших данных.* Возможности анализа больших данных помогают аудиторам выявлять риски и несоответствия в финансовой отчетности компаний. Это требует использования современных аналитических инструментов и алгоритмов для обработки и интерпретации больших объемов информации.

– *Этические аспекты и глобальная гармонизация стандартов.* С развитием технологий аудиторам необходимо строго соблюдать этические нормы, особенно при работе с конфиденциальной информацией и персональными данными. Глобальная гармонизация стандартов и требований позволяет обеспечить единый подход к аудиту на международном уровне и повысить доверие к аудиторской профессии.

Выводы из такого исследования могут указать на необходимость для аудиторов адаптировать свои знания и навыки к новым требованиям цифровой экономики. Это включает в себя как техническую компетентность, так и умение эффективно управлять этическими и юридическими аспектами своей работы. Развитие и применение новых технологий в аудите необходимо для обеспечения эффективного функционирования организаций на мировом рынке.

В современной аудиторской среде анализ больших данных становится незаменимым элементом опыта, играет ключевую роль в повышении качества и достоверности финансовой отчетности компании. Эта технология предоставляет аудиторам инструменты для более тщательного изучения большого объема информации, содержащейся в финансовой информации бизнеса. Одним из выдающихся аспектов применения анализа больших данных в аудите является способность выявлять скрытые тенденции [1]. Аудиторы могут использовать алгоритмы и методы анализа для обработки наборов данных и выделения объектов, которые невозможно обнаружить традиционными методами. Это открывает новые перспективы для понимания долгосрочной динамики и изменения финансового положения компании. Кроме того, анализ больших данных становится надежным инструментом выявления аномалий в финансовой отчетности. Эта технология может автоматически обнаруживать необычные закономерности или несоответствия, что может предупредить аудиторов о потенциальных проблемах или ошибках.

Современная аудиторская практика претерпевает значительную трансформацию, внедряя новые технологии для обеспечения эффективности, точности и стратегической разведки. В этом контексте соответствующие примеры демонстрируют, как аудиторские фирмы активно применяют современные технологии для улучшения своей деятельности.

Важность цифровизации в аудите

Повышение эффективности и производительности. Одним из ключевых преимуществ цифровизации в аудите является автоматизация рутинных задач. Традиционный аудит включает в себя множество ручных процессов, таких как сбор и проверка данных, что отнимает значительное количество времени и ресурсов. Цифровизация позволяет автоматизировать эти процессы с помощью специализированного программного обеспечения, что сокращает время выполнения аудита и освобождает аудиторов для более сложных и аналитических задач.

Улучшение точности и надежности данных. Цифровые инструменты минимизируют вероятность человеческих ошибок при вводе и обработке данных [2]. Программные решения могут автоматически проверять данные на наличие аномалий и несоответствий, что снижает риск ошибок и мошенничества. Это приводит к более точным и надежным аудиторским заключениям, что особенно важно для обеспечения доверия к финансовой отчетности компании.

Обработка больших данных. Цифровизация позволяет эффективно обрабатывать и анализировать большие объемы данных. Современные аналитические инструменты могут быстро и точно анализировать огромные наборы данных, выявляя скрытые закономерности и тенденции. Это улучшает качество аудиторского анализа и позволяет принимать более обоснованные управленческие решения.

Управление рисками. Цифровые инструменты позволяют в реальном времени мониторить деятельность компании и своевременно выявлять потенциальные риски. Системы на основе искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (ML) помогают прогнозировать возможные угрозы и принимать обоснованные решения для их предотвращения. Это способствует более эффективному управлению рисками и повышает устойчивость компании к внешним и внутренним вызовам.

Прозрачность и доверие. Использование цифровых технологий, таких как блокчейн, обеспечивает прозрачность и неизменность данных. Это повышает доверие к финансовой отчетности компании со стороны инвесторов, кредиторов и регуляторов. Прозрачность данных также снижает риск мошенничества и финансовых злоупотреблений, что особенно важно для поддержания репутации компании на рынке.

Соответствие нормативным требованиям. Цифровые инструменты помогают компаниям соответствовать нормативным требованиям и стандартам в области финансовой отчетности и аудита. Программное обеспечение может автоматически обновляться в соответствии с изменениями в законодательстве и нормативной базе, обеспечивая своевременное и точное соблюдение всех требований. Это снижает риск штрафов и санкций со стороны регуляторов.

Преимущества цифровизации в аудите

Экономия времени и ресурсов. Автоматизация процессов аудита позволяет значительно сократить время, затрачиваемое на выполнение аудиторских процедур. Это приводит к экономии ресурсов и снижению затрат на проведение аудита, что особенно важно для малых и средних предприятий.

Повышение качества аудиторских заключений. Использование современных аналитических инструментов и методов позволяет повысить качество аудиторских заключений. Более точный и глубокий анализ данных помогает выявлять скрытые риски и аномалии, что способствует принятию более обоснованных управленческих решений.

Развитие новых компетенций. Цифровизация требует от аудиторов освоения новых навыков и компетенций, связанных с использованием современных технологий и методов. Это способствует профессиональному развитию аудиторов и повышению их квалификации, что в свою очередь улучшает качество аудита и повышает конкурентоспособность компании.

Перспективы цифровизации в аудите

Развитие блокчейн-технологий оказывает значительное влияние на аудит, особенно в части обеспечения прозрачности и неизменности финансовых данных. Блокчейн представляет собой децентрализованную и распределенную цифровую бухгалтерскую книгу, где каждая транзакция записывается в блок и связывается с предыдущим, создавая неизменяемую цепочку записей. Такая структура обеспечивает высокую степень прозрачности, поскольку все участники сети имеют доступ к одной и той же версии данных. В контексте аудита это означает, что финансовые транзакции и операции компании могут быть записаны в блокчейн и доступны для проверки в любое время, что исключает возможность скрытия или изменения информации без ведома всех участников.

Одним из ключевых преимуществ блокчейна является его неизменность. После записи данных в блокчейн они не могут быть изменены или удалены, что обеспечивает высокую степень надежности и достоверности финансовой информации [2]. Для аудиторов это означает, что они могут полагаться на данные, хранящиеся в блокчейне, без опасений, что эти данные были подделаны или изменены. Это существенно снижает риск мошенничества и финансовых злоупотреблений. Благодаря прозрачности и неизменности данных любая попытка изменить информацию будет немедленно замечена всеми участниками сети, что создает высокий уровень доверия к финансовой отчетности.

Блокчейн также позволяет автоматизировать процессы аудита с помощью смарт-контрактов. Смарт-контракты представляют собой самовыполняемые контракты с условиями, прописанными в коде, которые автоматически выполняются при выполнении определенных условий. В аудите смарт-контракты могут использоваться для автоматизации множества процессов, что снижает необходимость в ручном вмешательстве и повышает эффективность аудита. Например, смарт-контракты могут автоматически проверять соответствие финансовых операций установленным правилам и стандартам, выполнять расчеты и переводы средств при выполнении определенных условий, а также отслеживать выполнение условий контрактов и уведомлять заинтересованные стороны о любых отклонениях.

Применение смарт-контрактов позволяет автоматизировать управление цепочками поставок, где платеж может быть автоматически произведен при получении товара и подтверждении его качества [3]. В финансовом аудите смарт-контракты могут использоваться для автоматической проверки соответствия финансовых операций установленным стандартам и регламентам, что значительно сокращает время, затрачиваемое на аудит, и повышает его точность.

Внедрение блокчейн-технологий в аудит создает более прозрачную, надежную и эффективную финансовую среду. Обеспечение прозрачности и неизменности данных повышает доверие к финансовой отчетности и снижает риск мошенничества и финансовых злоупотреблений. Автоматизация аудиторских процессов с помощью смарт-контрактов позволяет снизить необходимость в ручном вмешательстве, что повышает эффективность и точность аудита. Развитие блокчейн-технологий имеет значительный потенциал для трансформации аудита, создавая более прозрачную и доверительную финансовую среду в условиях современной цифровой экономики.

Улучшение пользовательского опыта

Цифровизация аудита будет направлена на улучшение пользовательского опыта как для аудиторов, так и для клиентов. Программное обеспечение для аудита станет более интуитивно понятным и удобным в использовании, что упростит процесс взаимодействия между аудитором и клиентом и повысит качество аудиторских услуг.

Внедрение цифровых технологий в аудит приводит к значительным изменениям в процессе взаимодействия между аудитором и клиентом. Программное обеспечение становится более удобным и интуитивно понятным, что упрощает работу аудиторов и улучшает качество предоставляемых услуг. Клиенты получают доступ к более точной и достоверной информации, что помогает им принимать более обоснованные решения и укрепляет доверие к аудиторским услугам. Цифровизация аудита создает новую эру в области финансового контроля и отчетности, где технологии играют ключевую роль в обеспечении прозрачности, точности и эффективности.

Заключение

Цифровизация аудита является неотъемлемым элементом современной экономики. Она позволяет существенно повысить эффективность, точность и надежность аудиторских процессов, улучшить управление рисками, обеспечить соответствие нормативным требованиям и способствовать развитию профессиональных компетенций аудиторов. Перспективы цифровизации в аудите включают интеграцию с технологиями искусственного интеллекта и машинного обучения, развитие блокчейн-технологий и улучшение пользовательского опыта. Введение цифровизации в аудит создает более прозрачную и доверительную финансовую среду, что особенно важно для компаний любой структуры.

Список использованной литературы

1. **Гаджиев, Ф. Ш.** Аудит : учеб. / Ф. Ш. Гаджиев. – Баку : Азербайджан. гос. экон. ун-т, 2022. – С. 450.
2. **Innovations** in the Azerbaijan Auditing Activity / N. Musayeva [et al.] // Review of Economics and Finance. – 2022. – № 20. – P. 1286–1294.
3. **The Impact** of using Blockchain on the Auditing Profession / M. A. Alnaimat [et al.] // WSEAS Transactions on Information Science and Applications. – 2023. – № 20. – P. 364–374.
4. **Shikhaliyev, R. H.** Cybersecurity analysis of industrial control systems / R. H. Shikhaliyev // Problems of Information Society. – 2023. – № 2. – P. 47–54.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ФИНАНСОВОЙ ДИАГНОСТИКИ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматриваются проблемы совершенствования системы финансового менеджмента в целях устойчивого развития Республики Беларусь. Определены роль и значение финансовой диагностики в процессе управления финансово-хозяйственной деятельностью организации. Цель исследования – рассмотреть теоретико-методические подходы к трактовке категории «финансовая диагностика» и предложить ее усовершенствованную концепцию. В статье использовались общенаучные методы исследования (анализ и синтез), методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, измерение). Автором предложена усовершенствованная концепция финансовой диагностики, разработан механизм реализации инструментария финансовой диагностики.

The article considers the problems of improving the financial management system for the sustainable development of the Republic of Belarus. The role and importance of financial diagnostics in the process of managing the financial and economic activities of an organization are determined. The purpose of the study is to consider theoretical and methodological approaches to interpreting the category of “financial diagnostics” and to propose its improved concept. The article uses general scientific research methods (analysis and synthesis), empirical research methods (observation, comparison, measurement). The author proposed an improved concept of financial diagnostics, a mechanism for implementing financial diagnostics tools was developed.

Ключевые слова: антикризисный финансовый менеджмент; финансовая диагностика; финансовый кризис; финансовое состояние; финансовый менеджмент; индикаторы финансового состояния.

Key words: anti-crisis financial management; financial diagnostics; financial crisis; financial condition; financial management; financial condition indicators.

Устойчивое развитие экономики Республики Беларусь предусматривает повышение финансовой устойчивости организаций и снижение вероятности банкротства хозяйствующих субъектов. В основе функционирования системы антикризисного финансового менеджмента лежит методология и методики диагностики финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования. Инструментарий финансовой диагностики предоставляет менеджменту организации достоверную и оперативную информацию о состоянии активов, капитала и обязательств, ее доходах и расходах, а также о реальном финансовом положении хозяйствующего субъекта.

Оперативное принятие экономически обоснованных управленческих решений и реализация необходимых процедур в процессе проведения финансовой диагностики позволит руководству организации принять все необходимые меры по предотвращению финансовой несостоятельности субъекта хозяйствования, избегая тем самым наступления реального банкротства.

Теоретические и прикладные аспекты диагностики финансового состояния организации становятся предметом обсуждения и научных дискуссий на различных уровнях системы управления. Методологические аспекты финансовой диагностики были рассмотрены в трудах И. А. Бланка, Л. Л. Ермолович, Г. В. Савицкой и других экономистов [1]. В настоящее время исследованию механизма применения инструментария финансовой диагностики в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности посвящены работы ряда ученых, среди которых следует отметить В. В. Ковалева, Е. Г. Толкачеву, О. А. Пузанкевич, А. Д. Шеремета и др. [2–5].

Полагаем, что теория и методология финансовой диагностики в Республике Беларусь находится в стадии формирования и становления. Отсутствует, на наш взгляд, четко сформулированная концепция финансовой диагностики как составной части системы управления финансами организации. В содержательном аспекте речь идет об уточнении понятийного аппарата, цели, задач, методов, ресурсного и административно-процедурного обеспечения финансовой диагностики.

Цель исследования – на основе критического анализа сложившейся теории и практики финансового менеджмента и экономического анализа рассмотреть теоретико-методические подходы к трактовке экономической категории «финансовая диагностика» и предложить ее усовершенствованную концепцию.

В представленной научной статье использовалась совокупность методов и подходов, позволивших реализовать концептуальное единство проведенного исследования. В качестве методологической базы исследования использовались общенаучные методы исследования (анализ и синтез), методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, измерение).

Таким образом, все вышеизложенное позволяет говорить об актуальности цели настоящего исследования, направленной на совершенствование теоретических и методических аспектов диагностики финансового состояния организации.

Ключевым элементом научной концепции, на наш взгляд, является определение экономической сущности категории «финансовая диагностика». С нашей точки зрения, диагностикой финансового состояния следует считать систему финансового анализа, направленного на выявление признаков финансового кризиса субъекта хозяйствования и разработка комплекса мероприятий по его преодолению.

В развитие разработанной концепции следует сформировать методологический аппарат категории «финансовая диагностика». Методологический аппарат категории «финансовая диагностика» приведен в таблице 1.

Указанная цель определяет задачи, стоящие перед финансовой диагностикой финансово-хозяйственной деятельности организации.

Таблица 1 – Методологический аппарат экономической категории «финансовая диагностика»

Показатель	Характеристика
Цель	Оценка финансового положения организации и разработка мероприятий по улучшению финансового состояния
Объекты	Государство, государственные субъекты управления; отдельные отрасли экономики, организации
Субъекты	Руководство хозяйствующего субъекта, финансовые менеджеры, собственники (учредители) предприятия; кредиторы, временные (антикризисные) управляющие
Предмет	Финансовое состояние организации
Информационная база	Учетные данные, управленческая отчетность, бухгалтерская (финансовая) отчетность
Инструментарий	Методы финансового анализа
Пользователи	Учредители, инвесторы, персонал организации и другие заинтересованные лица
Методы	Общие методы управления; методы финансового анализа
Направленность	Диагностика финансового состояния и разработка рекомендаций по его оздоровлению

Основными задачами финансовой диагностики являются:

- расчет основных финансовых показателей, характеризующих уровень «финансового здоровья» субъекта хозяйствования;
- формирование сбалансированной структуры финансовых ресурсов организации на основе изучения взаимосвязи между различными показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности с целью улучшения финансового состояния организации;
- исследование существующих финансовых диспропорций, функциональных нарушений в структуре финансовых ресурсов организации и определение причин их возникновения;
- прогнозирование финансовых результатов исходя из реальных условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности, наличия величины собственного и заемного капитала, а также разработанных моделей финансового состояния при разных вариантах использования финансовых ресурсов.

Раскрыть экономическую сущность категории «финансовая диагностика» позволяет ее научно-обоснованная классификация. Нами разработана классификационная модель финансовой диагностики, представленная в таблице 2.

Таблица 2 – Классификационная модель категории «финансовая диагностика»

Классификационный признак	Характеристика
В зависимости от целей и методов осуществления	Экспресс-диагностика финансового состояния. Фундаментальная диагностика финансового состояния
По характеру проведения процедур	Непрерывная диагностика. Дискретная диагностика
В зависимости от уровня управления	Макроэкономический уровень. Мезоуровень. Микроуровень

В зависимости от целей и методов осуществления диагностики финансового кризиса выделяют два вида диагностики: экспресс-диагностика финансового состояния, фундаментальная диагностика финансового состояния.

Экспресс-диагностика финансового состояния характеризует систему регулярной оценки кризисных параметров финансового развития организации, осуществляемой на базе данных финансовой отчетности по стандартным алгоритмам анализа. Экспресс-диагностика необходима управленческому аппарату организации для организации оперативного контроля и реагирования на негативные изменения в деятельности субъекта хозяйствования. Основной целью экспресс-диагностики является раннее обнаружение признаков финансового кризиса организации и предварительная оценка масштабов кризисного состояния.

Фундаментальная диагностика финансового состояния необходима для более точной и детальной диагностики финансового состояния организации, а также для разработки и осуществления финансовой стратегии. Чаще всего система фундаментальной диагностики используется временным (антикризисным) управляющим при проведении анализа коэффициентов финансово-хозяйственной деятельности должника и показателей, используемых для их расчетов с целью установления причин утраты платежеспособности. Основными задачами фундаментальной диагностики являются следующие: углубление результатов оценки параметров финансового развития предприятия, полученных в процессе экспресс-диагностики; прогнозирование развития отдельных факторов, влияющих на финансовое состояние организации; оценка и прогнозирование финансового положения субъекта хозяйствования на перспективу и разработка финансовой стратегии организации.

По характеру проведения процедур выделяют следующие виды финансовой диагностики: непрерывная диагностика (данный вид диагностики финансового состояния подразумевает постоянный мониторинг финансово-хозяйственной деятельности организации); дискретная диагностика (диагностика финансового положения субъекта хозяйствования осуществляется по мере необходимости).

Классификация системы финансовой диагностики в зависимости от иерархического уровня менеджмента позволяет установить управленческие границы принимаемых решений. Выделяют следующие уровни организации финансовой диагностики:

- на макроэкономическом уровне (уровень государства в целом или его отдельного территориального субъекта);
- на мезоуровне (уровень одной или нескольких отдельно выделенных отраслей экономики);
- на микроуровне (уровень отдельно взятого предприятия, коммерческой организации).

Диагностика финансового состояния должна осуществляться поэтапно. В таблице 3 приведены разработанные нами этапы проведения финансовой диагностики хозяйствующего субъекта.

Таблица 3 – Этапы проведения финансовой диагностики

Наименование этапа	Характеристика
Идентификация	Мониторинг финансового состояния организации с помощью финансовых показателей (индикаторов финансового состояния)
Оценка	Выявление отклонений в финансовом положении организации. Определения причин возникших отклонений. Оценка глубины финансового кризиса
Поиск резервов	Поиск резервов финансового оздоровления организации
Моделирование	Разработка моделей улучшения финансового положения организации на перспективу
Разработка	Разработка мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния и повышение эффективности использования финансовых ресурсов организации

К основным резервам улучшения финансового положения организации следует отнести: улучшение значений показателей имущественного положения; увеличение значений коэффициентов финансовой устойчивости, платежеспособности, ликвидности и деловой активности; повышение рейтинга финансового состояния; снижение вероятности банкротства субъекта хозяйствования. Мобилизация выявленных резервов предполагает разработку соответствующих мероприятий в области управления финансовыми ресурсами организации.

Следует отметить, что в целях повышения эффективности диагностики финансового состояния и оценки вероятности банкротства в Республике Беларусь принято постановление

«Об оценке степени риска наступления банкротства», утвержденное Министерством экономики Республики Беларусь, Министерством финансов Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 16/46. Положения указанного постановления регламентируют порядок осуществления процедур по оценке вероятности банкротства и применению антикризисных финансовых мероприятий, установленных Законом Республики Беларусь от 13 декабря 2022 г. № 227-З «Об урегулировании неплатежеспособности».

При диагностике финансового состояния следует определять значение коэффициента обеспеченности обязательств имуществом и коэффициента просроченных обязательств. Значение коэффициента обеспеченности обязательств имуществом определяется как отношение общей суммы обязательств организации к общей стоимости имущества. Коэффициент просроченных обязательств рассчитывается как отношение суммы просроченных обязательств к общей сумме обязательств субъекта хозяйствования. Просроченными обязательствами считаются обязательства, срок исполнения которых наступил.

Таким образом, изучив концептуальные основы категории «финансовая диагностика», следует отметить:

1. Финансовой диагностикой следует считать систему финансового анализа, направленного на выявление признаков финансового кризиса субъекта хозяйствования и разработка комплекса мероприятий по его преодолению.

2. Классификационная модель финансовой диагностики должна включать следующие признаки: целевую зависимость и методы осуществления, характер проведения процедур, иерархический уровень управления.

3. В процессе осуществления диагностики финансового состояния следует использовать инструментарий финансового анализа и финансового менеджмента.

4. Основные этапы проведения диагностики финансового состояния являются: мониторинг финансового состояния организации с помощью финансовых показателей (индикаторов финансового состояния); выявление отклонений в финансовом положении организации и оценка глубины финансового кризиса; поиск резервов финансового оздоровления организации; разработка моделей улучшения финансового положения организации на перспективу; разработка мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния и повышение эффективности использования финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта.

Рассмотренные в статье теоретико-методологические проблемы диагностики финансово-хозяйственной деятельности организации остаются дискуссионными. Считаем, что предложенный механизм диагностики финансового состояния может стать одним из важнейших инструментов повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации. Реализация предложенной концепции позволит повысить информационную емкость финансового менеджмента, даст возможность обеспечить возможность принятия обоснованных управленческих решений, направленных на стабилизацию финансового положения и прогнозирование рисков потенциального банкротства хозяйствующих субъектов Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1. **Савицкая, Г. В.** Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. / Г. В. Савицкая. – М. : Инфра-М, 2016. – 608 с.
2. **Ковалев, В. В.** Финансовый менеджмент. Конспект лекций с задачами и тестами : учеб. пособие / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. – 3-е изд. – М. : Проспект, 2019. – 560 с.
3. **Толкачева, Е. Г.** Совершенствование методики оценки финансового состояния организации / Е. Г. Толкачева // Потребит. кооп. – 2020. – № 1 (68). – С. 26–31.
4. **Финансы и финансовый рынок** : учеб. пособие / О. А. Пузанкевич [и др.] ; под ред. О. А. Пузанкевич. – Минск : БГЭУ, 2023. – 424 с.
5. **Шеремет, А. Д.** Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учеб. / А. Д. Шеремет. – 2-е изд., доп. – М. : Инфра-М, 2020. – 374 с.

ПРОБЛЕМЫ ТАРИФООБРАЗОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Статья посвящена анализу существующего законодательства в части регулирования тарифов в сфере тепло-снабжения, водоснабжения и водоотведения в Республике Казахстан. Систематизированы основные недостатки и преимущества государственного регулирования. Обоснована необходимость внесения изменений и актуализации законодательства в сфере регулирования естественных монополий, предложены конкретные мероприятия в этой области.

The article is devoted to the analysis of existing legislation regarding the regulation of tariffs in the field of heat supply, water supply and sanitation in the Republic of Kazakhstan. The main disadvantages and advantages of state regulation are systematized. The need to amend and update legislation in the field of regulation of natural monopolies is substantiated, and specific measures in this area are proposed.

Ключевые слова: регулирование; тариф; теплоснабжение; водоснабжение; себестоимость; инфляция; жилищно-коммунальное хозяйство; субъект естественной монополии.

Key words: regulation; tariff; heat supply; water supply; cost; inflation; housing and communal services; subject of natural monopoly.

Одной из социально значимых отраслей экономики Республики Казахстан является жилищно-коммунальное хозяйство, в состав которого входят ресурсоснабжающие организации, обеспечивающие теплоснабжение, водоснабжение и водоотведение.

Значимость грамотного тарифообразования в сфере жилищно-коммунального хозяйства обусловлена социальной ролью, которую играют предприятия отрасли: они обеспечивают население коммунальными услугами независимо от того, прибыльны они или убыточны. При этом ресурсоснабжающие компании являются коммерческими организациями, и их цель – получение прибыли. Однако рынок предоставления коммунальных услуг представляет собой естественную монополию, и у потребителей услуг отсутствует выбор поставщиков, но присутствует обязанность их своевременной и полной оплаты.

Размер тарифов в этой сфере услуг непосредственно влияет как на жизненный уровень населения, так и на эффективность деятельности ресурсоснабжающих организаций.

Предприятия естественных монополий имеют ключевое значение для экономики страны, так как они обеспечивают общественное благосостояние и зачастую охватывают целые отрасли. В связи с этим государство берет на себя роль регулирования и контроля естественных монополий, стремясь создать благоприятные условия для их деятельности и одновременно защитить граждан от необоснованного повышения тарифов на услуги ЖКХ.

В Казахстане существуют два основных законодательных акта, регулирующих экономические отношения в области монополизации рынка: «Закон о естественных монополиях» [1] и «Правила формирования тарифов» [2].

Деятельность ресурсоснабжающих компаний в Республике Казахстан подвержена регулированию со стороны Комитета по регулированию естественных монополий Министерства национальной экономики Республики Казахстан и его территориальных органов.

Согласно Закону о естественных монополиях в Казахстане действует Государственный регистр субъектов, в который включены предприятия, занимающиеся производством, передачей, распределением и снабжением тепловой энергией, водоснабжением, водоотведением и др., там где создание конкурентных условий для удовлетворения спроса на определенный вид товаров, работ, услуг невозможно или экономически нецелесообразно в силу технологических особенностей производства и предоставления данного вида товаров, работ, услуг [1].

Состояние сферы жилищно-коммунального хозяйства в Республике Казахстан вызывает опасения и характеризуется как кризисное.

В области естественных монополий есть ряд проблем, таких как убыточность большинства компаний, технологическая отсталость и изношенность основных фондов [2].

Существование недостатков в действующем законодательстве создает две основные проблемы, влияющие на деятельность субъектов естественных монополий: утвержденные тарифы на услуги не покрывают фактические затраты, а инфляция существенно опережает рост утвержденных тарифов. Эти вопросы будут рассмотрены более подробно в данной статье.

Согласно действующему законодательству в сфере естественных монополий утвержденные уполномоченным органом тарифы не учитывают все потребности предприятий по теплу, водоснабжению и водоотведению.

Так, согласно пункту 634 Правил формирования тарифов, не включаются в тариф такие расходы, как премии и социальные выплаты работникам предприятия, штрафы и пени, выплаты по операционному лизингу, безнадежная задолженность, членские взносы в общественные организации и другие, тогда как фактически данные расходы на предприятиях имеются [3]. А также очень часто не попадают в расходную часть тарифа незапланированные статьи расходов, которые появляются по факту уже в процессе деятельности предприятия.

Еще одной из проблем тарифообразования является то, что уровень прибыли, включаемый в утвержденный тариф, не может использоваться по усмотрению предприятия, а должен быть направлен исключительно на реализацию утвержденной инвестиционной программы (капитальные ремонты, приобретение основных средств) [3].

На рисунке 1 представлено сравнение фактической себестоимости и утвержденных тарифов за 2021–2023 гг. на примере ТОО «АЭ» по теплоснабжению, водоснабжению и водоотведению.

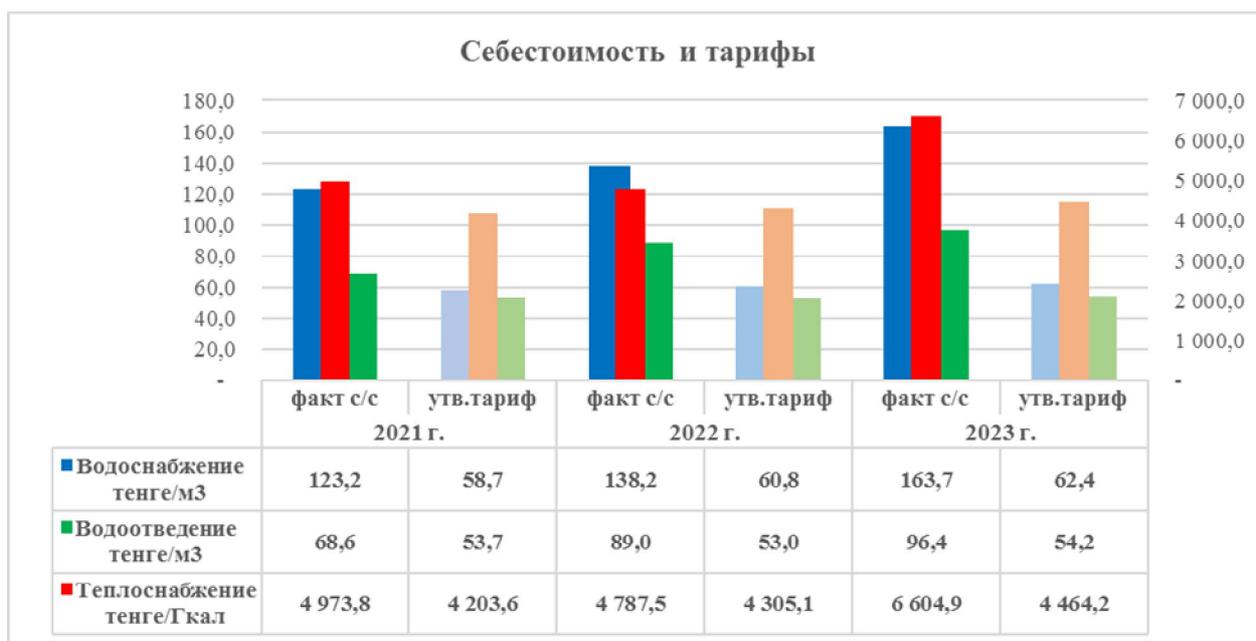


Рисунок 1 – Фактическая себестоимость и утвержденные тарифы ТОО «АЭ» за 2021–2023 гг.

Второй немаловажный вопрос – это влияние инфляции на тарифы предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Инфляция должна автоматически учитываться при индексации тарифов через рост расходов на топливо, электроэнергию, материалы, повышение зарплаты работников и прочее. Однако этого не происходит. Так, тарифы на тепловую энергию, водоснабжение и водоотведение предприятиям устанавливаются сроком на пять и более лет. При этом ежегодная индексация тарифов применяется согласно утвержденному индексу показателей прогноза социально-экономического развития Республики Казахстан, и, как правило, она гораздо ниже фактического уровня инфляции в стране.

Для наглядности значительного превышения инфляции над утвержденной индексацией тарифов на рисунке 2 представлена динамика изменения утвержденных тарифов и фактической инфляции за 2020–2023 гг. на примере ТОО «АЭ».

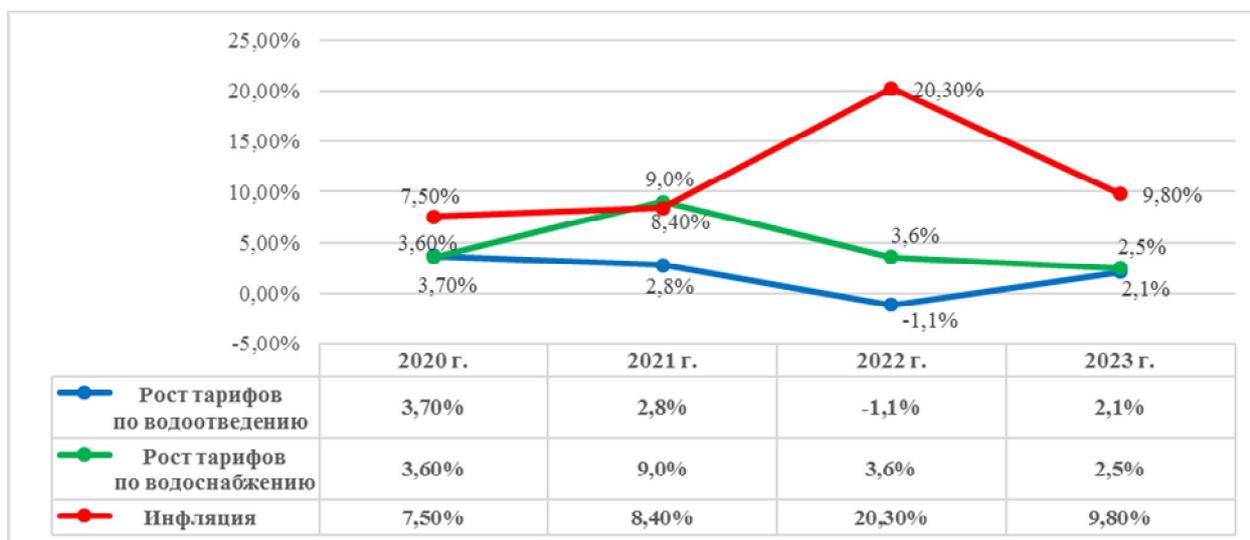


Рисунок 2 – Рост утвержденных тарифов ТОО «АЭ» и инфляции в 2021–2023 гг.

Согласно Закону о естественных монополиях в Казахстане предприятие-монополист имеет право увеличивать тарифы в следующих случаях:

- изменение стоимости стратегических товаров, которыми являются топливо, вода для производства тепловой энергии и электроэнергия для водоснабжения и водоотведения;
- изменение ставок налогов и других обязательных платежей в бюджет;
- изменение среднемесячной заработной платы работников по видам экономической деятельности в регионе, сложившейся по данным статистики за год [1].

Но при этом изменять тариф в сторону увеличения можно не чаще одного раза в год, т. е. при неоднократном повышении за год цен на уголь и электроэнергию монополист сможет учесть это в тарифе только один раз, что заведомо влечет за собой получение убытков.

В таблице можно увидеть, как отличаются цены на уголь и электроэнергию, утвержденные в тарифе по производству тепловой энергии ТОО «АЭ», и фактические цены.

Утвержденные и фактические цены на уголь и электроэнергию в тарифе ТОО «АЭ» за 2021–2025 гг.

	2021	2022	2023	2024	2025
Уголь (цена в утвержденном тарифе), тенге/т	5 474,89	5 693,89	5 921,64	6 158,51	6 343,26
Уголь (фактическая цена с учетом прогноза на 2025 г.), тенге/т	5 895,07	6 554,62	8 084,82	9 104,38	10 925,25
Электроэнергия (цена в утвержденном тарифе), тенге/кВт·ч	14,30	14,87	15,47	16,09	16,57
Электроэнергия (фактическая цена с учетом прогноза на 2025 г.), тенге/кВт·ч	17,37	19,10	23,55	33,54	40,24

Также расходы на заработную плату в текущем году включаются в тариф по уровню среднестатистической зарплаты по отрасли исключительно прошлого года. А так как официальные годовые статистические данные публикуются не раньше 1 июня, то и подать заявку на увеличение заработной платы в тарифе монополист сможет только во втором полугодии. При необходимости подачи заявки на изменение тарифа монополистом в начале года уровень заработной платы может быть учтен только по позапрошлоголетней статистической информации.

Итак, нормальное развитие экономики Республики Казахстан зависит от того, как будет организовано регулирование деятельности компаний – естественных монополистов. Очевидно, что законодательство в сфере естественных монополий должно быть сбалансированным и учитывать интересы всех рыночных субъектов.

Для улучшения регулирования естественных монополий и укрепления экономики необходимо в первую очередь совершенствование законодательной базы на государственном уровне.

не [4]. В рамках рассматриваемых в данной статье вопросов необходимы следующие внесения изменений в законодательство:

– Вернуть в законодательство понятие, действующее до 27 декабря 2018 г., – «чрезвычайные регулирующие меры», т. е. меры, принимаемые регулирующим органом при увеличении стоимости стратегических товаров. А именно, при каждом поднятии цен на стратегические товары (уголь, электроэнергия) по заявке субъекта естественных монополий увеличивать действующий тариф с целью минимизации убытков предприятий-монополистов.

– Индексацию предельного тарифа, устанавливаемого на пять и более лет, производить по фактической годовой инфляции по данным Национального банка Республики Казахстан.

– Добавить электроэнергию в список стратегических товаров для производства тепловой энергии.

– Включить в тариф уровень прибыли, определяемый исходя из факторов социально-экономического развития Республики Казахстан, которым субъект естественных монополий сможет распоряжаться по своему усмотрению.

Таким образом, субъекты естественных монополий находятся в жестких границах: с одной стороны, рыночные отношения диктуют необходимость рентабельного функционирования, с другой – действующее законодательство серьезно ограничивает возможности регулирования тарифов как основного источника рентабельного хозяйствования. Без законодательной поддержки такие компании обречены на заведомо убыточную деятельность.

Список использованной литературы

1. **О естественных монополиях** : Закон Респ. Казахстан, 27 дек. 2018 г., № 204-VI ЗРК // Эділет : информ.-правовая система (дата обращения: 25.09.2024).

2. **Новости** отрасли // KOREM. – URL: https://www.korem.kz/rus/press-centr/novosti_otrasli/?cid=0&rid=9167 (дата обращения: 20.09.2024).

3. **Об утверждении** Правил формирования тарифов : приказ Министра нац. экономики Респ. Казахстан, 19 нояб. 2019 г., № 90 // Эділет : информ.-правовая система (дата обращения: 25.09.2024).

4. **Монополисты** ВКО требуют внести изменения в действующее законодательство // Inbusiness. – URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/monopolisty-vko-trebuyut-vnesti-izmeneniya-v-dejstvuyushee-zakonodatelstvo> (дата обращения: 20.09.2024).

ПРОБЛЕМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ СОДЕРЖАНИЯ И КЛАССИФИКАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СООТВЕТСТВИИ С ИХ РОЛЬЮ НА ЭТАПЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В связи с изменениями в современном обществе и экономике происходит трансформация базовых экономических категорий и их содержания. В статье отражены результаты исследования генезиса понятий средств труда и факторов производства. Предложена новая интерпретация «основных средств» и их классификация, учитывающая их роль и актуализированное содержание.

Полученные результаты могут быть применены для развития экономического анализа состава и структуры основных средств и эффективности их использования, оптимизации стратегии их учета, улучшения информационного обеспечения планирования инвестиций и принятия обоснованных управленческих решений.

Методами исследования послужили дедукция, индукция, анализ и синтез.

Due to changes in modern society and economy, there is a transformation of basic economic categories and their content. The article reflects the results of a study of the genesis of the concepts of means of labor and factors of production. A new interpretation of “fixed assets” and their classification is proposed, taking into account their role and updated content.

The results obtained can be used to develop an economic analysis of the composition and structure of fixed assets and the efficiency of their use, optimize the strategy for their accounting, improve information support for investment planning and make informed management decisions.

The research methods were deduction, induction, analysis and synthesis.

Ключевые слова: средства труда; факторы производства; основные средства; цифровизация экономики.

Key words: means of labor; factors of production; fixed assets; digitalization of the economy.

Основные средства согласно теоретическим постулатам экономической теории относятся к средствам производства в качестве средств труда.

Средства производства, средства труда являются фундаментальными экономическими категориями, суть и содержание которых не изменялись на протяжении ряда столетий.

Карл Маркс в своей работе «Наемный труд и капитал» называл средства труда «механическими» и считал, что они отражают уровень развития общественного производства.

На современном этапе некоторые ученые также определяют средства труда как вещи, с помощью которых человек воздействует на вещество природы, обрабатывает предметы труда [1].

В Большом экономическом словаре А. Б. Борисова [2] находит отражение понятие средств производства как орудий и предметов производственной деятельности, при этом подчеркивается их овеществленная форма. К таковым автор относит основные и оборотные средства.

Что касается факторов производства, то экономисты XVIII–XIX вв., в частности Д. Рикардо, С. Сисмонди, К. Маркс, в качестве таковых единственных рассматривали труд, землю и капитал. Данные факторы, по мнению Ж. Б. Сэя, участвуя в процессе производства, оказывают услугу по созданию стоимости.

Однако с развитием экономики и общества глубинная сущность обозначенных выше категорий претерпевает трансформацию.

С середины XX в. вместе с появлением первых электронных вычислительных машин и интегральных микросхем и до наших дней можно наблюдать феномен информационного общества. К его характерным основным чертам относятся:

- Рост объемов информации, знаний и возрастание их роли в жизни людей.
- Развитие высокими темпами информационных и коммуникационных технологий.

– Цифровизация в экономике. Информационные технологии способствуют росту экономики, особенно в сфере услуг и производства. Компании и организации используют информационные технологии для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности работы.

Преобразования, происходящие в социально-экономических отношениях и жизни общества, рассматривали С. Ю. Глазьев и К. Шваб. По их утверждениям цифровизация экономики охватывает временной промежуток 2010–2060 гг.

Цифровизация в экономике – это внедрение цифровых и информационно-коммуникационных технологий в экономические процессы. Она позволяет снизить стоимость услуг, повысить эффективность затрат, увеличить доступность товаров, упростить вывод продукции на глобальные рынки и повысить скорость доработки продуктов под новые требования и потребности пользователей [3].

Главная движущая сила информационной экономики не производство и потребление материальных благ, а производство и потребление информации как в овеществленной форме (продукты высоких технологий), так и в невещественной, становясь в результате не только основополагающим фактором развития экономики, но и всего общества в целом [3].

По исследованиям ученых Е. В. Лазарчук, С. А. Дукарт [4] для корректного анализа современных экономических процессов к факторам производства, выделенных К. Марксом (земля, капитал, труд), целесообразно добавить информацию и интеллектуально-творческие способности (изобретательство).

Исходя из вышеизложенных положений следует, что на современном этапе глобализации процессов цифровизации экономики капитал как фактор производства следует разделить на интеллектуальный, информационный и материальный. Информация в данном случае может быть представлена как в овеществленной, так и невещественной форме, а интеллектуальные способности – как инструмент для производства новых знаний. Овеществленная форма информации выражена в виде результата интеллектуального труда изобретателя (инновация), а невещественная – как результат труда ученого в виде знаний.

К тому же труд по Марксу на современном этапе развития общества и экономики разделен на три области: производство материальных благ, производство услуг, производство информационных продуктов (информации). Последняя на сегодняшний день имеет главенствующее значение, которое заключается в следующем:

- в данных отраслях создается цифровая база для успешной работы материального производства;

- результаты интеллектуального труда создают более высокую добавочную стоимость, чем материальное производство.

Если рассматривать отрасли высокотехнологичного производства, в частности программного обеспечения, то можно заметить, что роль материального компонента основных средств, используемого для производства конечного информационного продукта, не столько значима, как в материальном производстве. Производственная сила анализируемой отрасли состоит из:

- высококвалифицированных трудовых ресурсов, обладающих высокими интеллектуальными способностями;

- средств производства, среди которых первостепенную роль играют нематериальные объекты: программные продукты, лицензии, патенты и авторские права, – они обеспечивают конкурентное преимущество товаров и услуг, основные средства в виде оборудования имеют второстепенное значение.

Важно отметить, что информация одновременно является средством производства и продуктом производства в форме новых знаний и инноваций, которые каждый раз включаются в новый цикл производства.

В цикле производства материальных благ накапливается статистика по отказам оборудования, по удобству потребления, по недостаткам и слабым местам, анализ которых приводит к появлению инновации и улучшению готовой продукции, т. е. информация имеет тенденцию накапливаться в течение производственного цикла и перерастать из количества в качество (рационализаторские предложения, изобретения, открытия).

Количество информации увеличивается на объем знаний, полученный в предыдущем цикле. Происходит закрепление текущей инновации и дальнейшая выработка новых знаний, которые приводят к появлению более новых инноваций. Таким образом, увеличивается доля интеллектуального труда в общем производственном процессе.

На современном этапе значительно изменяется ценностная составляющая основных средств. Информация и знания, инновации стали занимать более высокую удельную значимость относительно материальных средств производства и начали создавать более высокую добавочную стоимость. Именно цифровые компоненты повышают эффективность работы основных средств. В связи с этим появляется необходимость корректировки трактования сущности и состава основных средств.

Однако по действующему законодательству основные средства определяются как материальные активы, предназначенные для использования в процессе производства или поставки товаров и предоставления услуг, при сдаче в аренду или в административных целях [5]. Что касается объектов интеллектуальной собственности, которые не имеют физического выражения, их выделяют в отдельную категорию или группу имущества предприятия – нематериальные активы.

Нематериальные активы (НМА) – это имущественные права в отношении объектов интеллектуальной собственности, в том числе объектов авторского права, включая компьютерные программы, базы данных или их экземпляры, приобретенные по лицензионным (авторским) договорам или иным основаниям, предусмотренным законодательством, иные объекты авторского права.

Также заметим, что в традиционном понимании НМА не являются средствами труда или предметами труда, так как не имеют материального воплощения. И до настоящего времени в некоторых источниках встречается такое мнение. Тем не менее, в отраслях нематериального производства, в частности в отраслях, занятых производством информационного продукта, базовыми средствами труда, которые выполняют функцию обеспечения производственного процесса и участвуют в создании продукции, выступают объекты, которые не имеют вещественной формы, к таковым относятся программные продукты, информационные технологии, информационные ресурсы и т. п.

Также на сегодняшний день в отраслях материального производства значительная часть объектов, признаваемых в соответствии с национальным законодательством и международным стандартом финансовой отчетности основными средствами, имеет неотъемлемую невещественную составляющую, которая занимает большой удельный вес в стоимости объекта. К примеру, локомотив имеет программное обеспечение бортового компьютера, станки – программное обеспечение. Иначе говоря, нематериальные (информационные) продукты имеются и учитываются в составе основных средств.

Вместе с тем отдельные информационные продукты, подтверждаемые лицензионными договорами и прочими основаниями, которые можно идентифицировать от других активов, учитываются и отражаются в отчетности в качестве нематериальных активов, хотя используются только совместно с оборудованием, например компьютер и его информационное обеспечение, которое приобретает отдельно.

Отметим, что цифровые объекты, не имеющие вещественной формы (программные продукты, информационные технологии, информационные ресурсы) не используются самостоятельно вне материальных. И только совместно они выполняют функцию средства труда и создают добавочную стоимость (экономическую выгоду). И поэтому для оценки эффективности их использования нужно учитывать совокупную стоимость этих объектов.

Отсутствие четкого единообразного определения и разграничения основных средств и нематериальных активов, отражающего современные реалии, в условиях цифровизации экономики не позволяет получить менеджеру организации и инвестору достоверную информацию о действительной стоимости основного средства, участвующего в создании добавочной стоимости продукта производства, затрудняет анализ эффективности использования производственных мощностей и принятие решения об инвестициях, также затрудняет планирование затрат по техническому обслуживанию и прежде всего по обеспечению информационной безопасности средств труда.

По нашему мнению, следует принимать к учету в качестве основных средств объекты, обладающие как вещественной, так и невещественной формой, непосредственно участвующие в производстве и управлении и создающие условия для осуществления производственной деятельности. В частности, в их составе следует выделять материальный и нематериальный компоненты, при этом классифицировать как материальные (обладающие натурально-вещественной формой) и материальные с информационным включением (цифровые) основные средства. Вторая составляющая представляет собой имущественный комплекс материальных основных средств и нематериальных активов, которые работают совместно, она включает ин-

формационные ресурсы, которые позволяют эксплуатировать материальные объекты и управлять ими. К таковым необходимо отнести оборудование, в основу работы которого заложены нематериальные (цифровые) компоненты: машины и оборудование с частичным программным управлением, промышленные роботы, автоматизированные конвейерные линии, а также отдельные программные продукты.

Любое простое или сложное программное обеспечение работает только с помощью определенного оборудования (компьютер, сервер, смартфон), поэтому оно является информационной составляющей основных фондов, и его следует учитывать в составе основных средств.

Что касается нематериальных активов, к ним следует относить продукты интеллектуального труда, которые оказывают влияние на осуществление производственного процесса, управление им (патенты, лицензии) и на конкурентоспособность готового продукта (товарная марка).

Предложенная классификация основных средств позволит организовать их учет и обеспечить информационные потребности оценки эффективности использования основных средств.

Исходя из вышеизложенного предлагаем категорию основных средств интерпретировать как активы предприятия, имеющие материально-вещественную форму, а также активы, содержащие информационный (цифровой) компонент, которые обеспечивают процесс производства, участвуют в создании продукции (работ, услуг) и управлении длительный период продолжительностью более 12 месяцев и возмещают свою стоимость по мере физического и морального износа в виде амортизационных отчислений, включаемых в стоимость продукции (работ, услуг), способствующих получению экономической выгоды.

В эпоху цифровизации претерпевает изменения система ценностей как в обществе, так и в бизнесе. Поэтому трансформируется роль основных средств в деятельности организации и в экономике.

Ценности общества изменяются в сторону интеллектуального. Приоритетными становятся информация и знания как результат интеллектуального труда, при этом обесцениваются материальные объекты, составляющие овеществленный продукт деятельности человека. Удельный вес физического труда значительно сокращается и преобладает творчество. Результат труда, как материальный, так и нематериальный, содержит большую долю интеллектуальной составляющей.

Вышеупомянутые факторы приводят к изменениям предпочтений потребителей, что влечет за собой стремление производителей к производству новых видов инновационной продукции и послепродажного сервиса. В большей степени пользуются спросом у потребителей умные вещи, которыми можно контролировать и управлять дистанционно, их также называют товарами массового потребления с «интеллектуальным имиджем» (мусорное ведро с сенсорным датчиком и контролем наполняемости, робот-пылесос и др.).

Вследствие вышесказанного основу производственного процесса в настоящее время составляют инновационное оборудование и технологии, способные создавать уникальные свойства готовому продукту, позволяющие последнему выдерживать конкуренцию на рынке товаров и услуг.

Главным продуктом современного производства, который несет в себе высокую добавочную стоимость, является новая информация. Поэтому основные средства (как материальные, так и с информационной составляющей) следует по значимости в создании инновационных свойств продукта классифицировать на инновационные и второстепенные.

К инновационным основным средствам необходимо отнести основные фонды, способствующие приданию новых улучшенных уникальных свойств продукту, которые будут создавать повышенный потребительский спрос на товар и принесут наиболее высокий уровень добавочной стоимости. К второстепенным – основные фонды, имеющие второстепенное значение, которые не вносят в продукт инновационных свойств и функций.

Важно определить критерии признания объектов в качестве инновационных. К таковым предлагаем отнести следующие:

– технические – характеризуют объект как технологическое ядро, позволяют придавать продукту эксклюзивные свойства;

– экономические – позволяют снизить полную цену потребления производимой продукции за счет снижения затрат, связанных с ее эксплуатацией и высоким уровнем качества, обеспечивающим ее работоспособность;

– технологические – позволяют при помощи данного объекта основных средств использовать инновационные технологии.

Приведенная выше классификация упростит инвесторам процесс принятия решения на этапе определения объекта инвестиций, позволит получить более детализированную информацию о доле информационной и инновационной составляющей в стоимости объекта инвестиции, поскольку именно от ее удельного веса будет зависеть эффективность вложения финансовых ресурсов.

Подводя итоги, следует отметить, что для обеспечения устойчивости и успешности функционирования организаций в долгосрочной перспективе, для активизации инновационной деятельности и развития инновационного потенциала интерпретация, классификация и признание в учете основных категорий, составляющих основу экономической системы организации, должны отвечать требованиям современной реальности, которые диктует информационное общество и цифровизация экономики.

Список использованной литературы

1. **Полякова, Е. М.** Экономическая теория : учеб. пособие / Е. М. Полякова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Уссурийск : ПГСХА, 2019. – 310 с.
2. **Большой экономический словарь** / авт.-сост. А. Б. Борисов. – 3-е изд. – М. : Кн. мир, 2003. – 895 с.
3. **Головенчик, Г. Г.** Цифровая экономика [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / Г. Г. Головенчик. – Минск : БГУ, 2020. – 143 с. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/242300>. – Дата доступа: 21.08.2024.
4. **Лазарчук, Е. В.** Изменение факторов производства в рамках экономики знаний / Е. В. Лазарчук, С. А. Дукарт, Е. А. Аникина // *Фундамент. исслед.* – 2014. – № 11, ч. 3. – С. 584–587.
5. **Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства»** [Электронный ресурс] // *Финансовый учет.* – Режим доступа: <https://fin-accounting.ru/ifrs/ias16>. – Дата доступа: 23.08.2024.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА

Отсутствие единого подхода к расчету экономических показателей, многовариантная интерпретация и оценка составляющих элементов формул, использование методик, не учитывающих изменения в национальной учетной модели, затрудняет получение объективных результатов анализа основных средств.

В данной статье приведено научное обоснование содержания составляющих компонентов показателей экономического анализа основных средств и их оценки в соответствии с действующей системой бухгалтерского учета в Республике Беларусь.

The lack of a unified approach to calculating economic indicators, the multivariate interpretation and evaluation of the constituent elements of formulas, the use of methods that do not take into account changes in the national accounting model makes it difficult to obtain objective results of the analysis of fixed assets.

This article provides a scientific justification for the content of the constituent components of the indicators of economic analysis of fixed assets and their assessment in accordance with the current accounting system in the Republic of Belarus.

Ключевые слова: экономический анализ; учетно-аналитическое обеспечение; основные средства; эффективность эксплуатации; интерпретация показателей.

Key words: economic analysis; accounting and analytical support; fixed assets; operational efficiency; interpretation of indicators.

В современных условиях важное значение приобретает рациональное использование производственных ресурсов. Среди них особое место занимают основные средства, от состояния и эффективности использования которых зависит производственная мощность и качество выпускаемой продукции, экономное использование материальных и трудовых ресурсов, а следовательно, темпы развития производства и устойчивый успех организации в конкурентной борьбе.

Однако отсутствие совершенной методики расчета показателей использования основных средств, объективной оценки их состояния затрудняет процесс планирования и управления хозяйственной деятельностью организации. Также по причине отсутствия единого порядка расчета данных показателей не предоставляется возможным адекватное сравнение и оценка различных бизнес-проектов для принятия обоснованных решений потенциальными инвесторами и кредиторами, так как информация, отражаемая в бизнес-планах, является недостаточно «прозрачной».

Исходя из вышесказанного требуется оптимизация результатов управленческой деятельности и планирования путем развития теоретико-методологических основ учетно-аналитического обеспечения системы оценки эффективности использования основных средств, а также унификация с учетом норм действующего законодательства порядка расчета показателей экономического анализа.

Традиционная методика анализа основных средств, используемая субъектами хозяйствования, предполагает расчет таких обобщающих показателей, как фондоотдача, фондоемкость и фондорентабельность, которые позволяют оценить эффективность использования объектов основных фондов (в бухгалтерском учете такая категория тождественна понятию «основные средства»). Следует отметить, что среди авторов различных учебных пособий и научных публикаций нет единого подхода к расчету указанных показателей, а также отсутствует четкая интерпретация содержания элементов формул с учетом формируемых действующей учетной методологией информации.

Обобщающий показатель «фондоотдача» (Φ_o) часть авторов в своих научных публикациях [1–3] предлагают рассчитывать по формуле (1):

$$\Phi_o = \frac{ВП}{ОС}, \quad (1)$$

где $ВП$ – объем выпущенной продукции за год;
 $ОС$ – среднегодовая стоимость основных средств.

Однако следует учесть мнение иных авторов [4; 5], которые предлагают исчислять этот показатель иначе, по формуле (2):

$$\Phi_o = \frac{РП}{ОС}, \quad (2)$$

где $РП$ – объем реализованной продукции за год.

Вариативность расчета показателя вызвана отсутствием нормативно установленного подхода, поэтому как перечисленные выше авторы источников, так и специалисты-практики различных организаций рассчитывают данный показатель по своему усмотрению, основываясь на собственном профессиональном суждении, что приводит к несопоставимости полученных данных. В итоге в бизнес-планах различных проектов экономическое обоснование их эффективности осуществляется с использованием различных вариантов расчета одного и того же показателя. Поэтому не представляется возможным объективно оценить эффективность того или иного инвестиционного проекта путем их сравнения по рассматриваемому показателю. Это обуславливает необходимость научного обоснования наиболее приемлемого подхода к расчету показателя и его фиксации в законодательстве для достижения единообразного подхода к оценке эффективности использования основных средств. При этом цель расчета фондоотдачи – показатель, который в обобщенном виде будет характеризовать эффективность эксплуатации введенных (или вводимых в плановом периоде) и действующих основных средств, а эффективность – это относительный показатель, который отражает отношение эффекта к затратам, которые были направлены на достижение данного эффекта.

Результатом работы оборудования как объекта бухгалтерского учета активной части основных средств является готовая продукция. Объем готовой продукции может быть выражен в натуральной и стоимостной оценке. Основными стоимостными показателями производственной программы являются валовая продукция ($ВП$), товарная продукция ($ТП$) и реализованная продукция ($РП$).

Валовая продукция включает все виды продукции с разным уровнем ее завершенности, т. е. в составе содержит остатки незавершенного производства ($НЗП$).

Товарная продукция – это готовая продукция, предназначенная для реализации и внутреннего потребления. Она не включает $НЗП$.

Реализованная продукция отличается от $ТП$ на величину остатков нерезализованной продукции на складе. $РП$ – это продукция, изготовленная, отгруженная и оплаченная потребителем.

По нашему мнению, $РП$ не целесообразно использовать при расчете показателя фондоотдачи по той причине, что объем продаж во многом зависит не от эксплуатации основных средств, а от маркетинговой политики организации и других факторов, влияющих на объем продаж. Поэтому объем реализации продукции показывает общий эффект, полученный от работы предприятия в целом. Кроме этого, согласно действующему законодательству выручка от реализации признается по моменту отпуска продукции покупателю, поэтому она может содержать некоторую сумму дебиторской задолженности за поставленную продукцию, которая может оставаться непогашенной продолжительное время.

В связи с вышеизложенным в расчете фондоотдачи целесообразно использовать показатель товарной продукции, так как он в свой состав включает всю продукцию в завершенной форме и в большей степени отражает эффект от работы оборудования. В данном случае фондоотдача покажет, сколько в стоимостном выражении произведено продукции с одного рубля

средств, вложенных в основной капитал (затраченных на приобретение оборудования, с использованием которого этот продукт был произведен).

Однако выбор составляющих формулы не решает вопрос их оценки, оказавшийся незаслуженно забытым авторами научных изданий и учебных пособий, описывающих изучаемую в статье категорию.

Считаем научно обоснованным мнение о том, что в числителе формулы фондоотдачи выпущенная товарная продукция должна приниматься по производственной себестоимости, так как в условиях рыночной экономики каждая организация один и тот же продукт может реализовать по разным ценам, которые зависят от ценовой политики, организации, применяемых методов ценообразования. При идентичном технологическом процессе и стоимости исходных ресурсов более эффективным оказывается то производство, у которого затраты на содержание оборудования меньше. Таким образом, использование в числителе формулы (1) выпущенной продукции по стоимости производства позволит сопоставлять показатели фондоотдачи разных организаций одной отраслевой направленности.

Товарная продукция (*ТП*) рассчитывается по данным бухгалтерской отчетности по формуле (3). Для расчета данного показателя в оценке по себестоимости каждый элемент формулы нужно выразить в указанной оценке:

$$ТП = РП + ГПк - ГПн, \quad (3)$$

где *РП* – производственная себестоимость реализуемой продукции, значение строки 020 отчета о прибылях и убытках;

ГПн и *ГПк* – нереализованная готовая продукция в оценке по производственной себестоимости, значение по строке 214 бухгалтерского баланса графы 3 и графы 4 соответственно.

В качестве оценки основных средств, формирующей знаменатель формулы, в бухгалтерской и статистической отчетности приводится первоначальная, переоцененная (восстановительная) и остаточная стоимость. Логичным видится использование в расчетах остаточной (недоамортизированной) стоимости основных средств, которая учитывает степень изношенности основных средств. Однако с учетом существующих возможностей отсрочки начисления амортизации на год и более соответствие физической (моральной) формы и состояния объекта основных средств и его остаточной стоимости следует подвергнуть сомнению, что не может не отразиться на доверии к полученному в процессе расчета формулы результату.

В итоге формулу фондоотдачи (4) можно представить в следующем виде:

$$\Phi_o = \frac{РП + ГПк - ГПн}{(ОСн + ОСк) / 2}, \quad (4)$$

где *ОСн*, *ОСк* – остаточная стоимость основных средств, значение строки 110 бухгалтерского баланса графы 3 и графы 4 соответственно.

Обратным показателем, применяемым для анализа эффективности использования основных средств, является «фондоёмкость», показывающая, какая стоимость основных средств приходится на один рубль произведенной продукции. В соответствии с вышеизложенными положениями указанный показатель будет рассчитан по формуле (5):

$$\Phi_e = \frac{(ОСн + ОСк) / 2}{РП + ГПк - ГПн}. \quad (5)$$

Порядок расчета показателя рентабельности основных средств (*Фр*), который определяет наиболее общую эффективность использования организацией «вложенного в данный актив капитала для генерирования прибыли», авторы изученных источников предлагают рассчитывать по формуле (6):

$$\Phi_p = \frac{ЧП}{(ОСн + ОСк) / 2}, \quad (6)$$

где *ЧП* – чистая прибыль (убыток), значение графы 3 строки 210 отчета о прибылях и убытках.

Кроме того, встречается мнение о целесообразности использования в числителе категории «прибыль до налогообложения», однако обоснованным является использование для расчета рентабельности реальных инвестиций «чистой прибыли», так как именно эта сумма реально остается в распоряжении организации после уплаты налогов.

Интерпретация результатов расчета коэффициента износа ($K_{изн}$) и коэффициента годности оборудования ($K_{годн}$) может быть неоднозначна, так как на числитель оказывает влияние величина накопленной амортизации, которая в настоящий момент может временно не начисляться, а значит, не в полной мере отражать реальность износа и техническое состояние основных средств, используемых в деятельности компании (7) и (8):

$$K_{изн} = \frac{Am}{OC_{перв}}; \quad (7)$$

$$K_{годн} = \frac{OC_{ост}}{OC_{перв}}, \quad (8)$$

где Am – накопленная сумма амортизации за отчетный период с момента ввода объекта в эксплуатацию;

$OC_{перв}$ – первоначальная (восстановительная) стоимость основных средств;

$OC_{ост}$ – остаточная стоимость основных средств.

Описанные методологические особенности исчисления классических показателей, вызванные трансформацией национальной учетной модели, требуют внимания научного сообщества и обоснования, унификации подходов к оценке, признанию и применению активов, обязательств, капитала, доходов и расходов.

Список использованной литературы

1. **Валяева, В. Г.** Анализ эффективности использования основных средств на предприятии / В. Г. Валяева, И. В. Измалкова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 70-3. – С. 19–23.
2. **Степанова, Е. С.** Эффективность использования основных средств предприятия / Е. С. Степанова // Наука и образование сегодня. – 2017. – № 11. – С. 50–52.
3. **Эргешова, Ч. М.** Совершенствование учета использования основных средств и экономического анализа в цифровой среде / Ч. М. Эргешова, К. А. Жаныбек // Изв. Иссык-Кул. форума бухгалтеров и аудиторов стран центр. азии. – 2022. – № 2 (37). – С. 283–287.
4. **Нефедова, С. В.** Методика анализа основных средств в рамках комплексного анализа / С. В. Нефедова, С. А. Васина // Вестн. тул. фил. финуниверситета. – 2023. – № 1. – С. 171–174.
5. **Федотова, Н. В.** Экономический анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. В. Федотова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : МИИТ : РОАТ, 2022. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Статья рассматривает актуальные проблемы интеграции цифровых решений в системы управления предприятиями Республики Беларусь. В условиях глобальной экономики, где цифровизация становится важнейшим фактором конкурентоспособности, белорусские предприятия сталкиваются с ограничениями, вызванными санкциями, недостаточной подготовленностью кадров и низкими инвестициями в IT-сектор. Цель исследования заключается в формировании комплексного представления о влиянии цифровых технологий на управление предприятиями и путях их оптимального внедрения.

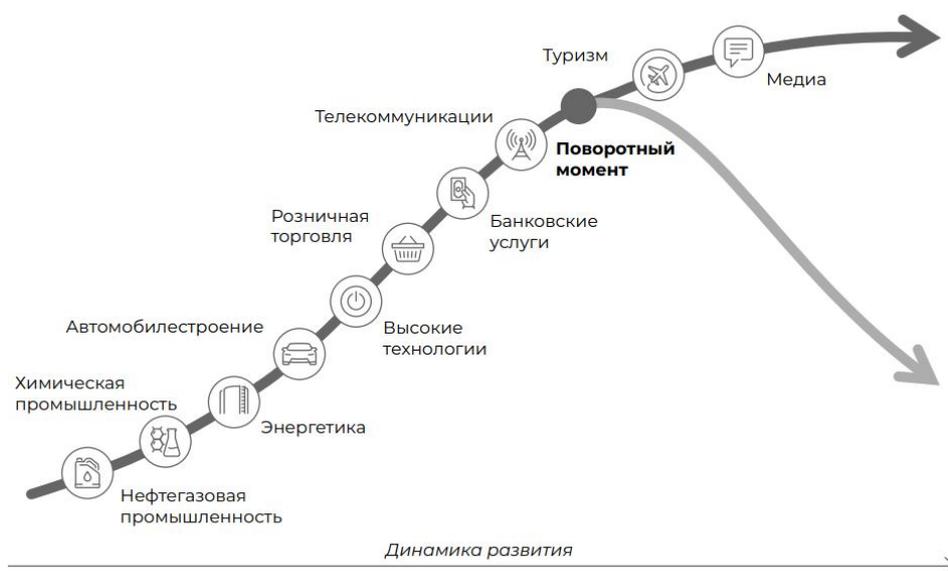
The article examines the current problems of integrating digital solutions into enterprise management systems in the Republic of Belarus. In a global economy where digitalization is becoming the most important factor of competitiveness, Belarusian enterprises face restrictions caused by sanctions, insufficient training of personnel and low investments in the IT sector. The purpose of the study is to form a comprehensive understanding of the impact of digital technologies on enterprise management and ways of their optimal implementation.

Ключевые слова: цифровизация бизнеса; цифровая трансформация; система управления предприятием; автоматизация управления предприятием.

Key words: digitalization of business; digital transformation; enterprise management system; enterprise management automation.

В условиях современной глобальной экономики, где конкурентоспособность предприятий во многом зависит от их способности эффективно использовать новые технологии, цифровая трансформация становится одним из ключевых факторов успеха. Всякий, кто надеется, что его отрасль цифровизация обойдет стороной, пребывает в опасном неведении. Процесс цифровизации на сегодняшний день охватывает практически все сектора. Разница лишь в том, насколько активно он идет и сколько времени требуется для того, чтобы существующая бизнес-модель устарела (рисунок).

Уровень цифровой зрелости различных отраслей



Примечание – Источник [1, с. 13].

Цифровизация бизнеса становится общемировым трендом. Она включает в себя внедрение таких технологий, как системы управления ресурсами предприятия, системы управления взаимоотношениями с клиентами, технологии больших данных и искусственного интеллекта.

Эти решения позволяют ускорить процессы принятия решений, минимизировать человеческий фактор, а также улучшить взаимодействие с клиентами.

По оценке специалистов компании McKinsey Global Institute потенциальная экономическая выгода от внедрения этих технологий уже к 2025 г. может составить от 14 до 33 трлн долл. США в год. При этом отмечается, что приведенные цифры не являются прогнозом, а призваны дать представление о том, какое влияние на экономику могут иметь ключевые преимущества внедрения этих технологий [2].

Процессы цифровой трансформации систем управления бизнесом особенно актуальны для Республики Беларусь, где организации сталкиваются не только с ограниченностью различного вида ресурсов, но и работают в условиях ограниченного доступа к передовым зарубежным технологиям из-за действующих санкций. Санкции, наложенные на Беларусь, осложняют доступ к программному обеспечению, инфраструктурным решениям и новейшим технологиям западных компаний, что заставляет предприятия искать альтернативы и развивать внутренние технологические мощности.

Власти Беларуси определили цифровую трансформацию экономики и общества ключевым приоритетом национального развития. Беларусь занимает лидирующие позиции по уровню развития информационно коммуникационных технологий на постсоветском пространстве [3, с. 122]. В Республике Беларусь созданы развитая и соответствующая мировым стандартам сеть передачи данных, надежные центры их хранения и обработки, механизмы идентификации, системы онлайн-платежей, современные электронные сервисы и средства защиты информации. Цифровые решения играют ключевую роль в оптимизации бизнес-процессов, повышении прозрачности и управляемости деятельности предприятия, в снижении издержек.

Однако для белорусских предприятий процесс интеграции цифровых технологий осложняется не только санкциями, но и недостаточным уровнем подготовки кадров, ограниченными инвестициями в IT-сектор и отсутствием доступа к передовым цифровым решениям. Все это делает проблему интеграции цифровых решений в системы управления особенно актуальной.

В современных условиях тенденции цифровизации Республики Беларусь аналогичны мировым, но с рядом специфических особенностей. Предприятия ищут способы обхода ограничений, вызванных санкциями, и разрабатывают альтернативные технологические решения. На фоне этого особое внимание уделяется развитию отечественных IT-компаний и внедрению локальных решений, а также сотрудничеству с российскими и азиатскими компаниями.

Несмотря на сложности, цифровизация системы управления предприятием остается критически важным направлением для обеспечения устойчивости белорусских предприятий.

В условиях стремительного развития информационных технологий предприятиям становятся доступны разнообразные цифровые решения, направленные на оптимизацию управленческих и производственных процессов. Среди них ключевыми инструментами выступают:

1. ERP-системы (Enterprise Resource Planning) – комплексные системы управления ресурсами предприятия, которые позволяют автоматизировать основные бизнес-процессы, такие как управление производством, финансами, логистикой, закупками и человеческими ресурсами. ERP-системы интегрируют все данные в единую базу, обеспечивая единообразие данных. Примеры таких систем включают SAP, Microsoft Dynamics, 1C:ERP и Odoo.

2. CRM-системы (Customer Relationship Management) – решения, направленные на улучшение взаимодействия с клиентами, управление их запросами и поддержание лояльности. Основная задача CRM-систем заключается в хранении и обработке информации о клиентах, что позволяет персонализировать взаимодействие и повышать уровень удовлетворенности. Среди популярных решений можно отметить Salesforce, Microsoft Dynamics CRM, Битрикс24, RetailCRM, OneBox и др.

3. BI-системы (Business Intelligence) – системы бизнес-аналитики, которые используются для анализа больших массивов данных и предоставления информации для принятия управленческих решений. BI-инструменты позволяют анализировать финансовые показатели, прогнозировать результаты, оценивать эффективность работы подразделений и выявлять скрытые тенденции в данных. К наиболее известным системам BI относятся Power BI, Tableau и QlikView, Loginom, Visiology, Yandex DataLens.

4. SCM-системы (Supply Chain Management) – системы управления цепочками поставок, которые позволяют оптимизировать логистику и управление складскими запасами. Эти решения помогают снизить издержки, ускорить время доставки и повысить общую эффективность цепочек поставок. Примерами могут быть SAP SCM, Oracle SCM, Ozon Rocket.

5. HRM-системы (Human Resource Management) – цифровые решения для управления персоналом, включая подбор кадров, управление заработной платой, учет рабочего времени и планирование развития сотрудников. Примеры таких систем включают BambooHR, Workday и 1С:ЗУП.

Эти решения интегрируются в различные аспекты управления предприятием, обеспечивая комплексный контроль над всеми ключевыми процессами и улучшая общую управляемость организации.

Историческая эволюция систем управления предприятием (СУП) представляет собой путь от ручного управления процессами к полной автоматизации на основе цифровых технологий. Традиционные подходы к организации управления основывались на иерархической структуре, где планирование, производство и контроль выполнялись вручную при помощи бумажных документов. Это создавало большие трудности в плане координации деятельности, а также увеличивало риск ошибок.

Первые попытки автоматизации управления пришлось на середину XX в. с появлением информационных систем управления (ИСУ), которые предоставляли возможность более структурированной работы с данными. Тем не менее, ИСУ обеспечивали лишь частичную автоматизацию отдельных процессов без возможности интеграции с другими процессами [3, с. 20].

Современные подходы к организации СУП включают в себя полную цифровизацию всех ключевых процессов и интеграцию различных систем в единую информационную экосистему. Важным этапом стало появление ERP-систем, которые позволили интегрировать все аспекты деятельности предприятия в одну платформу, предоставляя доступ к данным в режиме реального времени и упрощая принятие управленческих решений. Это значительно повысило прозрачность и эффективность процессов, а также обеспечило возможность гибкого реагирования на изменения во внешней среде.

Современные СУП ориентированы на использование аналитических инструментов для управления предприятием, что позволяет более точно прогнозировать результаты, управлять рисками и принимать стратегические решения. Кроме того, современные системы управления все чаще используют облачные технологии, которые обеспечивают гибкость и доступность систем, а также позволяют оптимизировать затраты на их поддержку и модернизацию.

Теоретическая база цифровой трансформации управления предприятиями строится на концепции автоматизации бизнес-процессов, согласно которой цифровые технологии исключают человеческий фактор из большинства рутинных операций, снижая ошибки и увеличивая скорость выполнения задач.

Цифровизация также базируется на теориях системного подхода и информационного менеджмента, которые подчеркивают необходимость интеграции всех процессов в единую систему для обеспечения их согласованности и оперативного управления. Системы ERP, CRM и BI выступают как раз такими инструментами, обеспечивающими интеграцию данных и позволяющими создавать единую информационную среду.

Исследования показывают, что предприятия, внедрившие цифровые технологии, значительно повышают свою производительность и конкурентоспособность. Например, согласно данным McKinsey, компании, использующие цифровые решения, могут сократить операционные издержки до 20% и увеличить производительность на 30–50% [1]. Это происходит во многом потому, что благодаря цифровым технологиям руководители предприятий получают доступ к более точной и своевременной информации.

Кроме того, концепция цифровизации тесно связана с теорией инновационного развития, согласно которой внедрение новых технологий и процессов способствует созданию конкурентных преимуществ на рынке. Цифровизация позволяет предприятиям гибко реагировать на изменения во внешней среде, улучшать процессы управления и, как следствие, повышать устойчивость бизнеса в условиях высокой неопределенности.

Таким образом, теоретическая база подтверждает, что цифровизация не только способствует автоматизации и повышению эффективности управления, но и обеспечивает стратегические преимущества за счет более глубокого анализа данных и ускорения процессов принятия решений. Однако внедрение цифровых решений в систему управления предприятием сталкивается с рядом значительных организационных, технологических и финансовых трудностей.

В первую очередь это организационные барьеры, которые включают сопротивление изменениям со стороны сотрудников и руководства. Процесс цифровизации требует изменения устоявшихся бизнес-процессов, которые в традиционных предприятиях могут быть глубоко укоренены. Сопротивление возникает из-за страха перед неизведанным, неудовлетворенности

сотрудников по поводу обучения новым системам, а также отсутствия ясного понимания стратегической пользы цифровизации для бизнеса. Многие работники опасаются, что внедрение новых технологий приведет к сокращению рабочих мест, что также усиливает сопротивление изменениям.

С технологической точки зрения, основным препятствием является несовместимость существующих систем с новыми цифровыми решениями. Предприятия, которые длительное время использовали устаревшие системы управления, сталкиваются с серьезными трудностями при интеграции новых технологий в единую платформу. Старые системы зачастую разработаны без учета современных стандартов и имеют закрытую архитектуру, что делает их модернизацию или интеграцию чрезвычайно сложной и дорогостоящей. Особенно эта проблема проявляется в отраслях с низким уровнем внедрения информационных технологий (ИТ), где требуется значительная перестройка ИТ-инфраструктуры для поддержки новых решений.

Финансовые затраты на внедрение цифровых технологий являются еще одним препятствием. Внедрение ERP, CRM или BI-систем требует значительных инвестиций на начальном этапе. Это включает в себя лицензирование программного обеспечения, модернизацию оборудования, обучение сотрудников и обслуживание системы. Для малых и средних предприятий такие вложения могут оказаться чрезмерными, особенно в условиях экономической нестабильности. Исследования показывают, что 45% малых предприятий считают высокую стоимость основным барьером для внедрения цифровых решений [4].

Ключевым фактором успешного внедрения цифровых технологий является наличие квалифицированного персонала. В условиях цифровой трансформации предприятия сталкиваются с нехваткой специалистов, обладающих навыками работы с новыми информационными системами. Это связано с тем, что современные цифровые технологии требуют глубоких знаний в области ИТ, управления данными и кибербезопасности, а также способности быстро адаптироваться к изменениям.

Согласно исследованиям нехватка квалифицированных специалистов является одной из главных проблем цифровизации во многих странах, в том числе и в Беларуси [4]. Подготовка и переподготовка кадров требуют значительных временных и финансовых ресурсов, что может замедлить процесс внедрения цифровых решений. Без квалифицированного персонала предприятия не смогут в полной мере использовать возможности цифровых технологий, что приведет к низкой эффективности внедрения и снижению ожидаемой рентабельности инвестиций.

Кроме того, предприятия должны учитывать необходимость непрерывного обучения персонала, поскольку цифровые технологии развиваются стремительно, и навыки, актуальные сегодня, могут стать устаревшими в ближайшем будущем. Это создает дополнительную нагрузку на управление человеческими ресурсами, требуя постоянного мониторинга квалификации сотрудников и планирования программ их переподготовки.

Цифровая трансформация предприятий оказывает значительное влияние на рынок труда и структуру занятости. С одной стороны, автоматизация и внедрение цифровых технологий могут приводить к сокращению рабочих мест, особенно в областях, где рутинные операции заменяются автоматизированными системами. Исследования показывают, что под влиянием цифровизации в ближайшие 10–20 лет перестанут существовать около 50% профессий [5].

С другой стороны, цифровизация создает новые возможности для трудоустройства, особенно в таких областях, как информационные технологии, анализ данных и управление проектами. Появление новых рабочих мест связано с ростом потребности в квалифицированных специалистах, которые могут эффективно работать с передовыми технологиями. К ним относятся ИТ-специалисты, эксперты по кибербезопасности, разработчики программного обеспечения, инженеры данных, аналитики данных и др. Соответственно, возрастает необходимость переподготовки и обучения работников для освоения новых компетенций и адаптации к изменяющимся требованиям рынка труда.

Еще одной важной проблемой, связанной с внедрением цифровых технологий является защита данных. Современные предприятия работают с большими объемами данных, которые требуют надежных систем кибербезопасности. Недостаточная защита данных может привести к утечкам информации и значительным финансовым потерям. В условиях санкций против отечественных организаций доступ к передовым решениям в области кибербезопасности ограничен, что создает дополнительные риски для бизнеса.

В целом успешное преодоление перечисленных организационных, технологических и кадровых барьеров требует комплексного подхода, включающего не только финансовые и тех-

нические решения, но и разработку долгосрочных стратегий управления изменениями и обучения сотрудников.

Современные тенденции в области цифровых решений акцентируют внимание на таких перспективных технологиях, как искусственные нейронные сети и машинное обучение, большие данные, блокчейн, облачные технологии, умные устройства, цифровые ассистенты и др. Например, генеративный искусственный интеллект (ИИ) находит широкое применение в анализе данных, автоматизации рутинных процессов и принятии управленческих решений. В частности, прикладные системы на основе ИИ могут обрабатывать огромные массивы несистематизированной информации, что позволяет выявлять скрытые закономерности и предсказывать будущие тренды, что является важным для повышения конкурентоспособности предприятий.

Технологии больших данных предоставляют возможность предприятиям собирать и анализировать массивные объемы информации. Облачные технологии, в свою очередь, обеспечивают гибкость и масштабируемость, позволяя предприятиям внедрять новые решения без больших капитальных затрат на инфраструктуру. Эти и другие технологии вместе формируют основу для интеграции цифровых решений в стратегическое управление предприятиями, обеспечивая их адаптацию к быстро меняющейся бизнес-среде.

Одним из основных ожидаемых результатов внедрения цифровых технологий является рост производительности труда. Благодаря автоматизации процессов и оптимизации работы сотрудников предприятия могут значительно повысить эффективность своих операций. Кроме того, цифровизация способствует снижению затрат, так как позволяет уменьшить расходы на бумажную документацию, логистику и другие традиционные бизнес-процессы.

Не менее важным аспектом внедрения цифровых технологий в систему управления предприятием является повышение качества управленческих решений. Цифровые технологии обеспечивают доступ к актуальным данным в реальном времени с любого подходящего устройства. Это позволяет менеджерам принимать более обоснованные и своевременные решения для достижения как тактических, так и стратегических целей предприятия.

Для успешной цифровой трансформации управления предприятием необходимо рассмотреть возможные пути внедрения инноваций на различных уровнях. На операционном уровне акцент следует делать на автоматизации рутинных процессов, внедрении технологий искусственного интеллекта для повышения производительности труда и уменьшения затрат на оплату труда.

На тактическом уровне предприятия могут применять анализ данных для оптимизации своих бизнес-процессов, что включает в себя использование инструментов бизнес-аналитики для улучшения качества решений на основе фактических данных. Это также подразумевает формирование новых методов взаимодействия с клиентами через цифровые каналы, что повышает удовлетворенность потребителей и лояльность к бренду.

На стратегическом уровне цифровизация должна быть интегрирована в общую стратегию развития предприятия. Это включает в себя принятие долгосрочных решений о внедрении новых технологий, а также стратегий по обучению и развитию кадров для обеспечения сотрудников необходимой квалификацией. Предприятия, которые могут успешно интегрировать цифровые решения на всех уровнях управления, будут более адаптивными в условиях постоянно меняющейся бизнес-среды.

Рекомендуется использовать поэтапный подход к внедрению цифровых решений, что позволит более гибко реагировать на возникшие проблемы, связанные, например, с обучением и адаптацией персонала к вынужденным изменениям. Также целесообразно использовать пилотные проекты, которые помогут протестировать новые технологии в ограниченных условиях, до их широкого внедрения на уровне организации.

Этапы внедрения цифровых решений можно разделить на следующие ключевые шаги: диагностика текущего состояния, разработка стратегии внедрения, подготовка инфраструктуры, пилотное тестирование, широкое внедрение и мониторинг изменений, оценка эффективности интеграции.

Таким образом, Цифровая трансформация управления предприятием в Республике Беларусь представляет собой сложный, но необходимый процесс, способствующий улучшению эффективности и конкурентоспособности бизнеса. Внедрение современных цифровых решений, таких как ERP, CRM и BI-системы, позволяет создать единую информационную экосистему организации, которая будет способствовать оптимизации процессов управления и более эффективному принятию решений. В конечном счете, успешная цифровизация может стать ключом

к устойчивому развитию белорусских предприятий, позволяя им не только адаптироваться к изменениям во внешней среде, но и создавать конкурентные преимущества на рынке.

Стратегический подход к внедрению цифровых технологий, основанный на понимании их значимости и потенциальных выгод, является основой для формирования успешного будущего белорусских предприятий в условиях высокой неопределенности.

Список использованной литературы

1. **Кулагин, В.** Digital@Scale: настольная книга по цифровизации бизнеса / В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт. – М. : Интеллектуал. лит., 2019. – 293 с.
2. **McKinsey Global Institute:** 12 прорывных технологий, которые изменят мир [Электронный ресурс] // Adindex. – Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2013/06/7/99583.phtml>. – Дата доступа: 01.10.2024.
3. **Цифровая экономика** [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / авт.-сост. Г. Г. Головенчик. – Минск : БГУ, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
4. **Стома, Н.** Оценка развития цифровизации Республики Беларусь: анализ позиций в мировых рейтингах / Н. Стома // Банк. вестн. – 2020. – № 12. – С. 52–61.
5. **Ковалев, М. М.** Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.

УДК 336.6

М. П. Самоховец (samkhvec@rambler.ru),

*канд. экон. наук, доцент
Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научное мировоззрение на финансовое обеспечение устойчивого развития аграрного сектора может быть расширено. Цель – выявить современные возможности в финансировании устойчивого развития аграрного сектора. Методы: познание, анализ и синтез, сравнительный анализ, абстрактно-логический метод.

В результате определены актуальные тенденции финансового обеспечения аграрного сектора. Предложена обобщенная схема функционирования аграрной финансовой цифровой платформы.

The scientific worldview on financial support for sustainable development of the agricultural sector can be expanded. The goal is to identify modern opportunities for financing sustainable development of the agricultural sector. Methods: cognition, analysis and synthesis, comparative analysis, abstract-logical method.

Current trends in financial support for the agricultural sector are determined as a result. Generalized scheme for the functioning of the digital agricultural financial platform is proposed.

Ключевые слова: аграрный сектор; сельское хозяйство; устойчивое развитие; финансовый потенциал; финансовая платформа.

Key words: agricultural sector; agriculture; sustainable development; financial potential; financial platform.

В мировом рейтинге достижения целей устойчивого развития Республика Беларусь заняла 30-е место среди 166 стран мира в 2024 г. Устойчивый аграрный сектор государства призван удовлетворять потребности настоящего и будущих поколений с учетом извлечения прибыли, поддержания здоровья окружающей среды и социально-экономического равенства.

Устойчивый аграрный сектор можно рассматривать по следующим компонентам: социальный, экономический, экологический. Социальный компонент устойчивого развития аграрного сектора подразумевает управление воспроизводством человеческого капитала [1] для сельского хозяйства. Экономический компонент устойчивого развития аграрного сектора основан на мониторинге показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства. Экологический компонент развития аграрного сектора невозможно не учитывать, так как имеют место природно-климатические риски ведения растениеводства, специфика развития животноводства и т. п.

Увеличение инвестиций в аграрный сектор рассматривается как одно из направлений достижения целей устойчивого развития. При этом «...инвестиции надо заработать. Основным

источником инвестиций должна являться <...> выручка от реализации, и прибыль. ...Все другие источники <...> являются в большей мере платными...» [2, с. 137]. Устойчивый аграрный сектор предполагает извлечение прибыли, а состояние всех трех компонентов устойчивого развития аграрного сектора в определенной степени зависит от финансового состояния и также влияет на финансовые результаты субъектов аграрного бизнеса.

Многоканальное формирование входящих денежных потоков аграрного бизнеса с ориентацией на интенсивное инновационное развитие сельского хозяйства, необходимость улучшения финансовых показателей аграрного бизнеса, рост прибыли с единицы площади сельскохозяйственных угодий остаются актуальными задачами и вызывают необходимость в совершенствовании финансов аграрного сектора. Считаем, что оценка и управление финансовым потенциалом аграрного бизнеса [3] будет способствовать обеспечению интенсивного развития производителей сельскохозяйственной продукции, когда входящие денежные потоки посредством эффективной реализации ресурсно-производственного потенциала успешно трансформируются в выходящие денежные потоки.

Поиск эффективного механизма финансирования аграрного бизнеса важен для построения эффективных экономических отношений субъектов хозяйствования реального сектора экономики с инвесторами. В целом вопросы финансовых отношений и финансового обеспечения аграрного сектора остаются недостаточно изученными. Не много исследований посвящено финансированию сельского хозяйства, финансово-кредитному механизму (системе) в сельском хозяйстве, движению и использованию финансовых ресурсов в сельском хозяйстве, агрострахованию, финансовой инфраструктуре сельского хозяйства, финансовым инструментам для сельского хозяйства, финансовому менеджменту в сельском хозяйстве.

Современные тенденции финансового обеспечения аграрного сектора следующие:

1. Бюджетные средства – не единственный источник финансового обеспечения аграрного сектора. Система финансирования аграрного сектора может быть сформирована на базе сочетания микрофинансового, корпоративного и бюджетного каналов, предполагающих использование различных финансовых инструментов, учитывающих специфику каждой категории сельскохозяйственных производителей, однако с ориентацией на крупный аграрный бизнес как основного потребителя финансовых ресурсов. Могут использоваться механизмы государственно-частного партнерства в финансировании различных инвестиционных проектов, механизмы стимулирования собственной инициативы сельскохозяйственных организаций.

2. Аграрный сектор нуждается в гибком финансировании (по срокам, объему, целям и т. п.) в соответствии с его потребностями, которые формируются в условиях ведения многоукладного многофункционального сельскохозяйственного производства. В то же время известны разнообразные финансовые инструменты для увеличения инвестиций в сельское хозяйство. Новые финансовые инструменты должны учитывать специфические особенности производственно-хозяйственной деятельности аграрного сектора, использовать преимущества секьюритизации. Разные варианты финансирования имеют свои преимущества и недостатки (кредит является простым способом получения финансирования, процедура размещения акций сложнее организационно, облигации могут обеспечить длительные сроки финансирования и т. д.). Выбор конкретного финансового инструмента зависит от финансового состояния аграрной организации, цели финансирования и других факторов.

3. Возможно обеспечить комплексную поддержку аграрных инвестиций. На макроуровне одной из возможных моделей финансовых отношений сельскохозяйственных организаций с одной стороны и государства и инвесторов с другой стороны являются фонды поддержки сельского хозяйства. Фонды могут предоставлять не только финансовые, но и нефинансовые меры поддержки всем категориям производителей сельскохозяйственной продукции.

4. Динамично развиваются финансовые технологии. Финансовые услуги (кредитование, платежи и переводы, инвестирование и др.) все чаще предоставляются с использованием информационно-коммуникационных технологий. Бизнес-модели финансовых организаций и узкоспециализированных финтех-компаний трансформируются, повышается их клиентоориентированность. Создаются финансовые маркетплейсы (онлайн-супермаркеты финансовых услуг), которые позволяют приобретать финансовые услуги от разных организаций на одной финансовой платформе. Это позволяет осуществлять удобный поиск финансовых услуг с одновременным удобным предоставлением финансовых услуг различными участниками финансового рынка.

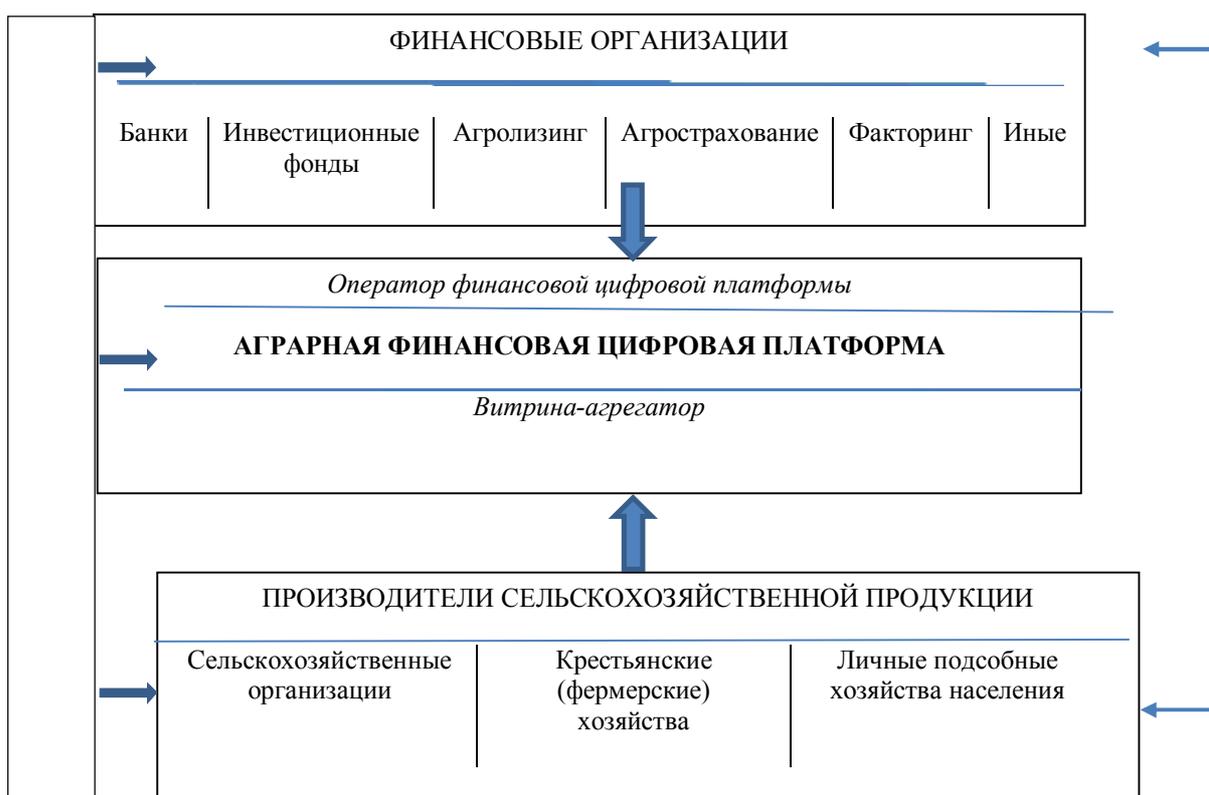
Участниками цифровой аграрной финансовой платформы могут стать различные финансовые организации, оказывающие финансовые (финансирование, кредитование, лизинг, агростр-

рахование и т. п.) услуги для сельскохозяйственных производителей. Кроме того, к ней в дальнейшем могут присоединяться организации, оказывающие нефинансовые услуги аграрному сектору, тем самым образуя цифровую экосистему. К нефинансовым мерам можно отнести консультационные услуги по вопросам ведения аграрного бизнеса; разработке бизнес-планов, маркетингу, правовому обеспечению деятельности; организации конференций, форумов, круглых столов; проведению обучающих тренингов и семинаров [4]. Симбиоз финансовых и нефинансовых услуг в экосистеме позволит улучшить организационные условия финансирования сельскохозяйственных производителей. Экосистема может постоянно расширяться за счет присоединения к ней новых участников для инвестирования в сельскохозяйственное производство, оказания различных видов финансовых и нефинансовых услуг для аграрного бизнеса.

В то же время различные формы финансовой поддержки из государственного бюджета, льготное кредитование аграрного сектора и т. п. не теряют своей актуальности. Одним из участников экосистемы может выступить фонд поддержки сельского хозяйства, на базе которого могут апробироваться новые схемы финансирования сельского хозяйства до их широкого распространения в других финансовых организациях. Мировой опыт функционирования фондов поддержки сельского хозяйства свидетельствует, что возможны различные варианты данных фондов – от функций передачи финансовых ресурсов из государственного бюджета сельскохозяйственным организациям через финансовые организации (косвенное финансирование, реализация государственных программ в области сельского хозяйства) до функционирования по принципу инвестиционного фонда (в целях аккумулирования коллективных инвестиций и вложения их в аграрный сектор).

Модель можно построить как аграрную финансовую цифровую платформу с витриной-агрегатором (рисунок).

Обобщенная схема функционирования аграрной финансовой цифровой платформы



Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Финансовые платформы – площадки, на которых взаимодействуют финансовые организации и клиенты для заключения финансовых сделок. Финансовые организации присоединяются к договору об оказании услуг выбранного оператора финансовой платформы. Основная задача финансовой платформы состоит в автоматизации взаимодействия сторон и обеспечении удобства совершения финансовых транзакций. Преимущества финансовой платформы состоят

в обобщении информации по предложениям участников маркетплейса, анализе текущих потребностей и индивидуализации предложений для клиентов [5].

Использование современных финансовых технологий повышает доступность и качество финансовых услуг для аграрного бизнеса, снижает издержки в финансовой сфере, содействует конкуренции на финансовом рынке. Развитие финансовых технологий не только модернизирует форму оказания финансовых услуг, но и способствует появлению новых инновационных сервисов для аграрного сектора.

Таким образом, с учетом современных тенденций устойчивому развитию аграрного сектора в Республике Беларусь может способствовать совершенствование организационного механизма финансового обеспечения производителей сельскохозяйственной продукции и инвестирования в сельскохозяйственное производство. Совершенствование финансовых отношений в аграрном секторе, использование новых финансовых инструментов может способствовать устойчивому развитию аграрного сектора не в меньшей степени, чем совершенствование организационно-экономических аспектов хозяйствования.

Список использованной литературы

1. **Богатырева, В. В.** Финансовое управление воспроизводством человеческого капитала в инновационной экономике: теория, методология, моделирование / В. В. Богатырева. – Новополоцк : ПГУ, 2013. – 400 с.

2. **Гусаков, В. Г.** Факторы и методы эффективного хозяйствования. Ч. 2. Кооперация и интеграция субъектов хозяйствования, инвестиции в развитие производства, государственное регулирование АПК, развитие предпринимательства и подготовка кадров / В. Г. Гусаков // Вес. Нац. акад. наук Беларуси. Сер. аграр. наук. – 2020. – Т. 58, № 2. – С. 135–142.

3. **Самоховец, М. П.** Формирование входящих денежных потоков в концепции финансового потенциала аграрного бизнеса / М. П. Самоховец // Бел. экон. журн. – 2023. – № 3. – С. 38–52.

4. **Морозко, Нат. И.** Финансовые и нефинансовые меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на 2021 год и среднесрочную перспективу / Нат. И. Морозко, Н. И. Морозко, В. Ю. Диденко // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – № 14 (1). – С. 31–40.

5. **Самоховец, М. П.** Финансовая платформа как новая модель предоставления финансовых услуг / М. П. Самоховец // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. : в 2 т. / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: В. Л. Гурский [и др.]. – Минск, 2021. – Т. 2. – С. 461–465.

ФИНАНСОВАЯ РЕЗИСТЕНТНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Основной стратегической целью, определяющей долгосрочные ориентиры развития организации, является стабильность и устойчивость ее функционирования. Однако в современных условиях повышенной нестабильности рынков такие характеристики как «устойчивый, постоянный, не меняющийся» отнюдь не являются конкурентным преимуществом, поэтому наряду с понятиями финансовой стабильности и устойчивости необходимо выделить понятие «финансовой резистентности» как синонимичной альтернативы, выделяющей первостепенное значение не постоянства, а сопротивляемости и адаптивности.

The main strategic goal that determines the long-term guidelines for the development of the organization is the stability and sustainability of its functioning. Characteristics such as “stable, permanent not changing” are not a competitive advantage in modern conditions of increased market instability. The concept of “financial resistance” is an alternative to the concepts of financial stability and sustainability. It emphasizes the paramount importance not of constancy, but of resistance and adaptability.

Ключевые слова: резистентность; финансовая резистентность; стабильность; устойчивость; сопротивляемость; адаптация; прочность; выносливость.

Key words: resistance; financial resistance; stability; sustainability; resilience; adaptation; strength; endurance.

Основной стратегической целью любой организации и государства в целом традиционно является стабильность и устойчивость ее функционирования. Для однозначности понимания данных целей необходимо изучить определения понятий «стабильный» и «устойчивый». Все словари определяют понятие «стабильный» через понятие «устойчивый», добавляя различные уточняющие синонимы, такие как: неизменный, прочный, утвердившийся на определенном уровне, постоянный, не изменяющийся. От латинского *stabilis* – «устойчивый», словари дают и понятие «стабилизация», определяемое как само состояние устойчивости, постоянства либо приведение в устойчивое состояние, поддержание постоянства, упрочение.

Таким образом, при изучении определений понятий «стабильный» и «устойчивый» становится очевидным, что основными ориентирами деятельности, к которым стремится субъект управления при постановке соответствующих стратегических целей, является ее «постоянный, утвердившийся на определенном уровне, неизменный» характер. Однако в современных условиях, характеризующихся повышенной изменчивостью, такой фокус стратегического внимания далеко не всегда является конкурентным преимуществом в обеспечении планомерного развития и выживаемости в долгосрочной перспективе, а чаще даже наоборот. Тогда встает вопрос, какие же долгосрочные ориентиры и цели предпочесть, и стоит ли отказываться от их «устойчивости».

Изучение понятия «устойчивость» на английском языке показывает, что оно имеет как минимум три различных варианта перевода со своей спецификой употребления:

- 1) *неизменность* – stability;
- 2) *постоянство* – steadiness;
- 3) *невосприимчивость к воздействиям* – insensitivity, immunity, resistance [1, с. 611].

В русскоязычные словари попали две составляющие данного понятия, но проигнорирована третья, на наш взгляд, самая важная для современных условий функционирования и обеспечения долгосрочной выживаемости как каждого субъекта хозяйствования в отдельности, так и целых стран и регионов, а именно «невосприимчивость к воздействиям», которые хорошо известны нам в области биологии и медицины как «иммунитет» и «резистентность», но упускаемые из виду финансовой наукой.

Иммунитет представляет собой невосприимчивость, сопротивляемость, способность организма защищать собственную целостность и биологическую индивидуальность. Резистентность же определяется как «способность сопротивляться какому-либо воздействию (синоним «сопротивляемость»)» [2]. На наш взгляд, для употребления в финансовой науке стоит предпочесть именно термин «резистентность», поскольку перевод слов «сопротивление» и «сопротивляемость» на английский язык происходит посредством слов *resistance* и *resist* [1, с. 552]. Необ-

ходимо отметить, что сопротивляемость и стойкость к воздействию в контексте резистентности подразумевает возникновение устойчивости и невосприимчивости не только за счет оказания противодействия, но и путем адаптации и приспособления к воздействующим факторам. В медицине широко используется термин «адаптационный синдром», который представляет собой «совокупность защитных реакций организма (преимущественно эндокринной системы) человека или животного при стрессе», в котором «различают стадии тревоги (мобилизация защитных сил), резистентности (приспособление к трудной ситуации), истощения (при сильном и длительном стрессе может закончиться смертью)» [3, с. 18].

«Адаптация» и «адаптированный» практически всеми словарями определяется через синоним «приспособление» и «приспособленный», что закономерно, поскольку «приноровить, приспособлять» переводится на английский как *adapt*. Только «адаптация социальная» определяется без термина «приспособление» как «процесс взаимодействия личности или социальной группы со *средой социальной*; включает усвоение норм и ценностей среды в процессе *социализации*, а также изменение, преобразование среды в соответствии с новыми условиями и целями деятельности» [3, с. 18]. Мы можем не только подстраиваться под среду и различные условия, но и подстраивать их в ряде случаев под себя, реализуя право выбирать из имеющихся возможностей те, которые больше подходят именно этой системе.

Возвращаясь непосредственно к адаптации, необходимо определить понятие «приспособиться», которое означает «научиться согласовывать, соизмерять свои действия, поступки и т. п. с кем-, чем-нибудь; приобрести способность действовать, существовать в каких-л. особых или изменившихся условиях; приобрести навык, умение, способность делать что-л.» [4, с. 442]. Философский энциклопедический словарь дает не только определение, которое ограничивает факторы воздействия только внешней средой («приспособление, адаптация – изменение живого существа под воздействием внешней среды и результат этого изменения» [5, с. 364]), но и классификацию видов приспособления: *непосредственное* вызвано воздействием условий существования; *косвенное* означает приспособление к условиям путем уничтожения или сохранения в процессе отбора; *функциональное* возникает, если изменения жизнедеятельности организма способствуют изменению форм существования; *коррелятивное* предполагает обоюдное приспособление двух различных организмов друг к другу, *пассивное* подразумевает, что изменения в организме происходят без его участия; *активное*, наоборот, означает, что приспособление имеет место благодаря деятельности организма; *активистское* возникает, если среда изменяется под воздействием субъекта в целях его приспособления. Данная классификация практически в полной мере может быть применена и для адаптации в рамках финансовой резистентности, поскольку субъекты хозяйствования, страны и регионы необходимо рассматривать как целостные системы, представляющие по сути своей живые организмы, у которых есть свои ключевые цели функционирования и свойства, определяющие в совокупности их стойкость, сопротивляемость и возможности адаптации.

Однако основным классическим акцентом в стратегическом управлении по-прежнему является устойчивость как постоянство, а не устойчивость как сопротивляемость и адаптивность. Данным характеристикам не уделяется должное внимание, поскольку такой подход требует анализа не только внутренней среды субъекта хозяйствования, но и внешних условий его функционирования, являющихся труднопредсказуемыми в периоды турбулентности. Но именно в эти периоды повышение сопротивляемости и адаптивности организации приобретает наибольшую актуальность.

Для того чтобы определить все грани понятия «резистентность» необходимо помимо адаптации и приспособления изучить определения стойкости (невосприимчивости) к воздействиям, сопротивления и сопротивляемости, противодействия, а также прочности, поскольку англо-русский словарь дает перевод термина *resistant* как «стойкий, прочный».

«Стойкость» представляет собой «свойство элементов и материалов выполнять свои функции и сохранять свои параметры в пределах установленных норм (синонимы выносливость, сопротивляемость)» [6]. А выносливость – это «способность переносить нагрузки и неблагоприятные условия, выполнять работу и т. п. в течение длительного времени» [7], что является отличной характеристикой системы, ориентированной на долгосрочное развитие в рамках построения оптимальной стратегии. При этом «выносливый» является одной из составляющих понятия «прочный», определяемого как «крепкий, с трудом поддающийся разрушению, порче; надежный, устойчивый; сильный, выносливый» [4, с. 545].

Понятие «сопротивляемость» определяется словарями как способность сопротивляться или степень сопротивления. А вот глагол «сопротивляться» имеет нюансы: «противодейство-

вать натиску, нападению, воздействию кого-чего-нибудь» [8, с. 611]; «оказывать противодействие внешнему физическому воздействию» [9, с. 200]. На наш взгляд, последнее определение чрезмерно сужает сферу оказания сопротивления за счет сведения воздействия исключительно к «внешнему физическому», поскольку и воздействие может быть не только физическим, и факторы воздействия могут быть не только внешними. При этом определение существительного «сопротивление» в данном источнике уже не содержит данные ограничения.

Таким образом, обосновано, что наряду с понятиями «финансовой стабильности» и «финансовой устойчивости» необходимо выделить понятие «финансовой резистентности» как синонимичной альтернативы, делающей упор не на устойчивость как постоянство, которое предпочтительнее для статичных систем, а на устойчивость как сопротивляемость и адаптивность (базирующиеся на прочности и выносливости), которые являются бесспорным преимуществом при функционировании в динамически развивающихся системах. Поэтому в современных условиях хозяйствования акцент в стратегическом управлении, на наш взгляд, следует перенести на финансовую резистентность.

В условиях быстро меняющейся экономической среды и нестабильности мировых финансовых рынков стратегия обеспечения финансовой резистентности становится особенно важной. Она способствует увеличению доверия со стороны инвесторов, заинтересованных сторон, банков, рейтинговых агентств и других финансовых учреждений и создает благоприятную и надежную платформу для инвестиций, кредитования и экономического развития. Стратегия обеспечения финансовой резистентности также имеет важное значение для повышения уровня жизни и благосостояния населения. Устойчивая финансовая ситуация способствует росту экономики, созданию рабочих мест, стабильности потребительского спроса и развитию социальных программ.

Список использованной литературы

1. **Кузнецов, Б. В.** Русско-английский словарь научно-технической лексики. Ок. 30 000 слов и словосочетаний / Б. В. Кузнецов. – М. : Рус. яз., 1986. – 656 с.
2. **Резистентность** [Электронный ресурс] // Викисловарь. – Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/резистентность>. – Дата доступа: 06.03.2024.
3. **Большой энциклопедический словарь** / гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : БРЭ, 1998. – 1456 с.
4. **Словарь русского языка** : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М. : Рус. яз., 1981. – Т. 3: П–Р. – 752 с.
5. **Философский энциклопедический словарь**. – М. : Инфра-М, 2002. – 576 с.
6. **Стойкость** [Электронный ресурс] // Викисловарь. – Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/стойкость>. – Дата доступа: 06.03.2024.
7. **Выносливость** [Электронный ресурс] // Викисловарь. – Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/выносливость>. – Дата доступа: 06.03.2024.
8. **Ожегов, С. И.** Словарь русского языка: около 60 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов ; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – М. : Оникс, 2008. – 1328 с.
9. **Словарь русского языка** : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М. : Рус. яз., 1981. – Т. 4: С–Я. – 800 с.

ПОСТУЛАТЫ АУДИТА: АНАЛИЗ И ОЦЕНКА

В статье рассмотрены основные постулаты аудита, предложенные Р. К. Маутц и Х. А. Шараф, дополненные Т. Ли и Дж. К. Робертсон, а также модернизированные Я. В. Соколовым в 1993 г. Проведен их анализ и оценка, которые позволили сделать вывод о том, что необходимо рассматривать существующие постулаты и определять новые.

The article examines the basic postulates of audit proposed by R. K. Mautz and H. A. Sharaf, supplemented by T. Lee and J. K. Robertson, and modernized by Ya. V. Sokolov in 1993. Their analysis and assessment were carried out, which allowed us to conclude that it is necessary to consider existing postulates and define new ones.

Ключевые слова: аудит; постулаты; противоречия; анализ; оценка; независимый аудитор; финансовая отчетность.

Key words: audit; postulates; contradictions; analysis; assessment; independent auditor; financial statements.

Актуальность исследования проблемы толкования некоторых отправных постулатов теории аудита базируется на необходимости доказательства возможности их реализации в практической деятельности отечественных аудиторов постсоциалистических стран. Теоретико-методологические и практические проблемы аудита как специфического института рыночной экономики, объективность зарождения которого обусловлена изменением отношений собственности и разделением интересов собственников капитала и тех, кто управляет этим капиталом, исследовались в научных трудах многих ученых стран постсоветского пространства, дальнего и ближнего зарубежья, таких как Г. Н. Давыдов, Н. Т. Белуха, В. П. Бондарь, Н. Ц. Дорош, В. С. Рудницкий, Е. А. Петрик, Д. Адамс, Е. А. Аренс, Р. К. Маутц, Х. А. Шараф, Т. Ли, Дж. Робертсон, Ю. А. Данилевский, А. Д. Шеремет, Я. В. Соколов и др.

Непременным условием дальнейшего успешного развития аудиторской деятельности в любой стране является формирование и поддержание доверия делового сообщества и общества в целом к результатам оказания аудиторских услуг. Аудит является важным инструментом для обеспечения прозрачности и достоверности финансовой отчетности компаний.

Для успешного проведения аудита необходимо не только соблюдать постулаты, но и уметь анализировать и оценивать их эффективность. Аудитор должен постоянно совершенствовать свои навыки и знания, чтобы эффективно применять постулаты в своей работе.

Впервые на проблему создания теоретико-методологических основ аудита обратили внимание в 1961 г. американские ученые Р. К. Маутц и Х. А. Шараф в своем труде «Философия аудита», которые предложили восемь основных постулатов, представленных на рисунке ниже.

Набор постулатов, представленный на рисунке, позволяет выстроить техническую и юридическую структуру аудита.

Вопросами дополнения и усовершенствования постулатов аудита занимались Т. Ли в 1982 г. и Дж. К. Робертсон в 1985 г., а в 1993 г. профессор Я. В. Соколов предпринял попытку модернизировать существующие ранее постулаты аудита. Однако проблема остается неисчерпаемой. Все это свидетельствует о необходимости дальнейшего поиска возможности совершенствования постулатов аудита.

Анализ и оценка сложившихся подходов к формированию комплекса постулатов ученых предшественников позволяет сосредоточиться на противоречии восприятия учеными второго и третьего постулата в редакции Дж. К. Робертсона. По его мнению, постулаты аудита необходимо определить следующим образом:

1. Финансовые отчеты и информацию можно проверить.
2. Всегда существует вероятность столкновения интересов аудитора и руководителей проверяемого предприятия.
3. Удовлетворительная структура внутреннего контроля уменьшает вероятность нарушений и ошибок.

Постулаты аудита



Примечание – Источник [1].

4. Последовательное соблюдение GAAP приводит к точному отражению финансового положения и результатов операций.

5. Если отсутствуют четкие доказательства противоположного, то информация для проверяемого предприятия правильна в прошлом, будет правильной и в будущем.

6. Проверяя финансовую информацию в целях составления независимого заключения о ней, аудитор действует только как аудитор.

7. Профессиональный статус независимого аудитора налагивает на него соответствующие обязательства [2].

По мнению его сторонников последовательное содержание данных постулатов сводилось к следующему:

– всегда существует вероятность столкновения интересов аудитора и руководителей предприятия, которая проверяется;

– удовлетворительная структура внутреннего контроля снижает вероятность нарушения ошибок [3].

Относительно второго постулата Р. К. Маутца и Х. А. Шарафа, то одни авторы подчеркивают то, что в его основе «лежит идея вечной доброты и не испорченность человеческой природы». При этом отмечают, что в ряде случаев этот постулат допускает исключение, однако вероятность такой ситуации невелика [4]. Иные исследователи обращают внимание на то, что приведенный постулат свидетельствует о необходимости прилежного поведения администрации, поскольку без сотрудничества с ней аудит практически невозможен. По их мнению, постулат, с одной стороны, создает некоторые условия для доверительного отношения к администрации, а с другой – требует скептицизма при реализации аудиторских процедур относительно утверждений со стороны администрации клиента [5].

Некоторые ученые утверждают, что «третий постулат Р. К. Маутца и Х. А. Шарафа не совсем актуален». Финансовая отчетность содержит разнообразные искажения, в том числе обусловленные случаями преступлений администрации и персонала предприятия [3].

Достаточно критические замечания относительно приведенных выше постулатов аудита выражают отечественные и российские ученые. Их общий вывод сводится к тому, что особенности развития аудита в постсоциалистических странах не позволяет однозначно применять постулаты такого содержания. В связи с этим отдельные из них, в частности Я. В. Соколов, предлагают собственную систему постулатов аудита:

1. Отчетность должна быть проверена.
2. Непроверенный отчет не заслуживает доверия.
3. Каждая последующая проверка может снизить ценность предыдущих и всегда менее информативна.
4. Отчет составлен неверно.
5. Мнение аудитора зависит от его интересов.
6. Никто не свободен от ошибочных выводов.
7. Интересы администрации фирмы-клиента, его собственников и кредиторов не должны совпадать.
8. Чем больше внутренних конфликтов у фирмы-клиента, тем надежнее ее отчетность.
9. Чем меньше внутренних конфликтов у фирмы-клиента, тем менее надежна ее отчетность.
10. Каждый вывод аудитора должен иметь определенную степень убедительности [2].

Главный итог рассуждений ученого сводится к тому, что «конфликт интересов всех субъектов, которые являются участниками хозяйственного процесса, служат гарантией объективных данных, приведенных в учете» [6].

Необходимо отметить, что сущность такого конфликта и его закономерности ученые не раскрывают. В силу этого методологические подходы относительно определения предложенных постулатов аудита остаются вне внимания. Анализ существующих противоречий в толковании постулатов аудита, проведенный в фундаментальном научном исследовании профессором Г. М. Давыдовым [2], подтвердил, что согласование их сущности и закономерностей невозможно без исследования природы противоречий и конфликтов в сфере аудиторской деятельности. Именно в таком аспекте пытались определить содержание приведенных выше постулатов аудита Р. К. Маутц, Х. А. Шараф, Дж. К. Робертсон и др. Они обращали внимание на существование конфликтов, однако их диалектическую сущность не исследовали.

Некоторые аудиторы считают, что представленные постулаты аудита, предложенные Я. В. Соколовым, в отличие от Р. К. Маутца и Х. А. Шарафа, которые построены на положительных утверждениях, содержат кроме положительных и отрицательные выводы. В связи с этим указанные авторы «рекомендуют учитывать, что аудиту также присущ конфликт интересов, который может проявиться в несоответствии интересов аудитора и клиента, а также в существовании ограничений, связанных с необходимостью соблюдения принципов независимости и нейтральности». Но при этом они указывают на то, что конфликт интересов обязательно должен находить свое отображение в постулатах аудита [6].

Исходя из теории Р. К. Маутца и Х. А. Шарафа, вначале они также пришли к выводу, что конфликт аудитора и руководства неизбежен. Впоследствии, когда социальное противоречие в сфере аудиторской деятельности приобрело более очевидное и убедительное содержание, Дж. К. Робертсон уточнил, что всегда существует вероятность столкновения интересов аудитора и руководителей проверяемого предприятия.

Некоторые ученые считают, что заключение Дж. К. Робертсона абсолютно противоположно утверждению Р. К. Маутца и Х. А. Шарафа, при этом признают, что конфликт интересов аудитора и администрации всегда следует учитывать. Тем самым учитывают наличие противоречия в сфере аудиторской деятельности [3].

На самом деле указанные постулаты аудита не являются абсолютно противоположными друг другу. Они характеризуют разные аспекты аудита как социального противоречия и вследствие этого дополняют друг друга. Р. К. Маутц и Х. А. Шараф считают, что для аудита как социального противоречия возникновение конфликтного состояния неизбежно. В свою очередь, Дж. К. Робертсон настаивает на том, что всегда существует вероятность возникновения конфликтного состояния в аудите как социальном противоречии.

На основании критического анализа перечня и содержания постулатов аудита, которые выделяются ведущими учеными, и требований профессора Г. М. Давыдова предложено следующее содержание второго и третьего постулата:

– аудитор должен быть готовым к конфликтам и осуществлять меры по предупреждению их негативных последствий;

– аудитор не отвечает за не выявление искажений, обусловленных сговором и тщательно скрывааемых, если во время проверки не было выявлено ничего, что свидетельствовало об их наличии, и были сделаны всевозможные меры для их выявления.

Таким образом, именно с позиции противоречивости (как основного философского принципа) и как проявление логической составной теории аудита целиком логично рассматривать существующие постулаты аудита и определять новые.

Анализ постулатов аудита позволяет выявить возможные уязвимости или недочеты в процессе проверки финансовой отчетности. Оценка же позволяет определить, насколько успешно аудитор соблюдает постулаты и какие улучшения могут быть внесены для повышения качества аудиторской работы.

В целом, постулаты аудита играют важную роль в обеспечении надежности и достоверности финансовой отчетности организации. Правильный анализ и оценка постулатов позволяют аудиторам эффективно выполнять свою работу и способствуют доверию к результатам проведенной проверки.

Список использованной литературы

1. **Адамс, Р.** Основы аудита / Р. Адамс. – М. : Аудит : ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
2. **Давыдов, Г. М.** Аудит: теория и практика : моногр. / Г. М. Давыдов. – Кировоград : Умска – ЛТД, 2006. – 324 с.
3. **Гончарук, Д. А.** Аудит / Д. А. Гончарук, В. С. Рудницкий. – Киев : Знание, 2007. – 443 с.
4. **Аренс, А.** Аудит / А. Аренс, Дж. Лоббек. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 558 с.
5. **Бычкова, С. М.** Аудит : учеб. пособие / С. М. Бычкова, Е. Ю. Итыгилова ; под ред. Я. В. Соколова. – М. : Магистр, 2009. – 463 с.
6. **Юдина, Г. А.** Основы аудита : учеб. пособие / Г. А. Юдина, М. Н. Черных. – М. : КноРус, 2009. – 340 с.

АНАЛИЗ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

В статье изложены методические подходы к анализу платежеспособности организации на основе оценки ее денежных потоков. Рассмотрены алгоритмы расчета чистого денежного потока косвенным способом, что позволяет установить зависимость между денежными потоками, активами и источниками их формирования.

In this article outlines methodological approaches to analyzing the solvency of an organization based on an assessment of the organization's cash flows. Algorithms for calculating net cash flows indirectly are considered, which makes it possible to establish the relationship between assets and the sources of their formation.

Ключевые слова: денежные средства; денежные потоки; платежеспособность; анализ; чистый денежный поток; отчет о движении денежных средств.

Key words: cash; cash flows; solvency; analysis; net cash flows; cash flows statement.

Платежеспособность организации – это не только результат определенного равновесия активов и источников их финансирования, но и результат сбалансированности денежных потоков. Достаточность притока денежных средств для удовлетворения платежей субъекта хозяйствования обеспечивает своевременное их погашение, способствует недопущению образования просроченных долговых обязательств.

В процессе движения активов и источников их финансирования формируются и расходуются денежные средства, т. е. возникают денежные потоки, представляющие собой не разовые поступления и платежи, а непрерывный процесс движения денежных средств в форме их поступления и расходования. Следовательно, поток денежных средств можно рассматривать как процесс превращения ресурсов организации в денежные средства, а также как поступление и расходование денежных средств за определенный период.

Под денежным потоком понимают «совокупность распределенных по отдельным интервалам рассматриваемого периода времени поступлений и выплат денежных средств, генерируемых хозяйственной деятельностью, движение которых связано с факторами времени, риска и ликвидности» [1, с. 29].

Методика анализа денежных потоков основана на применении отчета о движении денежных средств, в котором сгруппирована информация об их наличии и движении, обобщаемая на счетах по учету денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.

На основании отчета о движении денежных средств в процессе изучения платежеспособности организации необходимо изучить динамику, состав и структуру источников поступления и выбытия денежных средств. При этом обращают внимание на те статьи, которые формируют наибольший приток и отток денежных средств. Знание конкретных источников поступления и направлений расходования денежных средств является полезным при оценке структуры денежных потоков с позиции их стабильности, т. е. возможности повторения в будущем.

Особое внимание уделяется изучению динамики поступления денежных средств от текущей деятельности, так как приток денежных средств по этой деятельности является основным стабильным источником покрытия возникающей потребности в денежных ресурсах организации. Основным элементом притока денежных средств являются поступления от покупателей продукции и товаров, заказчиков работ и услуг. Поэтому важно установить его удельный вес как в общей сумме притока денежных средств организации, так и по текущей деятельности.

В процессе анализа состава и динамики положительного денежного потока особое внимание уделяется изучению соотношения привлечения денежных средств за счет внутренних и внешних источников, выявлению степени зависимости организации от внешних поступлений. От соотношения внутренних и внешних источников поступления денежных средств зависит также и оценка кредитоспособности организации, так как уровень риска возврата суммы долга

и процентов по нему должен быть обеспечен за счет внутренней основной деятельности, а не за счет покрытия одних обязательств в результате возникновения новых.

При изучении структуры оттока денежных средств определяют вид деятельности, который сопряжен с наибольшим оттоком денежных средств. О повышении качества отрицательного денежного потока свидетельствует увеличение оттока денежных средств по финансовой и инвестиционной деятельности организации. Это означает, что денежных средств, поступающих на счета организации, достаточно не только для удовлетворения платежей по текущей деятельности, но и для расширения инвестиционной и финансовой деятельности организации. Однако данный вывод следует делать только в том случае, если у организации отсутствует просроченная кредиторская задолженность.

В ходе оценки динамики денежных потоков важно сопоставить темпы роста положительного и отрицательного денежных потоков. Если темп роста притока денежных средств опережает темп роста их оттока, то чистый денежный поток будет иметь позитивную тенденцию наращивания. И наоборот, если темп роста поступления денежных средств отстает от темпа роста их выбытия, то данная ситуация может привести к дефициту денежных средств, снижению возможностей развития организации и даже к ее банкротству.

На основе изучения денежных потоков оценивают платежеспособность организации. С этой целью определяют показатели, представленные в таблице.

Методика расчета и экономическое содержание показателей платежеспособности организации

Наименование показателя	Методика расчета	Экономическая интерпретация
Коэффициент сбалансированности денежных потоков	Отношение поступления денежных средств к их выбытию	Характеризует сумму притока денежных средств на один рубль их оттока. Чем ближе данный коэффициент к единице, тем выше обеспечена сбалансированность денежных потоков за период
Коэффициент покрытия отрицательного денежного потока	Отношение суммы остатка денежных средств на начало периода и их поступления за период к сумме выбытия денежных средств	Характеризует сумму притока денежных средств и их остатка на начало периода на один рубль их оттока
Коэффициент достаточности поступления денежных средств от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг для обеспечения платежей	Отношение поступления денежных средств от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг, к сумме выбытия денежных средств	Характеризует доленое участие поступления денежных средств от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг в обеспечении платежей организации. Данный коэффициент может быть рассчитан как в целом по организации, так и по текущей деятельности. Это позволяет оценить достаточность поступления денежных средств от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг для обеспечения платежей по текущей деятельности (или долю платежей организации, погашаемых за счет внутренних источников притока денежных средств)

К показателям платежеспособности отнесены коэффициенты, которые характеризуют способность субъекта хозяйствования рассчитаться по своим платежам за счет поступления денежных средств на счета организации и поддержания определенного уровня их запаса. В связи с этим платежеспособность рассматривается не столько на начало или конец отчетного периода, сколько с точки зрения накопления денежных ресурсов для выполнения своих обязательств, т. е. речь идет о платежеспособности во времени, что позволяет выявить «жизнеспособность» организации. Идеальным считается вариант, когда полученный результат по данным показателям равен единице или превышает ее, что свидетельствует о том, что потребность денежных средств обеспечивается их поступлением и остатком на начало периода. В этом случае организация получает конкурентные преимущества, необходимые для текущего и перспективного развития.

Данные показатели могут быть дополнены коэффициентами, раскрывающими достаточность денежных средств, поступающих за счет внутренних источников (от покупателей продукции и товаров, заказчиков работ и услуг, а также прочих активов) для покрытия всей суммы платежей, в том числе первоочередных (на выплату заработной платы, отчислений в ФСЗН, погашение банковских кредитов). Данные показатели раскрывают способность организации за счет собственных денежных средств рассчитаться по своим обязательствам.

Анализ сбалансированности денежных потоков проводят в неразрывной связи с изучением состава, динамики и качества кредиторской задолженности. Денежные потоки являются сбалансированными, когда у организации нет просроченной кредиторской задолженности, а ее наличие свидетельствует о том, что поступивших денежных средств было недостаточно, чтобы своевременно обеспечить погашение кредиторской задолженности.

Сбалансированность денежных потоков зависит от ритмичности и равномерности реализации продукции, товаров, работ, услуг; платежеспособности покупателей и клиентов организации; грамотной организации расчетно-платежной дисциплины, применяемых форм расчетов, качества претензионной работы; наличия или отсутствия просроченной дебиторской задолженности.

При этом чистый денежный поток следует рассматривать как форму экономического эффекта, генерируемого денежными потоками организации.

И. А. Бланк отмечает, что «чистый денежный поток является важнейшим результатом хозяйственной деятельности, во многом определяющим финансовое равновесие и темпы возрастания его рыночной стоимости» [1, с. 121].

Методика расчета чистого денежного потока основана на формуле балансовой увязки показателей движения денежных средств (1):

$$O_n + П = O_k + B, \quad (1)$$

где O_n – остатки денежных средств на начало отчетного периода;

O_k – остатки денежных средств на конец отчетного периода;

$П$ – поступление денежных средств;

B – выбытие денежных средств.

Тогда чистый денежный поток можно рассчитать по формуле (2):

$$ЧДП = O_k - O_n = П - B, \quad (2)$$

где $ЧДП$ – чистый денежный поток.

Из формулы (2) видно, что чистый денежный поток можно определить, как разность между поступлением и выбытием денежных средств (прямым способом по данным отчета о движении денежных средств), а также как разность между остатками денежных средств на конец и начало отчетного периода (косвенным способом по данным бухгалтерского баланса).

Алгоритм расчета чистого денежного потока косвенным способом основан на балансовом уравнении, в котором остатки денежных средств являются составным элементом активов организации, что можно представить формулой (3):

$$ДА + З + ДЗ + ДС + КФВ = СК + ДО + КО, \quad (3)$$

где $ДА$ – долгосрочные активы;

$З$ – запасы;

$ДЗ$ – дебиторская задолженность;

$ДС$ – денежные средства и их эквиваленты;

$КФВ$ – краткосрочные финансовые вложения;

$СК$ – собственный капитал;

$ДО$ – долгосрочные обязательства;

$КО$ – краткосрочные обязательства.

На основании формулы (3) чистый денежный поток можно определить как разность между приростом собственного капитала и обязательствами и приростом активов (4):

$$ЧДП = (\Delta СК + \Delta ДО + \Delta КО) - (\Delta ДА + \Delta З + \Delta ДЗ + \Delta КФВ). \quad (4)$$

Если выразить $\Delta СК = ЧП + \Delta СК_{np}$, а $\Delta ДА = \Delta ДА_n - \Delta А_m$, то получим следующую преобразованную формулу (5) расчета чистого денежного потока:

$$\text{ЧДП} = (\text{ЧП} + \Delta\text{СК}_{np} + \Delta A_m + \Delta\text{ДО} + \Delta\text{КО}) - (\Delta\text{ДА}_n + \Delta\text{З} + \Delta\text{ДЗ} + \Delta\text{КФВ}), \quad (5)$$

где ЧП – чистая прибыль отчетного периода;

$\Delta\text{СК}_{np}$ – прирост собственного капитала за счет прочих факторов (кроме чистой прибыли);

$\Delta\text{ДА}$ – прирост долгосрочных активов по остаточной стоимости;

$\Delta\text{ДА}_n$ – прирост долгосрочных активов по первоначальной стоимости;

ΔA_m – прирост амортизации.

Следовательно, операции по увеличению собственного капитала и обязательств связаны с притоком денежных средств в деятельность организации, а операции по вложению их в активы определяют их отток. В данных формулах мы рассмотрели ситуацию, связанную с повышением остатков активов и источников их финансирования. При обратной ситуации, если неденежные активы снижаются, то происходит приток денежных средств, и наоборот, если сокращаются источники финансирования, то это приводит к оттоку денежных средств.

Из общего чистого денежного потока можно выделить чистый денежный поток от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности по формулам (6–8):

$$\text{ЧДП}_{тек} = (\text{ЧП} - \text{П}_{инв} - \text{П}_{фин}) + (\Delta\text{СК}_{np} + \Delta\text{КЗ} + \Delta A_m) - (\Delta\text{З} + \Delta\text{ДЗ}); \quad (6)$$

$$\text{ЧДП}_{инв} = \text{П}_{инв} - \Delta A_n; \quad (7)$$

$$\text{ЧДП}_{фин} = \text{П}_{фин} - \Delta\text{КФВ} + \Delta\text{КК}, \quad (8)$$

где $\text{ЧДП}_{тек}$ – чистый денежный поток по текущей деятельности;

$\text{ЧДП}_{инв}$ – чистый денежный поток по инвестиционной деятельности;

$\text{ЧДП}_{фин}$ – чистый денежный поток по финансовой деятельности;

$\text{П}_{инв}$ – прибыль по инвестиционной деятельности;

$\text{П}_{фин}$ – прибыль по финансовой деятельности;

$\Delta\text{КЗ}$ – прирост кредиторской задолженности;

$\Delta\text{КК}$ – прирост кредитов и займов.

Однако при выделении в составе чистой прибыли финансовых результатов по инвестиционной и финансовой деятельности следует показать их в «очищенном» виде (за минусом налогов и сборов из прибыли), так как только после уплаты налогов их можно рассматривать как составные элементы чистой прибыли организации.

Кроме этого, считаем, что чистый денежный поток можно представить через изменение элементов краткосрочных активов и источников их формирования в виде формул (9–10):

$$\text{З} + \Delta\text{З} + \Delta\text{С} + \Delta\text{КФВ} = \text{СОС} + \Delta\text{КЗ} + \Delta\text{К}_к; \quad (9)$$

$$\text{ЧДП} = (\Delta\text{СОС} + \Delta\text{КЗ} + \Delta\text{К}_к) - (\Delta\text{З} + \Delta\text{ДЗ} + \Delta\text{КФВ}), \quad (10)$$

где СОС – собственные оборотные средства;

$\text{К}_к$ – краткосрочные кредиты и займы.

Содержание вышерассмотренных формул подтверждает зависимость денежных потоков от состава, соотношения и изменения активов, собственного капитала и обязательств организации.

Таким образом, рост чистого денежного потока может быть достигнут как за счет увеличения собственного капитала и обязательств, так и за счет сокращения активов. Однако уменьшение активов организации (кроме неиспользуемых в предпринимательской деятельности) может привести к падению объемов деятельности и, в конечном счете, сокращению ее прибыли, а увеличение объемов кредиторской задолженности и краткосрочных банковских кредитов потребует оттока денежных средств в будущем. Поэтому основными резервами повышения притока денежных средств являются: ускорение оборачиваемости составных элементов краткосрочных активов, которые в процессе полного цикла их кругооборота последовательно трансформируются из материальной формы в денежную; рост собственных оборотных средств вследствие повышения реинвестированной прибыли.

Список использованной литературы

1. **Бланк, И. А.** Управление денежными потоками / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр : Эльга, 2002. – 736 с.

А. Б. Тресницкий (tab2009@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Н. А. Качан (kashan359@yandex.ru),
ст. преподаватель

В. Д. Литвинов (tab2009@mail.ru),
магистрант
Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

Эффективное управление экономическим субъектом напрямую зависит от точности и своевременности анализа финансовых показателей. С этой целью целесообразно использовать показатели, содержащиеся в бухгалтерской (финансовой) отчетности, дающие возможность более глубоко оценить эффективность финансового положения и результатов деятельности предприятия. Для получения достоверных данных необходимо постоянно совершенствовать методику формирования показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Effective management of an economic entity directly depends on the accuracy and timeliness of the analysis of financial indicators. For this purpose, it is advisable to use the indicators contained in the accounting (financial) statements, which make it possible to more deeply assess the effectiveness of the financial position and results of the enterprise's activities. To obtain reliable data, it is necessary to constantly improve the methodology for forming accounting (financial) statements.

Ключевые слова: методика; совершенствование; бухгалтерская (финансовая) отчетность; российские стандарты бухгалтерского учета (РСБУ); международные стандарты финансовой отчетности (МСФО); бухгалтерский баланс; отчет о финансовых результатах; EBITDA; EBIT.

Key words: methodology; improvement; accounting (financial) reporting; Russian accounting standards (RAS); international financial reporting standards (IFRS); balance sheet; financial performance report; EBITDA; EBIT.

Эффективность привлечения инвестиций российскими экономическими субъектами в значительной мере определяется уровнем осведомленности как иностранных, так и российских инвесторов о текущей экономической ситуации и условиях функционирования бизнеса в России. Это прежде всего касается законодательства в сфере бухгалтерского учета и отчетности. В современных условиях отечественные организации составляют и представляют бухгалтерскую (финансовую) отчетность в соответствии с нормами, предусмотренными отечественными стандартами бухгалтерского учета (РСБУ). Сближение в настоящее время отечественного порядка составления бухгалтерской (финансовой) отчетности в России с международным, принятым в странах с рыночной экономикой, является актуальной проблемой развития в сфере бухгалтерского учета [1].

В скором времени наряду с российской отчетностью экономические субъекты будут составлять и представлять финансовую отчетность в соответствии с требованиями международных стандартов (МСФО).

Значимым событием в реформировании отечественной системы бухгалтерского учета стало принятие ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» [2]. Применение указанного стандарта предполагается начать при составлении отчетности за 2025 г. Указанный стандарт ориентирован прежде всего на повышение качества бухгалтерской отчетности и более прозрачное отражение финансового состояния организаций.

ФСБУ 4/2023 содержит актуальные изменения и требования деловой среды, повышает прозрачность и надежность финансовой информации, а также способствует повышению прозрачности, достоверности и надежности финансовых данных экономических субъектов [2]. Помимо этого применение нового стандарта по бухгалтерскому учету позволит отечественным организациям адаптироваться к новым условиям и требованиям, таким как цифровизация, международные стандарты, а также изменения в действующих на сегодняшний день законодательных и подзаконных актах, регулирующих ведение бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности. Внедрение в стадию составления и представления бухгалтерской (финансовой) отчетности ФСБУ 4/2023 позволит обеспечить более эффективное использование бухгалтерской (финансовой) отчетности в решении важнейших задач, с которыми сталкиваются руководители российских компаний [2].

На наш взгляд, следует осуществить совершенствование существующих форм бухгалтерской (финансовой) отчетности с тем, чтобы приблизить их к Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО). Особенно это актуально в свете издания множества ФСБУ, которые базируются на принципах и правилах Международных стандартов финансовой отчетности, введенных в целях последовательного перевода учета отдельных объектов на международные рельсы.

Так, например, в соответствии с новым стандартом IFRS 18 «Представление и раскрытие в финансовых отчетах» (Presentation and Disclosure in Financial Statements), выпущенным советом по МСФО в 2024 г., который призван заменить стандарт IAS 1 «Представление финансовой отчетности» (Presentation of Financial Statements), действующий более двух десятилетий. В обновленных требованиях к Отчету о финансовых результатах доходы и расходы следует группировать по видам деятельности аналогично тому, как происходит в Отчете о движении денежных средств, т. е. разделив на операционную, финансовую и инвестиционную. Такая группировка поможет отследить не только способность того или иного вида деятельности генерировать денежные потоки, но и отслеживать его эффективность, что с учетом возможности сопоставимости данных будет весьма полезно пользователям бухгалтерской информации.

Помимо этого, в Отчете о финансовом положении (Бухгалтерском балансе) должен быть приведен обязательный минимум статей [3].

Отметим, что даже в обновленной форме Бухгалтерского баланса в национальных стандартах отсутствует много статей, которые составляют обязательный минимум такой формы финансовой отчетности, как Отчет о финансовом положении согласно МСФО.

Сложность формирования показателей предложенного Бухгалтерского баланса обусловлена прежде всего недостаточностью, а порой даже полным отсутствием информации об объектах учета, которые представлены в виде балансовых статей. Российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ) зачастую даже не установлены правила и порядок организации и ведения бухгалтерского учета для некоторых объектов учета [1]. Оттого внедрение обновленной формы Бухгалтерского баланса в практическую деятельность экономических субъектов может занять значительное количество времени.

При этом формировать показатели обновленной формы Бухгалтерского баланса придется наряду с балансом, форма которого утверждена Приказом Минфина России от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 19.04.2019 г.) «О формах бухгалтерской отчетности организаций», так как именно такая форма отчета представляется организациями в органы государственной власти [4]. Важно подчеркнуть, что процесс формирования показателей для предлагаемого Бухгалтерского баланса является достаточно сложным, трудоемким и затратным. В то же время его внедрение в практическую деятельность указанной формы отчетности приведет к эффективному результату – росту инвестиций в экономический субъект.

Наряду с упомянутой выше формой бухгалтерской отчетности целесообразно, на наш взгляд, модифицировать еще одну форму, такую как Отчет о финансовых результатах. Прежде всего в данную форму целесообразно включить данные, необходимые иностранным пользователям – потенциальным инвесторам и управленцам.

Для пользователей-управленцев, особенно иностранных, являются полезными, а можно сказать и основополагающими в принятии решений, иные виды прибыли, нежели те, к которым привыкли мы. К таковым относятся: маржинальная прибыль, коммерческая прибыль, EBITDA и EBIT. Зачастую и решения об инвестициях принимаются на их основе.

Составление отчета по принятой в нашей стране методике не представляет особого труда, так как определение показателей обусловлено методикой формирования финансового результата на счетах бухгалтерского учета.

Чтобы определить предлагаемые для включения в отчет нами показатели, необходимо будет также несколько изменить и методику учета затрат, так как для расчета маржинальной прибыли и коммерческой прибыли требуется разделение себестоимости на переменную часть затрат и постоянные расходы, а это весьма непросто. Сделать это следует путем выделения отдельных аналитических счетов к счетам учета затрат. Расчет EBITDA и EBIT не потребует существенной перестройки учетной системы, поскольку показатели, необходимые для ее расчета, легко формируются в бухгалтерском учете.

Привычная для России методика определения чистой прибыли и техника составления Отчета о финансовых результатах близка по смыслу и к МСФО и американским стандартам GAAP.

Однако данный отчет, на наш взгляд, не в полной мере информационно наполнен данными, необходимыми для определения маржинальной, коммерческой прибыли, и данными об эффективности деятельности управленческого персонала. Тогда как такая информация была бы полезна разным группам пользователей отчетности.

Раскрытие маржинальной прибыли и показателей, на основе которых она рассчитывается в отчете, поможет пользователям определить наиболее выгодное соотношение между переменными и постоянными затратами, ценой и объемом продаж. Представляет интерес и раскрытие маржинальной прибыли по каждому виду деятельности, поскольку она выражает долю этого вида деятельности в покрытии постоянных расходов и достижении прибыли. Также такая информация будет полезна для проведения CVP-анализа.

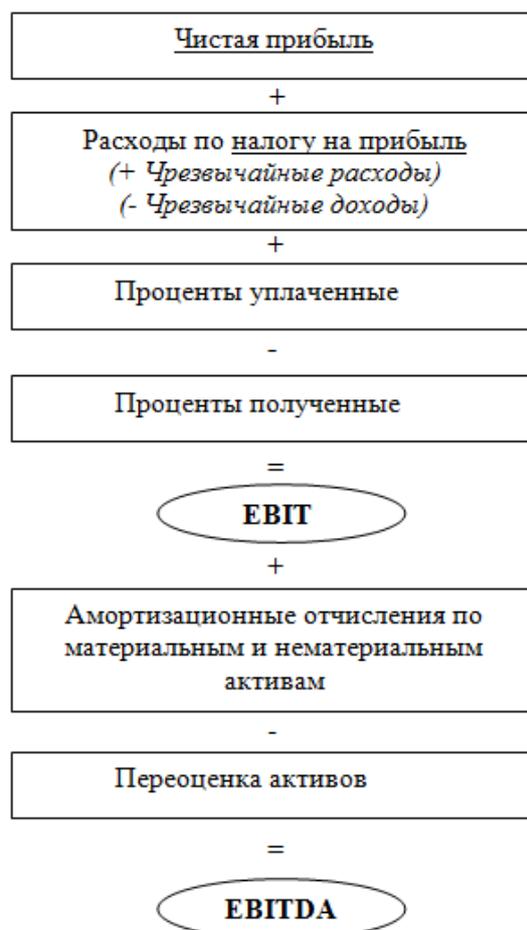
Информация о таких показателях, как EBIT и EBITDA, используется руководителями высшего звена, а также инвесторами при сопоставлении с отраслевыми аналогами, что позволяет оценить эффективность деятельности компании независимо от ее задолженности перед различными кредиторами и государственными органами, а также от способа начисления амортизации.

EBITDA (сокр. от англ. Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – аналитический показатель, соответствующий величине прибыли до вычета расходов по уплате налогов, процентов и сумм амортизационных начислений.

Данный показатель рассчитывается на основании данных, представленных в финансовой отчетности компании. Использование EBITDA оправдано при оценке прибыльности основного направления деятельности экономического субъекта.

Показатель EBITDA можно рассчитать с использованием формулы, представленной на рисунке ниже.

Формула расчета показателя EBITDA



Необходимо отметить, что хотя показатель EBITDA ни в одном из действующих в настоящее время стандартов бухгалтерского учета не упомянут, тем не менее, он довольно широко применяется в качестве инструментария для анализа деятельности экономических субъектов.

По сути, EBITDA является альтернативным показателем эффективности деятельности, на который могут ориентироваться определенные пользователи финансовой отчетности при принятии решения ввиду полезности данной информации. Определенным неудобством в случае с альтернативными показателями эффективности является сложность их сопоставимости, поскольку каждое предприятие имеет возможность модифицировать порядок их исчисления. Новый IFRS 18 «Представление и раскрытие в финансовых отчетах» призван повысить прозрачность использования показателей EBIT и EBITDA, обязав предприятия, применяющие МСФО, раскрывать в пояснениях порядок их расчета.

В Международных стандартах финансовой отчетности (IFRS), равно как и в правилах ведения бухгалтерского учета США (US GAAP), прямого запрета на применение показателя EBITDA не содержится, который мог бы противоречить основным принципам бухгалтерского учета, однако на практике указанный коэффициент используется довольно часто.

На основании данных, нашедших свое отражение в финансовой отчетности, сформированной в соответствии с правилами РСБУ, показатель EBITDA вычислить довольно сложно в виду того, что в национальных стандартах учета не отражаются соответствующие данные для расчета. В этой связи с целью простоты определения EBITDA необходимо усовершенствовать форму отчетности о финансовых результатах.

Таким образом, постоянное совершенствование методики формирования финансовых показателей бухгалтерской отчетности становится для экономических субъектов необходимым условием для достижения более высоких результатов в управлении компанией и обеспечения ее финансовой устойчивости, а также конкурентоспособности в стремительно меняющемся деловом мире.

Список использованной литературы

1. **Особенности** бухгалтерской (финансовой) отчетности на современном этапе: анализ проблем и перспективы совершенствования / А. Б. Тресницкий [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 7. – С. 1312–1315.

2. **Об утверждении** Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России, 4 окт. 2023 г., № 157н // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

3. **Международный** стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 г. № 217н) (ред. от 13.12.2023 г.) // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

4. **О формах** бухгалтерской отчетности организаций [Электронный ресурс] : приказ Минфина России, 2 июля 2010 г., № 66н (ред. от 19.04.2019 г.) // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

В оценочной деятельности оценщикам приходится сталкиваться с оценкой рыночной стоимости земельных участков. При определении рыночной стоимости оценщику необходимо рассмотреть классификацию объектов оценки. Особое место в оценке земельных участков занимают участки сельскохозяйственного назначения. В статье подробно приводится классификация земельных участков сельскохозяйственного назначения, которая может быть полезна практикующим оценщикам в своей деятельности.

In the appraisal activity, appraisers have to deal with the assessment of the market value of land plots. When determining the market value, the appraiser needs to consider the classification of valuation objects. A special place in the assessment of land plots is occupied by agricultural land. The article provides a detailed classification of agricultural land plots, which may be useful for practicing appraisers in their activities.

Ключевые слова: земельные участки; рынок земельных участков; активный рынок; неактивный рынок.

Key words: land plots; land market; active market; inactive market.

Любой земельный участок характеризуется принадлежностью к определенной категории и имеет установленный вид использования. Согласно Земельному кодексу Российской Федерации (ст. 7) [1] все земли делятся на семь категорий, определяющих вид целевого назначения земли, а именно:

- 1) земли сельскохозяйственного назначения (для выращивания сельскохозяйственной продукции, животноводства и т. п.);
- 2) земли населенных пунктов (городов, деревень, сел и т. д.);
- 3) земли промышленности, энергетики, транспорта, связи и т. д.;
- 4) земли особо охраняемых территорий и объектов;
- 5) земли лесного фонда;
- 6) земли водного фонда;
- 7) земли запаса.

Пожалуй, ни в одном другом сегменте рынка не наблюдается таких разбросов цен, как на рынке земельных участков сельскохозяйственного назначения, что объясняется особенностями правового режима этой категории земель и наличием возможности альтернативного использования, дефицитом информации по экспонируемым объектам и специфическими характеристиками, обуславливающими ценность сельскохозяйственных угодий (почвенным плодородием, агроклиматическими условиями, удаленностью от рынков сбыта и т. д.).

Согласно Приказу Росреестра от 10 дек. 2020 г. № П/0412 «Об утверждении классификатора видов разрешенного использования земельных участков» к землям под сельскохозяйственное использование относятся:

1. *Растениеводство*. Содержание данного вида разрешенного использования включает в себя:

– осуществление сельскохозяйственной деятельности на угодьях, связанной с выращиванием зерновых, бобовых, кормовых, технических, масличных, эфиромасличных и прочих сельскохозяйственных культур;

– проведение хозяйственных работ на сельскохозяйственных угодьях, касающихся производства картофеля, листовых, плодовых, луковичных и бахчевых культур, включая использование тепличных комплексов;

– ведение хозяйственной деятельности, также на сельскохозяйственных угодьях, связанной с культивацией чая, а также лекарственных и декоративных растений;

– осуществление хозяйственной деятельности, включая работу на сельскохозяйственных участках, которая включает в себя культивирование многолетних фруктовых и ягодных растений, а также винограда и других многолетников;

– проведение хозяйственной деятельности, в том числе на сельхозугодьях, связанной с культивированием льна и конопли.

2. *Животноводство*. Содержание данного вида разрешенного использования включает в себя:

– ведение хозяйственной деятельности, включая работу на сельскохозяйственных угодьях, связанную с разведением сельскохозяйственных животных (крупного рогатого скота, овец, коз, лошадей, верблюдов, оленей); сенокошение, выпас животных, производство кормов, а также размещение зданий и сооружений для содержания и разведения сельскохозяйственных животных; разведение племенных животных и производство племенной продукции (материала);

– ведение хозяйственной деятельности, связанной с разведением ценных пушных зверей в неволе; размещение зданий и сооружений для содержания и разведения животных, а также производство, хранение и первичная переработка продукции; разведение племенных животных и производство племенной продукции (материала);

– ведение хозяйственной деятельности, связанной с разведением домашних пород птиц, включая водоплавающих; размещение зданий и сооружений для содержания и разведения животных, а также для производства, хранения и первичной переработки продукции птицеводства; разведение племенных животных и производство племенной продукции (материала);

– ведение хозяйственной деятельности, связанной с разведением свиней; размещение зданий и сооружений для содержания и разведения животных, а также для производства, хранения и первичной переработки продукции; разведение племенных животных и производство племенной продукции (материала);

– размещение зданий и сооружений для производства, хранения, первичной и глубокой переработки сельскохозяйственной продукции;

– кошение трав, сбор и заготовка сена;

– выпас сельскохозяйственных животных.

3. *Пчеловодство*. Данный тип разрешенной деятельности включает в себя ведение хозяйственной работы, в том числе на сельскохозяйственных землях, связанной с разведением, содержанием и использованием пчел, а также других полезных насекомых. Это подразумевает установку ульев и различных сооружений, а также оборудования, необходимого для пчеловодства и разведения других полезных насекомых. Также предполагается размещение объектов, предназначенных для хранения и первичной переработки продукции, получаемой в процессе пчеловодства.

4. *Рыбоводство*. Данный тип разрешенной деятельности включает в себя проведение хозяйственных операций, связанных с разведением и (или) содержанием, а также выращиванием объектов рыбоводства (аквакультуры). Кроме того, это предполагает установку зданий, сооружений и оборудования, необходимых для ведения рыбоводства (аквакультуры).

5. *Научное обеспечение сельского хозяйства*. Суть данного типа разрешенной деятельности включает проведение научных исследований и селекционных работ, а также занятия агрономией с целью получения значимых с научной стороны образцов флоры и фауны. Кроме того, допустимо создание коллекций генетических ресурсов растений.

6. *Ведение личного подсобного хозяйства на полевых участках*. Суть данного типа разрешенного использования заключается в производстве сельскохозяйственной продукции, при этом строительство капитальных объектов не разрешено.

7. *Питомники*. Данная категория разрешенного использования включает в себя культивирование и продажу молодых деревьев и кустарников, применяемых в агрономии, а также других сельскохозяйственных растений, предназначенных для получения рассады и семян. Также сюда входит размещение объектов, необходимых для указанных форм сельскохозяйственной деятельности.

8. *Обеспечение сельскохозяйственного производства*. Содержание данного типа разрешенной деятельности включает в себя расположение машинно-транспортных и ремонтных баз, ангаров и гаражей для техники сельского хозяйства, складов, водонапорных сооружений, трансформаторных подстанций, а также другого технического оборудования, предназначенного для сельскохозяйственных нужд [2].

В своей практике каждому оценщику приходится сталкиваться с оценкой земельных участков, которые относятся к землям сельскохозяйственного назначения.

Характеристики рынка, в частности различные корректирующие коэффициенты и некоторые прочие корректировки, используемые в расчетах, зависят от активности соответствующего сегмента рынка. Они принимают различные значения от ликвидности того сегмента рынка, к которому относится оцениваемый объект. Поэтому указанные коэффициенты для различных по уровню активности сегментов рынка следует устанавливать отдельно. С этой целью необходимо разделить характеристики, относящиеся к активному и неактивному рынкам.

Под активным понимается такой рынок, который характеризуется высоким уровнем торговой активности, небольшим разбросом цен на подобные объекты недвижимости, присутствием на рынке достаточного количества продавцов и покупателей, конкуренцией и достаточно большим объемом совершаемых сделок. Активный рынок включает ликвидные объекты, характеризующиеся большим спросом, прежде всего объекты жилой, офисной и торговой недвижимости, расположенные в больших городах, объекты производственной и складской недвижимости, находящиеся в крупных промышленных центрах, земельные участки в зонах отдыха и другие объекты, пользующиеся большим спросом.

Под неактивным понимается рынок, который характеризуется низким уровнем торговой активности, большим разбросом цен на подобные объекты недвижимости, ограниченным количеством продавцов и редкими сделками. Неактивный рынок включает объекты, не пользующиеся спросом, прежде всего коммерческие объекты, находящиеся в отдаленных районах и небольших населенных пунктах. Сюда могут быть отнесены крупнейшие и дорогостоящие имущественные комплексы, а также объекты недвижимости, характеризующиеся крайне ограниченным количеством потенциальных покупателей [3].

Следует отметить, что разделение на активные и неактивные рынки достаточно условное. Не существует какой-либо четкой границы между рынком, который является активным, и неактивным рынком. Однако существуют качественные признаки и выраженные в виде чисел индикаторы, которые позволяют отнести соответствующий сегмент к активному или неактивному рынку.

Для определения активности рынка, к которому относится объект оценки, оценщик должен выполнить анализ рынка и установить объемы спроса и предложения, разброс цен на объекты недвижимости и т. д. Только после адекватного анализа рыночной информации оценщик может принять решение относительно того, к какому рынку следует отнести оцениваемый объект.

Список использованной литературы

1. **Земельный** кодекс Российской Федерации, 25 окт. 2001 г., № 136-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
2. **Об утверждении** классификатора видов разрешенного использования земельных участков : приказ Росреестра, 10 дек. 2020 г., № П/0412 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
3. **Справочник** оценщика недвижимости – 2016 : в 4 т. / Л. А. Лейфер. – Изд. 3-е, актуализир. и расшир. – Нижний Новгород : Информ-Оценка, 2016. – Т. 3: Земельные участки. – 351 с.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПРИЗНАКОВ КОРПОРАЦИИ

В статье представлена совокупность основных признаков корпорации, основой объединения которой являются критерии. Характеристика представленных признаков дает возможность глубже понять внутреннюю структуру корпорации, особенности ее функционирования и взаимодействия с внешней средой.

The article presents a set of the main characteristics of a corporation, the basis of which is the criteria. The characteristics of the presented characteristics make it possible to better understand the internal structure of the corporation, the features of its functioning and interaction with the external environment.

Ключевые слова: корпорация; критерии; характеристика; совокупность; правовой признак; экономический признак; организационный признак; социальный признак.

Key words: corporation; criteria; characteristics; set; legal characteristic; economic characteristic; organizational characteristic; social characteristic.

Отсутствие четкого определения понятия «корпорация» на законодательном уровне приводит к созданию двойных стандартов и правовым коллизиям, что создает сложности для правоприменителей. На практике данный термин используется как в унитарных предприятиях, так и в государственных, что полностью не соответствует общепринятой корпоративной структуре. Поэтому актуальным является определение и систематизация основных признаков корпорации, позволяющих четко отличить их от других хозяйствующих субъектов, понять внутреннюю структуру и особенность ее функционирования с учетом взаимодействия с внешней средой.

До 2014 г. определение понятия «корпорация» встречалось в Федеральном законе «О некоммерческих организациях» [1] в контексте определения правового статуса «государственной корпорации». С изменением гл. 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) «корпоративными юридическими лицами (корпорациями) являются коммерческие или некоммерческие организации, учредители (участники) которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган» [2]. В связи с этим «возникла ситуация, когда в ГК РФ дана дефиниция, которой противоречат федеральные законы и указы Президента Российской Федерации и многие другие подзаконные акты» [3, с. 96], поэтому не вызывает сомнения, что необходима «стандартизация и унификация используемой терминологии» [4, с. 15].

На сегодняшний день большинство ученых и практиков выделяют общепринятые признаки корпорации, которые нашли отражение в ГК РФ. Однако следует заметить, что среди мнений специалистов наблюдается и неоднозначность в подходах. Так, «одни специалисты считают, что корпорация должна быть четко определена с юридической точки зрения, чтобы обеспечить правовую ясность и защиту интересов участников. Другие исследователи акцентируют внимание на экономических и организационных признаках, таких как структура капитала и управление, третьи – на социальных и этических аспектах, подчеркивая роль корпораций в обществе и их социальную ответственность» [5, с. 369].

На наш взгляд, основные признаки корпорации (правовые, экономические, организационные и социальные) целесообразно представить в виде совокупности, основой объединения которой выступают критерии (рисунок).

Итак, первый признак корпорации – правовой, который играет ключевую роль в ее функционировании. Корпорация, будучи самостоятельным юридическим лицом, обеспечивает своим участникам ограниченную ответственность, непрерывность существования и возможность участия в управлении через членство и голосование. Данный признак включает:

1. Юридическое лицо. Корпорация является самостоятельным юридическим лицом, имеющим свои права и обязанности, закрепленные в уставных документах, т. е. корпорация может от своего имени заключать договоры, приобретать и отчуждать имущество, быть истцом и ответчиком в суде.

2. Членство. В корпорации существует членство, которое предоставляет ее участникам (акционерам, пайщикам) определенные права, включая участие в управлении организацией и получение части прибыли в виде дивидендов. Членство в корпорации также может включать право на получение информации о деятельности корпорации и участие в общих собраниях.

Совокупность признаков корпорации



Примечание – Источник: составлено автором.

3. Ограниченная ответственность. Одной из ключевых характеристик корпорации является ограниченная ответственность ее участников. Это означает, что акционеры несут ответственность по обязательствам корпорации только в пределах своих вкладов в ее уставной капитал, не рискуя личным имуществом.

4. Непрерывное существование. Корпорация обладает непрерывным существованием, т. е. ее деятельность не зависит от изменения состава участников или руководства. Корпорация продолжает свое существование даже в случае смены акционеров, руководителей или смерти одного из участников.

5. Участие членов в принятии корпоративных решений. Члены корпорации (акционеры) участвуют в принятии корпоративных решений посредством голосования на общих собраниях акционеров. Важнейшие решения, такие как выбор совета директоров, утверждение годовых отчетов, распределение прибыли и внесение изменений в устав, принимаются совместно.

Второй признак корпорации – экономический, включающий уставный (складочный) капитал, распределение прибыли через дивиденды, строгую финансовую отчетность, обязательный аудит и возможность привлечения инвестиций. Эти характеристики формируют финансовую основу и обеспечивают эффективное функционирование корпорации. Экономический признак включает:

1. Уставный (складочный) капитал. Корпорация формируется на основе уставного (складского) капитала, паевого фонда, разделенного на определенное число акций (долей, паев). Этот капитал служит финансовой основой для деятельности корпорации и используется для финансирования ее операций, инвестиционных проектов и обеспечения стабильности.

2. Прибыль и дивиденды. Основной целью корпорации является получение прибыли, которую она может распределять между своими участниками. Условия и порядок распределения прибыли определяются конкретной организационно-правовой формой. Размер и порядок выплаты дивидендов определяются в уставе корпорации и зависят от ее финансовых результатов.

3. Строгая финансовая отчетность. Корпорации обязаны вести строгую финансовую отчетность, которая обеспечивает прозрачность их деятельности и позволяет акционерам, инвесторам и регулирующим органам получать достоверную информацию о финансовом состоянии корпорации.

4. Обязательный аудит. В большинстве юрисдикций корпорации подлежат обязательному аудиту финансовых отчетов. Аудиторы проверяют достоверность и соответствие финансовой отчетности законодательству и стандартам. Это помогает выявить возможные ошибки, нарушения или мошенничество и повышает доверие к финансовым данным корпорации.

5. Привлечение инвестиций. Корпорации имеют возможность привлекать инвестиции через выпуск акций, облигаций и других финансовых инструментов. Привлечение капитала позволяет корпорации расширять свою деятельность, реализовывать новые проекты и улучшать финансовые показатели. Инвестиции могут поступать от частных инвесторов, инвестиционных фондов, банков и других организаций.

Третий признак корпорации связан с ее организационной структурой и внутренним управлением. Эти организационные аспекты определяют, как корпорация функционирует, управляется и контролируется. Организационные признаки корпорации, такие как сложная организационная структура, общее собрание участников, внутренняя политика и система внутреннего финансового контроля, играют важную роль в ее управлении и функционировании. В основные организационные признаки корпорации входит:

1. Сложная организационная структура. Корпорации имеют многослойную организационную структуру, которая обычно включает различные уровни управления и административные подразделения. Эта структура может включать советы директоров, исполнительные комитеты, управленческие группы, департаменты и подразделения, что позволяет эффективно распределить функции и ответственность.

2. Общее собрание участников. Одним из ключевых элементов организационного управления в корпорации является общее собрание участников. Это собрание является высшим органом, принимающим важнейшие решения о деятельности корпорации, включая выбор совета директоров, утверждение годовых отчетов, распределение прибыли и изменения в уставе. Общие собрания обеспечивают участие членов в управлении корпорацией и принятии стратегических решений.

3. Внутренняя политика. Корпорации разрабатывают и внедряют внутренние политики, которые регулируют различные аспекты их деятельности, включая управление персоналом, финансовые операции, корпоративную этику и соблюдение законодательства. Внутренняя политика помогает обеспечить согласованность в действиях и принятии решений, а также поддерживает корпоративные цели и ценности.

4. Система внутреннего финансового контроля. Корпорации внедряют системы внутреннего финансового контроля для обеспечения точности и достоверности финансовой отчетности, предотвращения мошенничества и соблюдения законодательных требований. Эта система включает в себя процедуры и методы контроля за финансовыми транзакциями, аудит и регулярные проверки. Эффективная система внутреннего контроля помогает предотвратить финансовые ошибки и нарушения, а также повысить доверие инвесторов и других заинтересованных сторон.

Четвертый признак корпорации связан с ее социальной ответственностью и взаимодействием с внешними и внутренними заинтересованными сторонами. Социальные аспекты подчеркивают роль корпорации не только как экономического и юридического субъекта, но и как социального института, влияющего на общество и окружающую среду. Социальные признаки корпорации, такие как корпоративная социальная ответственность, взаимодействие с заинтересованными сторонами и корпоративная культура, играют ключевую роль в ее интеграции в общество и поддержке устойчивого развития. Эти аспекты подчеркивают важность социального вклада корпорации и ее ответственности перед обществом. К социальным признакам корпорации относятся:

1. Корпоративная социальная ответственность (КСО). Корпоративная социальная ответственность является важным элементом современной корпорации. КСО включает добровольные инициативы корпорации по улучшению социального, экономического и экологического

благополучия. Это может включать программы по поддержке местных сообществ, благотворительность, экологическую устойчивость, улучшение условий труда сотрудников и соблюдение прав человека.

2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Корпорации активно взаимодействуют с различными заинтересованными сторонами, включая членов, сотрудников, клиентов, поставщиков, местные сообщества и государственные органы. Взаимодействие с заинтересованными сторонами направлено на удовлетворение их интересов и ожиданий, что способствует устойчивому развитию и улучшению репутации корпорации. Диалог и сотрудничество с внешними и внутренними партнерами помогают корпорации адаптироваться к изменениям и минимизировать риски.

3. Корпоративная культура. Корпоративная культура включает ценности, нормы и правила, определяющие поведение и взаимодействие сотрудников внутри организации. Корпоративная культура влияет на мотивацию, производительность и лояльность сотрудников, а также на общую атмосферу в корпорации. Формирование и поддержание сильной корпоративной культуры способствует достижению стратегических целей корпорации и повышает ее конкурентоспособность.

Таким образом, представленная детальная характеристика признаков корпорации дает возможность глубже понять внутреннюю ее структуру, особенности функционирования и взаимодействия с внешней средой.

Список использованной литературы

1. **О некоммерческих организациях** [Электронный ресурс] : Федер. закон, 12 янв. 1996 г., № 7-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

2. **О внесении изменений** в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федер. закон, 5 мая 2014 г. № 99-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

3. **Козырева, А. Б.** Основные подходы к пониманию корпорации / А. Б. Козырева // Ленинград. юрид. журн. – 2015. – С. 93–103.

4. **Исаков, В. Б.** Подготовка и принятие законов в правовом государстве: российские проблемы и решения / В. Б. Исаков // Рос. юстиция. – 1997. – № 7. – С. 13–15.

5. **Шухман, М. Э.** Основные признаки корпорации / М. Э. Шухман // Вестн. Алтайской акад. экономики и права. – 2024. – № 8-2. – С. 368–372.

VIII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК И ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УДК 334.735

А. Н. Аксенов (anaks57@tut.by),

канд. ист. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СИСТЕМА ЗАГОТОВОК БЕЛОРУССКОЙ ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ ПОСЛЕВОЕННОГО ПЕРИОДА (1943–1991 гг.)

Автор статьи анализирует основные направления работы Белкоопсоюза и кооперативных организаций республики по возрождению и развитию системы заготовок потребительской кооперации в БССР в послевоенный период.

The author of the article analyzes the main directions of the work of the Belcoopsoyuz and cooperative organizations of the republic on the post-war revival and development of the procurement system of consumer cooperation in the BSSR in the post-war period.

Ключевые слова: потребительская кооперация; заготовительная деятельность; партийное руководство; Белкоопсоюз; райзаготконтора; райзаготкооппром; сельпо.

Key words: consumer cooperation; procurement activities; party leadership; Soviet era; Belcoopsoyuz; rayzagotkонтора; rayzagotcoopпром; selпо.

Отсчет начала процесса послевоенного возрождения заготовительной деятельности в системе потребкооперации Белоруссии можно вести с декабря 1943 г., с момента возвращения на территорию республики в освобожденный Гомель Правления Белкоопсоюза, прибывшего из Москвы.

Перед кооператорами еще не полностью освобожденной от немецко-фашистских войск республики стояла непростая задача: заново создать уничтоженную в годы войны материально-техническую базу системы потребкооперации, в том числе и заготовок, подготовить кадры заготовителей, возродить заготовительную деятельность, наладить переработку части заготовленной продукции. Эту проблему предстояло решать в условиях нехватки финансовых средств, ограниченных ресурсов строительных материалов и оборудования, отсутствия опытных кадров. Следует признать, что усугубляла ситуацию и отрицательно сказывалась на восстановительных работах имевшая место еще с довоенного периода недооценка сталинским руководством роли потребкооперации в обществе, использовавшиеся командно-административные методы управления ею, политика ограничений в развитии личных подсобных хозяйств колхозников, являвшихся важнейшим источником продукции для системы коопзаготовок. Кооператоры работали под жестким контролем партийных органов правившей в стране ВКП(б) – КПСС. Выполнение партийных решений было обязательным для кооперативных организаций всех уровней, от Центросоюза СССР до низового кооперативного звена – потребительского общества. Вместе со всем народом кооператоры были участниками коммунистического строительства, осуществляли «перестройку», выполняли «продовольственную программу», ликвидировали последствия катастрофы на Чернобыльской АЭС. На всех этапах послевоенной советской истории кооператоры-заготовители были их активными участниками.

В основном довоенный уровень в заготовках потребкооперации Белоруссии был достигнут к концу 50-х гг. Уже в 1958 г. план заготовительного оборота был выполнен кооператорами БССР на 104,5% [1]. Сверх плана было заготовлено продукции и сырья на 37,4 млн р. [2].

Важной вехой в деятельности кооператоров-заготовителей стала экономическая реформа середины 60-х гг. Решения мартовского (1965 г.) пленума ЦК КПСС, направленные на расши-

рение сельскохозяйственного производства, укрепление колхозов и совхозов, рост реальных доходов сельских тружеников, благоприятно сказались на работе заготовительной сферы. Особое значение имели повышение закупочных цен на сельхозпродукцию, ликвидация неоправданных ограничений в ведении колхозниками личного хозяйства. Новым толчком к расширению заготовок послужили решения сентябрьского (1965 г.) пленума ЦК КПСС, создавшие условия для перехода потребительской кооперации на новые условия планирования и оценки хозяйственной деятельности, способствовавшие расширению хозрасчетных отношений, дававшие большой прирост инициативе хозяйственных руководителей кооперативных организаций. Потребкооперация БССР завершила переход на новые условия хозяйствования в 1968 г. Райзаготконторы получили право самостоятельно, исходя из хозяйственной целесообразности, утверждать план по всем показателям, кроме плана прибыли и оборота в заготовках [3].

Однако следует подчеркнуть, что парткомы и руководство кооперативов, в силу объективных и субъективных причин, не проявили настойчивости и последовательности в реализации этой реформы, что привело в начале 70-х гг. к фактическому отказу от нововведений и возвращению к прежним методам ведения заготовок. Усугубилось положение в заготовках потребкооперации БССР еще и тем, что к середине 60-х гг., в результате непродуманной хозяйственной политики, предусматривающей изъятие средств у непосредственного изготовителя сельскохозяйственной продукции и сырья – сельских потреббществ и их передачу в райзаготконторы, значение сельпо как основного звена в системе кооперативных заготовок было подорвано.

В 1964 г. из 11,4 млн р. прибыли от заготовок в сельпо осталось только 3,7 млн р. [4, с. 10–13]. Серьезные нарушения принципов экономической заинтересованности низовых звеньев кооперативных организаций в развитии и расширении заготовок привели к тому, что сельпо многих районов перестали участвовать в заготовках. Наметилась тенденция к сокращению доли прибыли, идущей на развитие материально-технической базы заготовок. В 1959–1964 гг. на ее развитие в системе Белкоопсоюза было направлено лишь 6,4% от общего объема капитальных вложений. Слабым был экономический анализ заготовительной деятельности. Отсутствовали специалисты-организаторы заготовок дикорастущих и сырья. ЦК КПБ, парткомы на местах, определявшие тогда стратегию развития потребительской кооперации, не дали своевременной оценки этой негативной ситуации, не вели поиска выхода из нее.

Политика в отношении заготовок в 60-е гг. в значительной мере предопределила нынешнее их состояние. В 70-х – первой половине 80-х гг. существенных мер по улучшению работы заготовительной сферы, в том числе и потребкооперации, не предпринималось.

В планах белорусских кооператоров второй половины 1980-х гг. в заготовительной сфере предполагалось усиление кооперационных связей в рамках АПК, куда входила и система Белкоопсоюза. В том числе, планировалось наладить более оперативную, с расширением ассортимента перечня, закупку сельхозпродукции как в общественных хозяйствах, так и в личном подворье населения. Обращалось внимание на совершенствование технологии заготовительных процессов на всех уровнях кооперативного хозяйства, сокращение звенности товародвижения, пополнение материально-технической базы заготовительной отрасли современным оборудованием, осуществление перестройки структуры управления, поиск новых форм заготовительных организаций и предприятий.

XXVII съезд КПСС, определяя задачи потребительской кооперации в условиях перестройки, особое место уделил вопросу расширения заготовок. Выполнение поставленных задач было возможно только на пути кардинальной перестройки системы заготовок, создания современного заготовительно-перерабатывающего комплекса. Эта работа была начата после VI собрания Совета Центросоюза (1987 г.), принявшего решение о превращении потреббществ в основное заготовительное звено, о тесном соединении заготовки и простейшей переработки сельскохозяйственного и дикорастущего сырья [5]. Повсеместно в районах началось создание райкоопзаготпромов, а на селе – селькоопзаготпромов, вокруг которых планировалось организовать деятельность сети небольших кооперативов граждан по закупке и переработке сельхозпродукции. В целом по БССР до конца XII пятилетки намечалось создать селькоопзаготпромы в каждом потребительском обществе, а в XIII пятилетке – в каждом хозяйстве республики. Перед партийными организациями тогда еще правящей Компартии ставилась задача избежать формализма в этой работе, не допустить простой замены вывески РЗК на новую – райкоопзаготпром.

В новых условиях хозяйствования перед заготовительной отраслью потребкооперации были поставлены задачи по ускорению механизации ручного труда, сокращению потерь заготовленной сельхозпродукции, использованию ресурсосберегающих технологий. Ожидалось бо-

лее эффективное функционирование всей цепочки заготовительной деятельности, включавшей закупку сельхозпродукции, ее транспортировку, приемку, доработку, хранение, частичную переработку и последующую реализацию. За годы двенадцатой пятилетки (1991–1995 гг.) в БССР намечалось ввести в действие холодильного оборудования на 4 тыс. т единовременного хранения, а к 2000 г. – еще на 8 тыс. т. Планировалось за пятилетку построить хранилищ для картофеля, овощей и фруктов на 33 тыс. т, а к 2000 г. – еще на 27 тыс. т. К началу 21 в. обеспеченность холодильным оборудованием должна была составить 84,6%, а хранилищами – 100%. В двенадцатой пятилетке, с целью расширения заготовительной сети и совершенствования работы заготовительной сферы потребкооперации Беларуси, предусматривалось открыть 1155 универсальных приемо-заготовительных пунктов, чем в 2,4 раза снизить численность личных подсобных хозяйств, приходящихся на один приемо-заготовительный пункт кооператоров. Это должно было решить важную задачу – приблизить заготпункты к сдатчикам и эффективнее осваивать имевшиеся ресурсы сельхозпродуктов и дикорастущего сырья [6, с. 134–135].

В рамках комплексной модернизации заготовительной отрасли кооперативного хозяйства БССР на конец 1980-х – 1990-х гг. предполагалось создавать приемозаготовительные пункты модульного типа, где имелись бы цеха по переработке мяса, быстрой заморозке плодов и овощей, скотоубойные пункты с колбасными цехами, овощехранилища с участками по квашению капусты, солению огурцов и помидоров, мочению яблок, а также – современные грибоварочные пункты. Местом их деятельности должны были стать регионы массовых заготовок и закупок. Вся перечисленная деятельность в сфере заготовок предполагала продолжение курса Белкопсоюза на комплексную рационализацию кооперативного хозяйства.

Анализ послевоенного периода в развитии заготовительной сферы белорусской потребительской кооперации позволяет сделать некоторые выводы. Во-первых, заготовительный комплекс Белкопсоюза в послевоенный период не только был восстановлен, но и продолжил динамично развиваться. Положение в системе заготовок оказывало существенное влияние на финансово-экономическое состояние республиканской потребкооперации. Во-вторых, ряд негативных явлений советской эпохи, связанных с категоричным неприятием рыночной модели экономического развития, значительными ограничениями свободы хозяйственной деятельности, ограниченными возможностями изучения и внедрения передового зарубежного опыта, не позволил в полной мере реализовать имевшийся потенциал заготовок кооперативных организаций и предприятий. В-третьих, не обошлось без ошибок и просчетов в руководстве заготовительной деятельностью потребкооперации как со стороны партийных органов, так и руководящих работников системы потребкооперации. Важно также учитывать, что практически все решения о стратегических направлениях развития кооперативного хозяйства принимались не на национальном уровне, т. е. не в белорусской республике, а на уровне Центросоюза СССР. Учет специфики, например, заготовительной деятельности в условиях Белоруссии при этом мог либо игнорироваться, либо отступать на второй план. В-четвертых, многие современные проблемы функционирования системы заготовок Белкопсоюза своими корнями уходят в советскую эпоху, там берут свое начало. Следует отметить, что в условиях независимого государства для кооператоров Беларуси открываются большие возможности по более полному использованию потенциала заготовительно-перерабатывающего комплекса системы Белкопсоюза, на что многократно обращал внимание Глава государства А. Лукашенко, выступая перед кооператорами страны [7].

Список использованной литературы

1. **О задачах** потребительской кооперации по выполнению решений XXI съезда КПСС и контрольных цифрах развития потребительской кооперации БССР на 1959–1965 гг.: материалы I собрания Совета Белкопсоюза // НА РБ. – Ф. 332. Оп. 6. Д. 82. Л. 36.
2. Там же. Л. 37.
3. **Советская** потребительская кооперация. – 1969. – № 2. – С. 6.
4. **Яковенко В.** Насущные проблемы заготовок / В. Яковенко // Совет. потребит. кооп. – 1966. – № 6.
5. **Материалы VI** собрания Совета Центросоюза // Совет. потребит. кооп. – 1988. – № 1.
6. **Потребительская** кооперация Белорусской ССР / Г. З. Грищенко [и др.]. – Минск : Ураджай, 1989. – 143 с.
7. **Александр** Лукашенко принял участие в общем собрании представителей членов Белорусского республиканского союза потребительских обществ // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2021/october/66638/>. – Дата доступа: 28.09.2024.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И БИЗНЕС-АЛЬЯНСЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассматривается роль образовательных и бизнес-альянсов как эффективных инструментов стратегии импортозамещения в сфере потребительской кооперации. Проанализированы основные направления деятельности этих альянсов, включая подготовку квалифицированных кадров, совместные научные исследования, проекты по разработке и внедрению инновационных технологий, а также маркетинг и сбыт продукции. Приведены примеры успешных альянсов, реализованных в России и Беларуси, иллюстрирующие практическую значимость таких форм сотрудничества. Определены основные проблемы и вызовы, связанные с реализацией совместных проектов, такие как недостаток финансирования, организационные трудности и социальные барьеры. Рассмотрены перспективы развития образовательных и бизнес-альянсов, включая стратегические направления модернизации, государственную поддержку и социальные инициативы. Выводы подчеркивают важность кооперации между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями для достижения целей импортозамещения и обеспечения устойчивого развития отечественного производства.

The article examines the role of educational and business alliances as effective tools for the import substitution strategy in the consumer cooperation sector. It analyzes the main areas of activity for these alliances, including the training of qualified personnel, joint scientific research, projects for the development and implementation of innovative technologies, as well as marketing and distribution of products. Examples of successful alliances implemented in Russia and Belarus are provided, illustrating the practical significance of such forms of collaboration. The article identifies key problems and challenges related to the implementation of joint projects, such as lack of funding, organizational difficulties, and social barriers. The prospects for the development of educational and business alliances are discussed, including strategic modernization directions, government support, and social initiatives. The conclusions highlight the importance of cooperation between educational institutions, cooperatives, and private companies for achieving import substitution goals and ensuring sustainable development of domestic production.

Ключевые слова: образовательные альянсы; бизнес-альянсы; импортозамещение; потребительская кооперация; инновационные технологии; устойчивое развитие; модернизация; организационные проблемы; социальные барьеры; партнерство в кооперации.

Key words: educational alliances; business alliances; import substitution; consumer cooperation; innovative technologies; sustainable development; modernization; organizational problems; social barriers; partnership in cooperation.

Потребительская кооперация в машиностроении начала развиваться еще в советское время, когда предприятия объединялись для оптимизации производства и распределения ресурсов. С распадом Советского Союза многие кооперативные структуры распались, но в последние годы наблюдается возрождение интереса к кооперации как способу улучшения эффективности и инновационности производства. Потребительская кооперация имеет долгую историю в странах постсоветского пространства, которая восходит к концу XIX и началу XX в. Несмотря на значительные трансформации и вызовы за последние десятилетия, кооперативные общества продолжают играть важную роль в экономиках этих стран.

В условиях глобальной экономики, где страны стремятся к повышению своей экономической самостоятельности и снижению зависимости от иностранных товаров и технологий, стратегия импортозамещения становится крайне актуальной. Особенно важной эта стратегия является для стран, которые активно развивают сферу потребительской кооперации, объединяющую множество предприятий и организаций, занимающихся производством и распределением товаров и услуг. Импортозамещение является важным направлением экономической политики многих стран постсоветского пространства, направленным на сокращение зависимости от иностранных товаров и услуг. Потребительская кооперация может сыграть ключевую роль в этой стратегии, объединяя ресурсы и усилия различных участников рынка для создания и продвижения отечественной продукции. В данной статье рассматриваются особенности потребительской кооперации в контексте импортозамещения, анализируются текущие проблемы и предлагаются перспективы развития.

Актуальность использования образовательных и бизнес-альянсов в модернизации производства обусловлена их значением в контексте импортозамещения. Альянсы являются ключе-

выми элементами в процессе модернизации, так как они объединяют ресурсы и знания, способствуя внедрению инноваций и улучшению производственных процессов [1].

В данном контексте образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в реализации стратегии импортозамещения. Эти альянсы представляют собой форму сотрудничества между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями, и позволяют достигать целей импортозамещения через несколько основных направлений.

Во-первых, образовательные альянсы способствуют подготовке квалифицированных кадров, необходимых для внедрения новых технологий и улучшения производственных процессов. Они включают в себя разработку и реализацию образовательных программ, которые помогают сотрудникам кооперативов приобретать необходимые знания и навыки.

Во-вторых, бизнес-альянсы играют важную роль в развитии совместных проектов, направленных на производство отечественной продукции, замещающей импортные товары. Это сотрудничество может охватывать совместное производство, инновационные разработки и продвижение продукции на рынке.

Стратегия импортозамещения, реализуемая через образовательные и бизнес-альянсы, позволяет кооперативам не только повысить свою конкурентоспособность, но и способствовать устойчивому развитию и улучшению качества продукции. Введение в тему исследует ключевые аспекты использования этих альянсов, их влияние на процесс импортозамещения и потенциальные выгоды для потребительской кооперации.

Сегодня кооперативы активно участвуют в программах импортозамещения в различных секторах экономики, таких как сельское хозяйство, пищевая промышленность, легкая промышленность и машиностроение. Например, сельскохозяйственные кооперативы в России и Беларуси успешно замещают импортные продукты питания местной продукцией.

Машиностроение является одной из ключевых отраслей промышленности, в которой потребительская кооперация играет важную роль в объединении ресурсов и усилий для достижения общих целей. В этом контексте образовательные и бизнес-альянсы становятся эффективными инструментами для повышения конкурентоспособности, инновационности и устойчивости кооперативов. Данная статья рассматривает роль и преимущества образовательных и бизнес-альянсов в потребительской кооперации в машиностроении, анализирует текущие проблемы и перспективы развития.

Важность потребительской кооперации в стратегии импортозамещения заключается в стратегии импортозамещения в потребительской кооперации, которая играет ключевую роль в экономической политике стран, стремящихся снизить зависимость от импортных товаров и технологий. Потребительская кооперация в условиях импортозамещения требует комплексного подхода, включающего как экономические, так и организационные меры для обеспечения устойчивого развития [2].

Современная ситуация

Сегодня потребительские кооперативы функционируют в различных формах в таких странах, как Россия, Украина, Беларусь, Казахстан и др. Их роли варьируются от предоставления розничных услуг до участия в сельскохозяйственном производстве и переработке. Ключевые особенности текущего состояния включают:

- разнообразие деятельности: кооперативы занимаются розничной торговлей, оптовой торговлей, производством и оказанием услуг;
- членство и управление: членство остается добровольным, с демократическими структурами управления;
- экономический вклад: эти кооперативы вносят значительный вклад в сельскую экономику, часто являясь основными или единственными поставщиками необходимых товаров и услуг.

Роль образовательных и бизнес-альянсов как инструментов стратегии импортозамещения в сфере потребительской кооперации

Стратегия импортозамещения становится актуальной для стран, стремящихся сократить зависимость от иностранных товаров и технологий, особенно в таких ключевых секторах, как потребительская кооперация. В условиях глобализации и рыночной конкуренции потребительская кооперация представляет собой важный элемент экономики, объединяющий производство, распределение и потребление товаров и услуг. Образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в успешной реализации стратегии импортозамещения, предоставляя необходимые ресурсы, знания и партнерства для достижения поставленных целей.

Образовательные альянсы

Образовательные альянсы представляют собой сотрудничество между кооперативами, образовательными учреждениями и научно-исследовательскими институтами.

Образовательные альянсы являются важным элементом в процессе импортозамещения, так как они способствуют подготовке квалифицированных кадров и внедрению инновационных технологий. Такие альянсы повышают конкурентоспособность предприятий за счет создания синергии между образовательными учреждениями и промышленными партнерами [3].

Одной из основных задач образовательных альянсов является подготовка специалистов, способных работать в условиях импортозамещения. Успешное внедрение новых технологий и методов в потребительской кооперации невозможно без квалифицированных кадров, которые могут эффективно адаптировать и использовать современные достижения [2].

1. Подготовка квалифицированных кадров.

Образовательные альянсы включают сотрудничество между кооперативами и образовательными учреждениями, такими как университеты и технические колледжи. Основная цель этих альянсов – подготовка квалифицированных специалистов, которые могут эффективно работать в условиях отечественного производства и развивать новые технологии. Совместные программы и курсы, разработанные в рамках таких альянсов, включают:

- образовательные программы: создание и реализация учебных планов, направленных на развитие навыков и знаний в области технологий, производства и управления, необходимых для успешной реализации проектов импортозамещения;

- стажировки и практики: организация стажировок и практик для студентов и молодых специалистов на базе кооперативов, что позволяет им получить практический опыт и лучше понять потребности и требования отрасли;

- повышение квалификации: проведение курсов повышения квалификации для сотрудников кооперативов, чтобы они могли осваивать новые технологии и методы работы;

2. Научные исследования и разработки.

Образовательные учреждения также играют важную роль в научных исследованиях и разработках, направленных на создание и улучшение технологий, применяемых в потребительской кооперации. Эти альянсы могут включать:

- совместные исследования: реализация совместных исследовательских проектов, направленных на разработку новых технологий и улучшение существующих процессов;

- инновационные разработки: внедрение результатов научных исследований в практику кооперативов, что способствует разработке новых продуктов и технологий, способных заменить импортные аналоги.

3. Обмен знаниями и опытом.

Образовательные альянсы также способствуют обмену знаниями и опытом между различными участниками. Это может включать:

- конференции и семинары: проведение научных конференций и семинаров, на которых представители кооперативов и образовательных учреждений могут обмениваться опытом и обсуждать новейшие достижения в своей области.

- публикации и исследования: создание и распространение публикаций и научных исследований, которые могут быть полезны для дальнейшего развития и внедрения новых технологий.

Бизнес-альянсы

Бизнес-альянсы включают сотрудничество между кооперативами и частными компаниями для реализации совместных проектов.

Бизнес-альянсы, предоставляя возможность для совместного использования ресурсов и технологий, что существенно способствует модернизации производства. Эти альянсы помогают компаниям интегрировать новейшие технологии и методы, что является важным элементом стратегии импортозамещения [1].

Бизнес-альянсы играют важную роль в развитии совместного производства, направленного на замещение импортных товаров. Создание совместных производственных мощностей позволяет кооперативам и частным компаниям объединить усилия для производства отечественной продукции, способной конкурировать с импортными аналогами [2].

Основные направления деятельности включают:

1. Совместное производство.

Бизнес-альянсы включают сотрудничество между кооперативами и частными компаниями для реализации совместных проектов, направленных на производство отечественной продукции. Это может включать:

- совместные предприятия: создание совместных производственных мощностей, которые позволяют кооперативам и частным компаниям работать вместе над производством товаров, заменяющих импортные аналоги;

- обмен технологиями: сотрудничество в области обмена технологиями и опытом, что позволяет кооперативам и компаниям улучшать свои производственные процессы и разрабатывать новые продукты.

2. Инновационные проекты.

Бизнес-альянсы играют важную роль в разработке и внедрении инновационных технологий и продуктов. Примеры успешных инновационных проектов включают:

- разработка новых продуктов: совместное создание и внедрение новых продуктов, которые могут конкурировать с иностранными товарами на рынке;

- внедрение новых технологий: реализация проектов по внедрению новых технологий в производственные процессы, что способствует повышению их эффективности и качества продукции.

3. Маркетинг и сбыт .

Бизнес-альянсы также играют ключевую роль в разработке и реализации стратегий маркетинга и сбыта. Основные направления включают:

- совместные маркетинговые кампании: разработка и проведение совместных рекламных и маркетинговых кампаний, направленных на продвижение отечественной продукции;

- сетевые альянсы: создание сетей сбыта и распределения, которые позволяют эффективно реализовывать продукцию кооперативов на внутреннем и внешнем рынках.

Проблемы и вызовы

Среди экономических вызовов, с которыми сталкиваются потребительские кооперативы при реализации стратегии импортозамещения, можно выделить недостаток финансирования и высокую степень конкуренции [2].

Несмотря на многочисленные преимущества, бизнес-альянсы сталкиваются с рядом проблем и вызовов. Это препятствия, у которых сложности в координации действий между партнерами и организационные барьеры, что тормозит процесс интеграции и внедрения новых технологий [4].

1. Экономические вызовы.

Среди основных экономических вызовов, с которыми сталкиваются образовательные и бизнес-альянсы, можно выделить:

- недостаток финансирования: ограниченные финансовые ресурсы для реализации совместных проектов и инвестиций в новые технологии;

- высокий уровень конкуренции: конкуренция со стороны крупных международных компаний, которые обладают значительными ресурсами и возможностями для быстрого реагирования на изменения рынка.

2. Организационные проблемы.

Организационные трудности включают:

- координация действий: сложности в координации действий и взаимодействии между различными участниками альянсов;

- неэффективное управление: устаревшие методы управления и отсутствие современных практик могут снижать эффективность работы альянсов.

3. Социальные и культурные барьеры.

Социальные и культурные барьеры могут включать:

- недостаток общественной поддержки: ограниченная общественная поддержка кооперативов и их инициатив;

- сопротивление изменениям: нежелание сотрудников и участников кооперативов адаптироваться к новым условиям и внедрять инновации.

Перспективы развития

Для успешной реализации стратегии импортозамещения необходимо модернизировать процессы и технологии в потребительской кооперации. Существует ряд стратегий модерниза-

ции, направленных на улучшение производственных процессов и внедрение инновационных решений в рамках кооперативного сектора [2].

1. Стратегии модернизации.

Перспективы модернизации образовательных и бизнес-альянсов могут включать:

- внедрение новых технологий: использование цифровых технологий и современных методов работы для повышения эффективности;
- обучение и развитие: организация программ обучения и повышения квалификации для сотрудников и руководителей кооперативов.

2. Государственная поддержка.

Государственная поддержка может включать:

- программы субсидирования: разработка и внедрение государственных программ поддержки образовательных и бизнес-альянсов;
- изменения в законодательстве: создание благоприятных условий для функционирования альянсов через изменения в законодательстве и нормативных актах.

3. Социальные инициативы.

Социальные инициативы могут включать:

- информационные кампании: проведение информационных кампаний и мероприятий, направленных на повышение осведомленности о преимуществах кооперации;
- развитие партнерства: укрепление партнерских отношений между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями.

Образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в стратегии импортозамещения в сфере потребительской кооперации. Они способствуют развитию отечественного производства, улучшению качества продукции и повышению конкурентоспособности. Эффективная реализация этих альянсов требует преодоления экономических, организационных и социальных вызовов, а также активного использования современных технологий и государственной поддержки. В перспективе кооперация между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями может стать важным инструментом для достижения целей импортозамещения и обеспечения устойчивого развития отечественного производства.

Примеры успешных альянсов

Образовательные альянсы в России: сотрудничество между машиностроительными предприятиями и ведущими техническими университетами для подготовки специалистов и проведения научных исследований.

Многие примеры успешных бизнес-альянсов подтверждают теоретические выводы о их эффективности. Кооперативные предприятия, вступив в альянсы с бизнес-партнерами, смогли значительно улучшить свои производственные показатели и сократить зависимость от импортных поставок [4].

Бизнес-альянсы в Беларуси: совместные проекты между кооперативами и частными компаниями, направленные на разработку и производство новой машиностроительной продукции.

Образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в стратегии импортозамещения в сфере машиностроения потребительской кооперации. Они способствуют повышению конкурентоспособности, инновационности и устойчивости кооперативов. Решение экономических, организационных и социальных проблем, а также использование современных технологий и государственной поддержки могут значительно усилить эффективность и конкурентоспособность альянсов. В перспективе, кооперация между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями может стать важным инструментом для обеспечения устойчивого развития машиностроительной отрасли и достижения целей импортозамещения.

Сотрудничество между университетами и предприятиями позволило значительно повысить качество подготовки специалистов и внедрить передовые технологии [3].

Примеры успешных альянсов, которые эффективно работают и способствуют достижению целей импортозамещения.

1. Альянс «Проект ВПК» (Россия).

Описание: «Проект ВПК» (Военно-промышленный комплекс) представляет собой успешное сотрудничество между российскими оборонными предприятиями и крупными производственными компаниями в сфере машиностроения. Основная цель альянса – разработка и производство высокотехнологичной продукции, ранее импортировавшейся из-за границы.

Достижения:

- Импортозамещение: замена зарубежных комплектующих и технологий на отечественные аналоги в производстве военной техники;
- Инновации: внедрение новых технологий и модернизация существующих производственных процессов;
- Образование: организация совместных программ обучения и стажировок для подготовки квалифицированных кадров в области высоких технологий;
- Пример успеха: реализация проекта по разработке отечественного танка Т-14 «Армата», который заменил импортные технологии и комплектующие.

2. Альянс «Калугаплит» и МГТУ им. Баумана (Россия).

Описание: альянс между российским производителем керамической плитки «Калугаплит» и Московским государственным техническим университетом им. Баумана направлен на разработку и внедрение новых технологий в производстве строительных материалов.

Достижения:

- Инновации: разработка новых типов керамической плитки с улучшенными характеристиками, что позволило заменить импортные продукты;
- Образование: совместное проведение научных исследований и разработка новых материалов с использованием научных знаний и ресурсов университета;
- Пример успеха: запуск новой линии по производству высокотехнологичной плитки, которая конкурирует с зарубежными аналогами.

3. Альянс «Союзмультфильм» и российские студии (Россия).

Описание: альянс между студией «Союзмультфильм» и другими российскими анимационными студиями направлен на развитие отечественной анимационной индустрии и создание мультимедийного контента.

Достижения:

- Импортозамещение: создание и успешное продвижение отечественного анимационного контента, который ранее импортировался из-за границы;
- Инновации: разработка новых анимационных технологий и техник;
- Маркетинг и сбыт: успешный выход на внутренний и внешний рынки с новым контентом;
- Пример успеха: производство популярных мультфильмов, которые завоевали признание на российском и международном рынках.

4. Альянс «Беларуськалий» и РУП «Белорусские промышленные технологии» (Беларусь).

Описание: альянс между белорусским производителем удобрений «Беларуськалий» и государственной компанией «Белорусские промышленные технологии» направлен на модернизацию производственных мощностей и внедрение новых технологий.

Достижения:

- Импортозамещение: замена иностранных технологий и оборудования на отечественные аналоги в производственном процессе;
- Инновации: внедрение новых технологий и модернизация существующего оборудования для повышения эффективности;
- Пример успеха: успешная модернизация производственного процесса на основе новых технологий, что позволило улучшить качество продукции и снизить зависимость от импортного оборудования.

5. Альянс Halyk Bank и Казахский национальный технический университет (Казахстан).

Описание: альянс между казахским банком Halyk Bank и Казахским национальным техническим университетом направлен на развитие финансовых технологий и внедрение инновационных решений в банковской сфере.

Достижения:

- Инновации: разработка новых финансовых продуктов и услуг с использованием современных технологий;
- Образование: совместное проведение исследований и внедрение новых технологий, обучение сотрудников банка и студентов университета;
- Пример успеха: внедрение инновационных банковских услуг и улучшение технологической инфраструктуры банка.

6. Альянс «Группа ГАЗ» и НИЦ «Автоматика» (Россия).

Описание: альянс между российским автопроизводителем «Группа ГАЗ» и Научно-исследовательским центром «Автоматика» направлен на разработку и внедрение новых технологий в области автопроизводства.

Достижения:

- Инновации: создание новых моделей автомобилей с использованием отечественных технологий;
- Импортозамещение: замена зарубежных комплектующих и систем на отечественные аналоги;
- Пример успеха: выпуск новых моделей коммерческих автомобилей, которые удовлетворяют требованиям российского рынка и заменяют импортные аналоги.

Эти примеры иллюстрируют, как образовательные и бизнес-альянсы могут способствовать успешной реализации стратегии импортозамещения, внедрению инновационных технологий и развитию отечественного производства.

7. Внедрение современных технологий и инноваций может значительно повысить конкурентоспособность кооперативов. Автоматизация процессов, использование цифровых технологий, применение новых материалов и образовательные альянсы способствуют не только улучшению производственных показателей, но и созданию устойчивого развития кооперативов в условиях глобальных экономических вызовов [5].

Автоматизация производственных процессов.

Кооператив «Машпром» в России внедрил автоматизированную систему управления производственными процессами.

Это позволило:

- сократить операционные затраты за счет уменьшения числа ошибок, связанных с человеческим фактором;
- улучшить контроль качества на всех этапах производства, что повысило конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках;
- повысить производительность труда, благодаря оптимизации рабочих процессов и снижению времени на выполнение рутинных операций.

Внедрение цифровых технологий в логистике.

Кооператив «АгроТранс» в Беларуси интегрировал цифровые решения в свои логистические процессы.

В результате:

- оптимизация маршрутов доставки привела к снижению затрат на транспортировку и сокращению времени доставки;
- улучшенное управление складскими запасами позволило избежать излишков и дефицита продукции, что способствовало стабильности поставок;
- увеличение прозрачности логистических операций обеспечило лучшее взаимодействие с партнерами и клиентами.

Применение инновационных материалов.

Кооператив «ТехноМат» в Казахстане начал использовать новые композитные материалы в производстве машиностроительной продукции.

Это дало следующие преимущества:

- снижение веса продукции, что улучшило ее эксплуатационные характеристики и уменьшило затраты на сырье;
- повышение долговечности и надежности изделий, что увеличило их конкурентоспособность;
- уменьшение экологического воздействия за счет использования более экологичных материалов.

Образовательные альянсы для подготовки кадров.

Кооператив «ЭдуТех» в России создал альянс с ведущими техническими университетами для подготовки специалистов в области инновационных технологий.

Результаты:

- подготовка высококвалифицированных кадров, способных работать с новейшими технологиями и оборудованием;
- совместные научные исследования привели к разработке новых технологических решений, которые были внедрены в производство;
- повышение уровня инновационной культуры внутри кооператива, что способствовало активному внедрению передовых технологий.

Эти примеры демонстрируют, как внедрение современных технологий и инноваций может значительно повысить конкурентоспособность кооперативов. Автоматизация процессов, использование цифровых технологий, применение новых материалов и образовательные альянсы

сы способствуют не только улучшению производственных показателей, но и созданию устойчивого развития кооперативов в условиях глобальных экономических вызовов.

Потребительская кооперация играет важную роль в стратегии импортозамещения, способствуя сокращению зависимости от иностранных товаров и услуг. В перспективе, кооперация между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями может стать важным инструментом для обеспечения устойчивого развития машиностроительной отрасли в постсоветском пространстве. Решение экономических, организационных и социальных проблем, а также использование современных технологий и государственной поддержки могут значительно усилить эффективность и конкурентоспособность кооперативов. В перспективе, кооперация может стать ключевым инструментом для обеспечения устойчивого экономического развития и повышения самодостаточности стран постсоветского пространства.

Образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в стратегии импортозамещения в сфере потребительской кооперации. Они способствуют развитию отечественного производства, повышению качества продукции и конкурентоспособности. Решение экономических, организационных и социальных проблем, а также использование современных технологий и государственной поддержки могут значительно усилить эффективность и конкурентоспособность альянсов. В перспективе, кооперация между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями может стать важным инструментом для обеспечения устойчивого развития и достижения целей импортозамещения. Использование информационных технологий в различных сферах деятельности потребительской кооперации открывает новые возможности для повышения эффективности, конкурентоспособности и устойчивости. Решение экономических, организационных и технических проблем, а также инвестиции в ИТ, обучение и развитие кадров могут значительно усилить потенциал кооперативов. В перспективе, цифровизация кооперативов может стать важным инструментом для обеспечения устойчивого развития и повышения самодостаточности в условиях глобальной экономики.

Образовательные и бизнес-альянсы играют ключевую роль в потребительской кооперации в машиностроении, способствуя повышению конкурентоспособности, инновационности и устойчивости кооперативов. Эти альянсы способствуют не только подготовке квалифицированных кадров и внедрению инновационных технологий, но и укреплению взаимодействия между различными участниками рынка, что является залогом успешного развития кооперативов.

Примеры успешных альянсов в России, Беларуси и Казахстане показывают, как совместные усилия образовательных учреждений и бизнеса могут привести к значительным улучшениям в производственных процессах, оптимизации логистики, повышению качества продукции и снижению издержек. Инновационные решения, такие как автоматизация производственных процессов, использование цифровых технологий в логистике, применение новых материалов и создание образовательных альянсов для подготовки кадров, демонстрируют практическую пользу и необходимость таких форм сотрудничества.

Однако, несмотря на достигнутые успехи, существуют определенные проблемы и вызовы, которые необходимо учитывать при реализации совместных проектов. Недостаток финансирования, организационные трудности и социальные барьеры могут затруднять процесс интеграции и взаимодействия между партнерами. Для преодоления этих препятствий требуется государственная поддержка, стратегическое планирование и активное участие всех заинтересованных сторон.

Перспективы развития образовательных и бизнес-альянсов в потребительской кооперации выглядят многообещающими. В условиях глобальных экономических вызовов и необходимости импортозамещения, такие альянсы могут стать важным инструментом для обеспечения устойчивого развития отечественного производства, повышения конкурентоспособности и создания инновационной экономики.

Таким образом, кооперация между образовательными учреждениями, кооперативами и частными компаниями является необходимым условием для достижения целей импортозамещения и обеспечения устойчивого развития потребительской кооперации. Продолжение и расширение таких альянсов будет способствовать созданию эффективных производственных систем, готовых к вызовам современного рынка.

Список использованной литературы

1. **Боровиков, А. Н.** Образовательные и бизнес-альянсы в модернизации производства: теоретические и практические аспекты / А. Н. Боровиков, И. В. Петрова. – СПб. : Наука, 2019.

2. **Александров, В. М.** Экономика потребительской кооперации в условиях импортозамещения / В. М. Александров. – М. : Экономика, 2020.
3. **Орлов, П. И.** Образовательные альянсы как инструмент повышения конкурентоспособности / П. И. Орлов, Н. М. Кузнецова. – Екатеринбург : Образование и наука, 2019.
4. **Морозова, Л. П.** Современные бизнес-альянсы и их влияние на развитие кооперации / Л. П. Морозова, В. К. Смирнов. – Новосибирск : Экономический анализ, 2018.
5. **Федоров, В. И.** Проблемы и перспективы внедрения новых технологий в потребительской кооперации / В. И. Федоров, С. А. Ковалев. – Омск : Проблемы и перспективы, 2018.

УДК 37.025

Л. В. Вишневецкая (vischnia@rambler.ru),

канд. пед. наук, доцент

*Гомельский государственный
университет имени Ф. Скорины
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ОБЛАСТИ ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ

Цифровизация белорусского общества актуализировала потребность реализовать ее потенциал в воспитании студентов. Целью исследования является анализ возможностей интернет-ресурсов в воспитании у студентов социально значимых качеств личности. Достижение цели осуществлено посредством применения комплекса теоретических методов: анализа, сравнения, обобщения. Результаты исследования могут использоваться преподавателями и кураторами для совершенствования воспитательной работы.

The digitalization of Belarusian society has actualized the need to realize its potential in the education of students. The purpose of the study is to analyze the possibilities of Internet resources in the education of students in socially significant personal qualities. The goal is achieved through the use of a set of theoretical methods: analysis, comparison, generalization. The results of the study can be used by teachers and curators to improve educational work.

Ключевые слова: цифровизация; интернет-ресурс; воспитание; студент; качество личности, потенциал.

Key words: digitalization; internet resource; education; student; personality quality; potential.

Характерной особенностью современного социально-экономического развития белорусского общества является цифровизация всех сфер его жизнедеятельности. В системе высшего образования цифровизация активно внедряется в организацию образовательного процесса через дистанционное обучение, разработку и применение электронных учебно-методических комплексов, использование информационно-коммуникационных технологий и контента различных интернет-ресурсов в обучающих целях.

В области воспитания студентов учреждений высшего образования (далее УВО) использование интернет-ресурсов требует от педагогических работников взвешенного и более тщательного подхода при отборе их перечня и содержания.

Сегодня в Республике Беларусь на государственном уровне проводится целенаправленная работа по предотвращению информационных угроз и их деструктивного влияния на подрастающую личность. В частности, в инструктивно-методическом письме Министерства образования Республики Беларусь «Организация идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования в 2023/2024 учебном году» от 25.08.2023 в пункте 5.1 «Идеологическое воспитание» главы 5 «Содержание основных направлений воспитания в учреждениях высшего образования в 2023/2024 учебном году» акцентируется внимание на формировании у обучающихся: отрицательного отношения к экстремизму и терроризму; информационной культуры, в том числе через расширение тематики круглых столов и диалоговых площадок, проведение тематических информационных часов и единых дней информирования, использование возможностей информационно-пропагандистских групп УВО и специализированных информационных ресурсов под брендом «Молодежь Беларуси» («Молодежь.бел», moladz.by, Telegram-канал Республиканского молодежного центра @Moladz_by молодежный YouTube-канал ON!) [1, с. 9–11].

Остановимся более детально на потенциале некоторых вышеназванных ресурсов в области воспитания у студентов социально значимых качеств личности.

«Молодежь.бел» представляет собой основной государственный информационный ресурс в сфере молодежной политики, расположенный по ссылке <https://молодежь.бел/>. На сайте,

адаптированном и для мобильных телефонов, аккумулирована актуальная и полезная информация для различных категорий молодежи: учащейся и студенческой молодежи; молодых специалистов и работающей молодежи; молодых семей; призывников; молодежных послов Целей устойчивого развития. Сайт функционирует на государственных языках (русский и белорусский), предусмотрена версия и для слабовидящих пользователей.

Для преподавателей, кураторов, общественных молодежных организаций и студентов УВО особенно полезна будет специальная закладка «Учащаяся и студенческая молодежь» со следующими тематическими рубриками:

- социальная защита обучающихся (содержит выдержки из Кодекса Республики Беларусь об образовании – ст. 37–39, 41, 42, 47, посвященные социальной защите молодежи);

- льготы и гарантии для лиц с ограниченными возможностями (в соответствии с вышеуказанным Кодексом перечислены права лиц с особенностями психофизического развития и инвалидов);

- специальные фонды Президента Республики Беларусь (дана информация в форме текста и видеоролика о сущности и содержании государственной поддержки одаренных и талантливых молодых людей, о функционировании специального фонда Президента Республики Беларусь по социальной поддержке одаренных учащихся и студентов и специального фонда Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи);

- льготы для талантливой и одаренной молодежи (данная рубрика разъясняет юношам и девушкам п. 23 Правил приема лиц для получения общего высшего и специального высшего образования, утвержденных Указом Президента Республики Беларусь от 27.01.2022 № 23);

- стипендии Президента Республики Беларусь (здесь дано разъяснение в текстовой и видеоформе содержания Указа Президента Республики Беларусь № 398 от 06.09.2011 «О социальной поддержке обучающихся», а именно: каковы цель и условия назначения данных стипендий, кто их назначает, какие этапы необходимо пройти студентам и магистрантам для получения стипендии);

- молодежь против наркотиков (данная рубрика направлена на предотвращение распространения наркомании в молодежной среде; содержит видео и статистический материал о пагубных последствиях употребления и распространения наркосодержащих веществ, в том числе актуальные цифры статистики наркомании среди молодежи и т. д.).

На главной странице сайта «Молодежь.бел» представлены актуальные отечественные и зарубежные новости, статистический обзор белорусской молодежи, рубрики: «Важно сейчас», «Полезно знать» (с информацией о конкурсах для молодежи), «Видео» (информационные видеосюжеты различной тематики), «Актуально» (лента знаковых для молодежи и республики дат), календарь мероприятий под лозунгом «Подбери событие, которое подходит именно тебе!», «Государственное регулирование и управление в сфере государственной молодежной политики» (включает 5 разделов: Президент; Совет министров; Министерство образования; Местные исполнительные и распорядительные органы; Иные государственные органы в соответствии с их компетенцией; разъясняет сущность, функционирование и полномочия указанных институтов и органов власти; дает ссылки на сайты и странички в социальных сетях местных органов власти для оперативного получения актуальной информации из своего региона).

Государственный интернет-ресурс Moladz.by, расположенный по ссылке <https://moladz.by/>, представляет собой интернет-площадку Республиканского молодежного центра, созданного в 2021 г. в г. Минск, для работы в информационном пространстве и медиасреде. Девиз ресурса – «Создаем пространство для молодежи».

В фокусе внимания разработчиков ресурса – социально значимые проекты различной направленности, реализация которых способствует воспитанию достойного гражданина и патриота своей страны. Соответственно центральное место сайта занимает закладка «Проекты» с рубриками, содержащими информацию о цели и участниках гражданско-патриотических и иных проектов, детальном алгоритме их реализации, условиях участия, сроках проведения:

- молодежный автопоезд (цель: усиление роли молодежи в развитии благотворительности и деятельности по сохранению исторической памяти, историко-культурного наследия и традиций Республики Беларусь);

- Booktrailer (цель: популяризация в молодежной среде произведений белорусских авторов);

- блогосфера (цель: развитие у молодежи навыков XXI в. (коммуникации, креативности, критического мышления, командной работы) через медиаторчество);

- цели устойчивого развития (цель: популяризация среди молодежи целей устойчивого развития);

– марафон молодежи и студенчества (цель: предоставление юношам и девушкам возможности проявить себя в области патриотического и семейного воспитания, здорового образа жизни, трудовой деятельности, волонтерского движения, науки);

– молодежная столица (цель: предоставление молодым людям возможности продемонстрировать на базе города со статусом молодежной столицы свою молодежную культуру и опыт по развитию своей экономической, социальной и политической активности);

– международное сотрудничество (цель: вовлечение молодежи в международные культурные, экономические, научные и образовательные процессы, развитие и укрепление международных связей и контактов);

– молодежная смена (цель: развитие у председателей студенческих советов университетов Республики Беларусь навыков группоориентированного поведения и межличностного общения, проектной деятельности, деловых и лидерских качеств, активной личностной и гражданской позиции).

Представленные на интернет-ресурсе Moladz.by материалы будут особенно полезны кураторам учебных групп для информирования студентов и их вовлечения в конструктивную полезную деятельность, способствующую формированию социально значимых качеств личности (гражданственности, патриотизма, трудолюбия, ответственности, инициативности, гуманности).

На наш взгляд, важное место в воспитании достойного гражданина своей страны занимает интерактивная платформа патриотического воспитания «Патриот.by», представляющая собой информационный ресурс системы взаимодействия молодежи Беларуси, и находящаяся по ссылке <https://patriot.rcek.by/>. Данная платформа создана для решения 4 главных задач:

– создание единого информационного пространства между министерствами, ведомствами, учреждениями образования, общественными организациями, занимающимися вопросами патриотического воспитания детей и молодежи;

– формирование ресурсной базы, содержащей нормативно-правовые, методические, информационные, дидактические материалы в области патриотического воспитания;

– популяризация деятельности в области патриотического воспитания;

– развитие новых форм и методов патриотического воспитания.

В контекстном меню платформы имеется 7 закладок:

– «О платформе» (здесь отражены задачи платформы, ее возможности и преимущества, партнерская сеть, 6 модулей («Афиша событий», «Спикеры», «Партнеры», «Библиотека», «Конференц-зал», «Трансляции»), направления по развитию взаимодействия на интерактивной платформе и привлечения молодежи);

– «Афиша событий» (содержит два подраздела: «Будущие мероприятия» и «Прошедшие мероприятия», где собраны программы мероприятий, информация о цели и участниках мероприятий, фотоотчеты);

– «Регионы» (представлены значимые проекты и события регионов, их концепции, фотоотчеты, трансляция);

– «Партнеры» (закладка содержит интерактивные ссылки на министерства, ведомства, организации, учреждения для получения актуальной и необходимой в области патриотического воспитания информации);

– «Конференц-зал» (закладка включает интерактивные ссылки на лекционный зал (содержит брошюры, издания, тексты лекций, информационные и обучающие материалы, ссылки на интернет-порталы), кинозал (собраны тематические видеоролики гражданско-патриотической тематики), диалоговый зал (предоставляет возможность задать интересующий вопрос и получить оперативный компетентный ответ);

– «Библиотека» (в данной закладке собраны следующие материалы: нормативные (законы, кодексы, постановления, указы), методические (категории: «Военно-патриотическое воспитание», «Краеведение», «Музейная педагогика», «Образовательный туризм», «Художественное творчество», «Экология»), обучающие материалы (8 категорий, каждая содержит онлайн-викторины, материалы семинаров-практикумов, конференций, методические разработки и др.), фото и видео мероприятий);

– «Трансляции» (здесь собраны записи онлайн-показов мероприятий гражданско-патриотической направленности: Единый урок, посвященный Дню Победы; Областной урок мужества «Афганистан навсегда. Без права на забвение» и др.).

Отличительной особенностью данного ресурса является его информативность, структурированность, простота в использовании, интерактивность, ориентированность на разные воз-

растные группы, тщательно отобранное содержание, что является несомненным преимуществом для применения в воспитательной работе преподавателей и кураторов.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что в Республике Беларусь сложилась своя собственная уникальная система воспитания молодежи, которая гармонично сочетает традиционные формы воспитательной работы с активным использованием интернет-ресурсов.

Созданные за последние 3 года государственные информационные ресурсы и онлайн-платформы («Молодежь.бел», Moladz.by, «Патриот.by» и др.) обладают значимым потенциалом в области формирования у учащейся и студенческой молодежи социально значимых качеств личности:

- предоставляют пользователям ресурсов тщательно отобранные нормативные, методические, обучающие материалы, тематические фото- и видеоматериалы, концепции проектов, программы конкурсов, методические разработки и тематические публикации в области воспитания;

- консолидируют на своей платформе события и материалы в области воспитания в доступной, интерактивной форме;

- координируют взаимодействие социальных партнеров – участников воспитательного процесса;

- организуют оперативную обратную связь в онлайн-режиме;

- популяризируют среди учащихся и студентов государственную молодежную политику;

- информируют обучающихся о государственной социальной поддержке одаренной и талантливой молодежи, лиц с психофизическими особенностями, инвалидов;

- содействуют популяризации социально значимых проектов и привлечению к участию в них молодежи.

Таким образом, знание педагогическими работниками, кураторами учебных групп, представителями общественных молодежных организаций, родителями, социальными партнерами информации о созданных в республике государственных интернет-ресурсов в области воспитания, их цели и задачах, содержании, возможностях и преимуществах, может способствовать совершенствованию воспитательной работы с учащейся и студенческой молодежью, ее организации на более качественном уровне.

Список использованной литературы

1. **Организация** идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования в 2023/2024 учебном году: инструктивно-методическое письмо Министерства образования Республики Беларусь от 25.08.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.yandex.by/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPRrJRXIUfoewruMuyAwHN4f_zV7Dycnq36-AYO7r8F5auks7FetyvRAhW4vbYLOKBZxJ3ufxClxw9cInJFYcWTW9Hx7cYw6NQxfdkvtYli5BRFEnFY2lReVOf4Zpcf_EfdM9BBO6fSb5Waw%3D%3D%3Fsign%3D3ef2mDPQs8T9jr6xM_u3AKUVsUHK5T8jcZQu4JUJ3wc%3D&name=Инструктивно-методическое_письмо_к_началу_2023-2024_учебного_года_исправлено_15.09.2023_3.docx&nosw=1 . – Дата доступа: 26.07.2024.

ФОРМИРОВАНИЕ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ У ОБУЧАЮЩИХСЯ ЧЕРЕЗ ИЗУЧЕНИЕ ИСТОРИИ НИЖЕГОРОДСКОГО КРАЯ

В статье рассказывается о мероприятиях, которые проводятся в филиале Самарского государственного университета путей сообщения (СамГУПС) в г. Нижнем Новгороде и Муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении (МБОУ) средней школе № 60, направленные на формирование российской гражданской идентичности.

The article describes the events that are held at the branch of SamGUPS in Nizhny Novgorod and MBOU "School 60" aimed at the formation of Russian civic identity.

Ключевые слова: краеведение; обучение; патриотизм; техникум; школа; олимпиады; конкурсы; конференции.

Key words: local history; education; patriotism; college; school; Olympiads; contests; conferences.

Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) основного общего образования целью образования определяет формирование социально-активной личности, обеспечение общекультурного, личностного и познавательного развития ученика. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России ориентирует школу и педагогическую общественность на формирование у подрастающего поколения базовых национальных ценностей. В Конституции Российской Федерации (с изменениями, одобренными общероссийским голосованием 1 июля 2020 г.) указывается на приоритеты в системе воспитания и обучения в современных условиях: «Государство создает условия, способствующие всестороннему духовному, нравственному, интеллектуальному и физическому развитию детей, воспитанию в них патриотизма, гражданственности и уважения к старшим (ст. 67, п. 4.), «уменьшение значения подвига народа при защите Отечества не допускается» (ст. 67, п. 3). Таким образом, первостепенное значение в современных условиях стремительно меняющегося мира приобретает гражданско-патриотическое воспитание и социализация учащихся. Будущее нашего Отечества в первую очередь зависит не от инвестиций, а от духовно-нравственного потенциала подрастающего поколения, от доброты и честности, трудолюбия, способности и стремления к бескорыстной заботе о ближних и любви к своей Родине.

В жизни есть много путей для формирования этих качеств личности: через материнскую ласку, отцовский наказ, любовь к земле, уважение и память предшествующих поколений. Современные задачи, связанные с формированием личности гражданина и патриота России требуют от образовательных учреждений большого внимания к региональной истории с ее значительным воспитательным потенциалом. Изучение родного края – важный фактор складывания гражданской идентичности учащихся, что в свою очередь вместе с изучением российской истории способствует формированию российской гражданской идентичности. Такой методологический подход, основанный на многоуровневом изучении истории, способствует осознанию школьниками, студентами своей социальной идентичности и гражданско-патриотическому воспитанию.

Краеведение – форма общественной деятельности, направленная на освоение и сохранение исторического опыта, предполагающая сбор исторических сведений и сохранение исторического опыта, пропаганду краеведческих знаний, охрану памятников культурно-исторического наследия. Оно воспитывает уважение к истокам нашим, к родной земле, ее преданиям, к исконным занятиям предков и предполагает партнерство семьи, школы, общественности, что так важно в современном мире. Краеведение включает в себя не только уроки, но и большую внеклассную работу.

Историко-краеведческая деятельность – система мероприятий, направленных на познание историко-культурных корней, осознания неповторимости Отечества, его судьбы, неразрывности с ней, формирование гордости за сопричастность к деяниям предков и современни-

ков и исторической ответственности за происходящее в обществе, формирование знаний о родном селе, городе, районе. Изучение истории края во взаимосвязи с федеральным курсом «История России» помогает обучающимся составить целостную картину жизни страны.

Студенты филиала Самарского государственного университета путей сообщения в г. Нижнем Новгороде и учащиеся «Школы 60» Ленинского района Нижнего Новгорода принимают активное участие во Всероссийских дистанционных олимпиадах Центра развития социально-гуманитарного образования «Энциклопедиста», тематика которых связана с Великой Отечественной войной: «Советская наука и техника в годы Великой Отечественной войны», «Сороковые, роковые, военные и фронтовые...», «Величайшая в истории Победа»; в смотрях-конкурсах исследовательских работ школьников и студентов «Научная лаборатория»: «Герой семьи Яшиных», в которых рассказывают о подвигах своих прадедов и дедов; во Всероссийском конкурсе эссе «Размышления у вечного огня», посвященного 75-летию Победы СССР в Великой Отечественной войне; во Всероссийском конкурсе фотографий «Памятник стойкости и мужеству», посвященного 75-летию Победы СССР в Великой Отечественной войне и в Всероссийском конкурсе рисунков «Мир храните как клад... Никогда не желайте войны...»; во Всероссийских студенческих научно-практических конференциях, посвященных Великой Отечественной войне; в интернет-форумах «Чтобы помнили», посвященных Великой Отечественной войне; во Всероссийских конкурсах творческих работ «Горжусь своим прадедом, дедом, отцом!», Всероссийских конкурсах исторических исследовательских работ старшеклассников «Человек в истории. Россия – XX век»; в комплексе мероприятий Центра Всероссийских дистанционных олимпиад «Летописец», «Весна. Май. Победа!».

В 2019 г. студенты и учащиеся приняли участие в XV городских Детских Рождественских чтениях «Великая Победа: наследие и наследники».

В филиале СамГУПС в г. Нижнем Новгороде реализуются социальные проекты «Никто не забыт, ничто не забыто», «Герои Великой Отечественной войны», общей целью которых является создание условий для формирования у студентов уважительного отношения к культурному и историческому наследию страны, родного края и развития личности в процессе неформального общения. Для реализации проектов проводились мероприятия: посещение выставок музеев «Дорогами Великой Отечественной», «Взгляд из прошлого»; сбор материала по темам: «Война в истории моей семьи», «85-гвардейская дивизия», «Горьковчане в годы войны»; изучение литературы по теме: «Комсомольцы в годы Великой Отечественной войны»; работа в архиве музея среднего профессионального образования филиала СамГУПС в г. Нижнем Новгороде с плакатами, альбомами, фотографиями, памятками; оформление собранного материала; подготовка выступлений и презентаций: «Горьковчане в годы Великой Отечественной войны», «Преподаватели среднего профессионального образования – участники Великой Отечественной войны». Студенты принимают участие в митингах, посвященных Великой Отечественной войне, воину-победителю; в мероприятиях, организованных членом Совета ветеранов, смотрителем музея «Основное мотор-вагонное депо ТЧ-7 Горький – Московский» Владимиром Елисеевичем Шуиным.

Классные часы, которые проводятся в филиале, посвящены важнейшим сражениям и героям Великой Отечественной войны. В рамках реализации ведомственной программы Министерства транспорта Российской Федерации по патриотическому воспитанию граждан РФ на 2016–2020 гг. с 27 августа по 18 октября 2019 г. отделом гражданско-патриотического воспитания СамГУПС были организованы и проведены – Всероссийский конкурс проектов патриотической направленности среди студентов транспортных вузов «Россия начинается с тебя», а также Всероссийский конкурс-эссе «Кто он, герой нашего времени?» Конкурсы проводились с целью приобщения молодежи к изучению истории нашей страны, истории малой родины, ее героическому прошлому и настоящему, стимулирования их интереса к научно-исследовательской деятельности по вопросам духовно-нравственного и патриотического воспитания. В номинации «Лучший творческий номер», посвященный 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, принял участие студент группы ННЭТ-411 Никита Лещук. Священная война, защита Отечества от фашизма нашли отражение в художественном творчестве студентов. Молодое поколение, используя средства слова, музыки и танца, отражает трагическую историю страны и напутствует потомкам «Никто не забыт и ничто не забыто!» и «С защитников Отечества начинается Россия!». Никита Лещук награжден дипломом от Министерства транспорта Российской Федерации за 2 место в номинации «Лучший творческий номер» [1].

Особую ценность представляют исследовательские работы обучающихся, которые касаются истории семьи в истории страны. Многие из старшеклассников, студенты заинтересова-

лись своими корнями и работают над составлением родословных, вклада родственников в дело Победы над фашистской Германией.

Будущее России можно построить только следуя за нашими святынями, которые даны нам историей и определяют общность нашей судьбы. Без обращения к традициям невозможно дальнейшее развитие страны. Патриотизм должен стать источником существования и развития общества, основой формирования гражданской позиции человека, его готовности к осмысленной деятельности в сложных условиях современности, к творчеству, к активным действиям на благо России.

Список использованной литературы

1. **Завьялова, С. В.** Социальные проекты как средство формирования гражданственности и патриотизма / С. В. Завьялова // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право : сб. науч. тр. – Севастополь, 2020. – С. 269–272.

УДК 314.1:316.2

А. Г. Злотников (zlot@tut.by),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ВОЛНЫ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССАХ БЕЛАРУСИ

Анализируются перепады в современных демографических волнах Беларуси. Освещается роль рождаемости в демографических волнах. Изложен расчет уровней рождаемости в 2020–2023 гг. в условиях депопуляции.

The differences in the modern demographic waves of Belarus are analyzed. The role of fertility in demographic waves is highlighted. The calculation of birth rates in 2020–2023 is outlined. in conditions of depopulation.

Ключевые слова: Республика Беларусь; демографические процессы; демографические волны; демографические ямы; депопуляция.

Key words: Republic of Belarus; demographic processes; demographic waves; demographic pitfalls; depopulation.

Численность населения любой страны формируется за счет естественного прироста или убыли (разницы между числом родившихся и умерших жителей) и миграционного движения (разницы между численностью притока и оттоком населения). Демографическое развитие Республики Беларусь осуществляется в основном за счет естественного движения населения. Рост численности населения нашей страны определяется масштабами рождаемости, которая, как и в большинстве других европейских стран, происходит волнообразно, с периодами роста и падения. Исключение составляет демографическое развитие Великобритании, Германии, Италии и Франции, где рост численности населения происходит преимущественно за счет миграции. Там высокий уровень миграционного притока населения сглаживает низкие уровни естественного воспроизводства коренного населения.

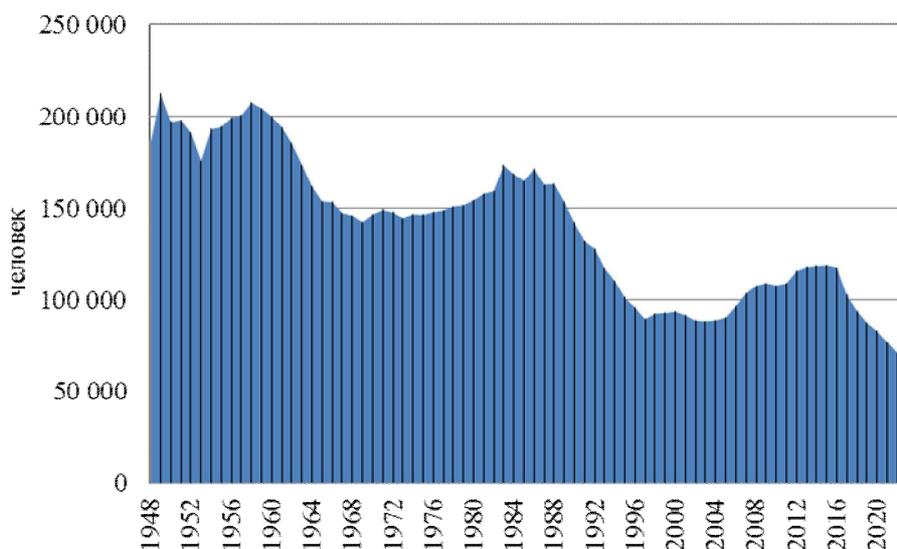
Демографическое развитие суверенной Беларуси характеризуется повторяющимися колебаниями или демографическими перепадами в численности родившихся. Они отражают изменения в возрастной структуре населения, численность которой в сравнении с предшествующими поколениями меньше. Эти изменения в возрастной структуре поколений, ведущие к постепенному сглаживанию демографических волн, являются объективными факторами перемен в демографических процессах. Однако демографические волны в условиях мирного времени могут усиливаться, приостановиться или сглаживаться проведением соответствующей социальной политики.

Ярким примером такой политики является Китай, где в конце прошлого столетия проводилась демографическая политика, направленная на замедление роста народонаселения в миллиардной стране. Она проходила под лозунгом «Одна семья – один ребенок», в ходе которой произошло громадное падение уровня рождаемости. При этом китайские семьи ориентировались преимущественно на рождение мальчиков. Сформировавшийся дефицит невест в Китае заставлял молодое мужское население искать жен в других юго-восточных странах – преимущественно в Таиланде и Вьетнаме. Потом после смены курса на одного ребенка ранее запу-

щенный механизм на снижение рождаемости в Китае уже протекал без вмешательства государства. Это свидетельствует о сложности сглаживания демографических волн.

В демографических волнах выделяется ее гребень и демографическая яма. Демографический гребень характеризуется высокими показателями рождаемости, а демографическая яма в этих колебаниях отражает его низкий уровень. В демографической истории Беларуси послевоенного периода сложилось несколько циклов демографических волн. Первый охватывает: послевоенный период 1948–1950 гг. – конец 1960-х гг. Он характеризуется тенденцией постепенного спада рождаемости – от высокого гребня с числом родившихся 212 400 младенцев в 1949 г. до низкого показателя рождаемости в 1969 г. – 142 652 младенца (См.: график). Этот волновой цикл характеризуется переходом от высокой послевоенной отложенной рождаемости и его постепенным снижением, охватывая 20-летний период. Этот цикл 20-летней демографической волны выявил и интерпретировал один из первых лауреатов Нобелевской премии по экономике 1971 г. Саймон (Семен) Кузнец, выходец из Пинска.

Циклы демографических волн Беларуси за послевоенный период



Следует выделить в этой волне 10-летний период стабильного уровня рождаемости до 1958 г. Разница между числами родившихся в 1949 и 1958 гг. составила 4,7 тыс. младенцев. Но затем за следующий 10-летний период падение рождаемости в Беларуси составило 65 тыс. чел. На наш взгляд, это стало непредсказуемым следствием перехода в СССР в индивидуальной семейной политике на малодетность, связанного с введением в 1956 г. государственного пенсионного обеспечения по старости. Это благое дело существенно отразилось на идеологии семейной политики. До этого семьи были многодетные – население через потомство самостоятельно заботилось о своей старости: большее количество детей обеспечивало пожилым людям более или менее заботу о них в старости. Эта демографическая стратегия семьи Ф. Энгельсом охарактеризована, что «дети подобны деревьям, с избытком возмещающим произведенные на них расходы» [1, с. 566]. Государство, введя пенсионное обеспечение, взяло на себя эту заботу. Это послужило толчком к переходу от многодетной к малодетной семье и резкому падению рождаемости, что свидетельствует о неоднозначности, но при этом активной роли принимаемых управленческих решений.

Следующая демографическая волна, отражая структурные изменения в населении страны предыдущего двадцатилетия, охватывает 1970–1983 гг. и характеризуется ростом уровня рождаемости со вступлением в активный репродуктивный возраст населения родившего в десятилетия 1950 гг. Этот рост, гребень которого в 1983 г. составил 173 510 младенцев, оказался на уровне рождаемости 1963 г., вписываясь в 20-летнее колебание. Однако этот рост в сравнении с предыдущей волной охватывает около 15 лет.

После этого новая демографическая волна рождаемости характеризуется самым значительным в демографической истории Беларуси ее сокращением – на 85 тыс. младенцев, гребень которой составил в 1983 г. 173 510 родившихся, а яма – уже в начале нового тысячелетия в 2003 г. – 88 512 чел. Это значит, что падение характеризуется 20-летним периодом, а рост со-

ставляет почти 15-летний период. Последнее, как и в предыдущем цикле, свидетельствует о существенной разнице лагов роста и падения рождаемости – более быстром затухании демографической волны роста родившихся.

Демографические процессы этого периода протекают в сложных социальных, политических, экономических и экологических условиях, накладывающих на них влияние и их отражающих. Из них большая часть демографической волны приходится на дестабилизирующие последствия развала СССР (1985–1990 гг.), как единого демографического пространства. Сначала важное место в этих процессах занимали последствия экологической катастрофы на Чернобыльской АЭС, о чем свидетельствует более 9-тысячное падение рождаемости за один постчернобыльский год – 1987 г. Затем свою лепту внесли политические последствия 1990–1991 гг., связанные с проблемами формирования суверенных постсоветских государств, сказавшиеся на снижении рождаемости в Беларуси за эти два года более чем на 21 тыс. чел.

Первые годы становления суверенной Беларуси в демографическом развитии характеризуются следующими негативными процессами. Один из них – падение рождаемости за 1992–1997 гг. более чем на 42 тыс. чел. Второй – в 1994 г. в демографических процессах Республики Беларусь сложилось отрицательное сальдо естественного движения населения, которое с тех пор характеризует главенствующую и ныне тенденцию превышения смертности по сравнению с ее возмещением рождаемостью. И третий – сокращение численности населения Беларуси. До этого рост численности населения Республики Беларусь происходил частично и за счет положительного сальдо миграции – исхода русскоязычного населения из среднеазиатских, закавказских и прибалтийских регионов в относительно спокойную от политических бурь Беларусь. Но со второй половины 1990-х гг. этот маятник миграции перестал быть положительным.

Последняя демографическая волна роста рождаемости, охватывающая 12-летний период, приходится на 2004–2015 гг. и характеризуется почти 30-тысячным ее ростом или на 34,5% – с 88 512 чел. в 2003 г. до 119 028 чел. в 2015 г. Одновременно в этот период происходило и сокращение уровня смертности, составившее 21,7% – с 146 655 чел. в 2002 г. до 120 470 чел. в 2019 г. На наш взгляд, эти позитивные демографические процессы были связаны с реализацией мероприятий пронаталистской политики, определенных Законом Республики Беларусь 2002 г. «О демографической безопасности в Республике Беларусь».

Однако, после наивысшего за прошедший период XXI столетия роста уровня рождаемости в 2016 г. началось его резкое снижение, продолжающее и ныне. Эту экспоненту снижения рождаемости характеризуют следующие данные: в 2016 г. появилось на свет 117 779 младенца, в 2017 г. – 102 558, в 2018 г. – 94 042 и в 2019 г. – 87 608 младенцев [2, с. 237; 3, с. 66]. В итоге только за четыре года (2015–2019) падение уровня рождаемости составило 35,9%, что превышает рост рождаемости за вдвое больший предыдущий 12-летний срок. При этом с 2019 г. и в последующие годы число родившихся стало наименьшим в демографической истории белорусского государства. Эта тенденция сокращения рождаемости продолжается и ныне. При значительном уменьшении численности населения в возрасте 0–4 года на начало 2019 г. – 557 148 чел., 2020 г. – 520 478 чел., 2021 г. – 482 898 чел., 2022 г. – 444 851 чел. и 2023 г. – 416 021 чел. [3, с. 46], естественно, наблюдается снижение и числа родившихся младенцев в возрастной структуре 0–4 года. Средний показатель рождаемости в пределах статистической погрешности по нашим расчетам составил в 2020 г. – 83 077 чел., 2021 г. – 77 079 чел., 2022 г. – 71 006 чел. и 2023 г. – 66 404 чел.

Демографическое развитие Беларуси с начала текущего десятилетия одновременно характеризуется беспрецедентным сокращением численности населения. Если за период между национальными переписями (2009–2019 гг.) численность населения Республики Беларусь сократилась на 90,4 тыс. чел., то только за один 2021 г. это сокращение оказалось более значительным – 94,1 тыс. чел. А за годы после последней переписи численность населения страны уменьшилась на 257,4 тыс. чел. [4; 5]. Такого (более чем на четверть миллиона за столь короткий срок) уменьшения численности населения не наблюдалось за всю демографическую историю суверенного развития Республики Беларусь.

Анализ волнообразного демографического развития Беларуси за 80-летний послевоенный период позволяет констатировать, что диапазоны этих волн измеряются разными временными величинами. Различаются демографические волны рождаемости и демографические волны изменения численности населения. В целом демографические волны снижения рождаемости вписываются в 20-летние циклы, а растущая волна рождаемости сокращается – в предыдущих циклах до 15-лет, а в последнем периоде – 12 лет. Но при этом рост численности родившихся осу-

шествуется из более глубокой волны демографической ямы, а вершина каждого последующего гребня существенно ниже вершины предыдущего цикла.

Перепад между гребнем предыдущей демографической волны и демографической ямой рождаемости свидетельствует о появлении эффекта соотношения невысокого уровня этого гребня и значительно низкой глубины демографической ямы. Этот эффект характеризуется соотношением их следующих коэффициентов: первый цикл «гребень-яма» – 1,49:1; второй цикл «яма-гребень» – 1:1,22; третий цикл «гребень-яма» – 1,96:1; четвертый цикл «яма-гребень» – 1:1,34 и четвертый (еще не окончившийся) цикл «гребень-яма» – 1,79:1. В этой динамике наблюдается значительный рост разрыва процессов «гребень-яма» и незначительный рост выхода из депопуляции – из ямы на гребень.

Это различие во временных лагах циклов демографических волн рождаемости и изменения численности населения страны связано с особенностью составляющих демографических процессов. Демографические волны рождаемости связаны с биологическими репродуктивными возможностями женщин. Природа репродуктивного поведения женщин определяется ее возрастом: с одной стороны, началом вступления в репродуктивный возраст и, с другой стороны, завершением его. А они на протяжении функционирования репродуктивного поведения женщин в целом одинаковы – от 15 до 49 лет. Демографические волны изменения численности населения подвержены изменениям в связи с ростом продолжительности жизни населения.

Если в середине XX в. белорусские женщины в среднем вступали в брак в молодом возрасте – преимущественно около 20 лет и сразу включались в процесс демовоспроизводства, то ныне средний возраст невесты в первом браке вырос и составляет около 25 лет (женихов – около 28 лет), средний возраст матери при рождении первого ребенка – около 26 лет. Это свидетельство изменения лага этих волн и тенденции демографической ямы. При этом позднее поколение родившегося населения по своей численности меньше, что влияет на сокращение и численности рожениц.

Анализ гендерной рождаемости, как объективного фактора репродуктивных процессов, выявляет, что количество родившихся девочек, как демографической базы перспективной потенциальной рождаемости в Республике Беларусь, способствует обострению демографической ситуации в будущем. Так, годовая численность женщин, вступающих в репродуктивный возраст (родившихся в 1996–2006 гг.) оказалась менее 45 тыс. чел. К 2016 г. эта будущая репродуктивная база выросла, достигнув годовой численности немногим более 57 тыс. Но с 2017 г. она начала резко сужаться: сначала в 2017 г. – более чем на 7 тыс., в 2018 г. – более чем на 4 тыс., а затем в 2019 г. – еще более чем на 3 тыс. девочек. По расчетам автора, численность родившихся девочек (потенциальных матерей) в 2020 г. составляет приблизительно 39 880, в 2021 г. – 37 000, в 2022 г. – 34 080 и в 2023 г. – 31 870 чел., что служит основой обострения в будущем репродуктивных процессов и в целом демографической ситуации в Беларуси.

Это означает, что менее, чем за десятилетие численность годовой потенциальной репродуктивной базы, т. е. потенциальных матерей, сократилась более, чем на 25 тыс. чел. Отсюда нетрудно понять с какими еще более обострившимися демографическими перепадами при тенденции постоянно растущего среднего возраста матерей, рождающих первого ребенка, вплоть до середины текущего столетия может столкнуться Республика Беларусь.

Предшествующие демографические волны, приводившие к резкому сокращению численности населения страны, протекали в критические периоды истории, связанные с глубокими социально-демографическими потрясениями, такими как революция 1917 г., Гражданская война, голод, репрессии, Великая Отечественная война, распад Советского Союза и другими событиями. Особенностью послевоенных демографических волн является их формирование в мирное время. Их факторами являются структурные причины – вхождение в возраст активного рождения детей предыдущих более малочисленных поколений, а также проведения той или иной социальной и демографической политики.

Высота демографических гребней и ям зависит не только от предыдущих циклов демографических волн, но и от демографической политики. Она обусловлена, не только изменениями в репродуктивных процессах прошедшего периода, но и принимаемыми властными структурами разных уровней управленческими решениями, касающиеся демографического развития. Положительные результаты в пронаталистской политике 2003–2015 гг., на наш взгляд, были связаны с тем, что в течение этого периода демографические программы были действительно сначала Национальными, а затем Государственными программами по обеспечению демографической безопасности, т. е. носили комплексный межведомственный характер, наполненными прежде всего социальными мероприятиями. Содержание последующих демографических про-

грамм сузилось. Они на 2016–2020 и 2021–2025 гг. стали ведомственными, что даже отражено в их наименовании – «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь», наполненными – только сугубо медицинскими мероприятиями и отсутствию в них управленческих социальных направлений. Это позволяет констатировать, что нынешнее резкое обострение демографической ситуации в Республике Беларусь, характеризующимся прежде всего снижением рождаемости, связано не только с предыдущими перепадами в демографических «волнах», но и с сужением содержания демографических программ.

С 2016 г. началось уменьшение рождаемости, а с 2020 г. и самое значительное сокращение численности населения. Если демографические процессы 2020 г. в определенной мере были связаны с коронавирусной ситуацией, то негативные демографические тенденции 2016–2019 и 2021–2023 гг. ковидом не объяснить. Они отражают остроту проблем управленческого механизма демографических процессов, выразившихся в снижении с 2016 г. роли и значимости государственных программ в обеспечении национальной безопасности.

Они, во-первых, потеряли статус комплексных межведомственных документов национального и государственного уровней, отразив ведомственные интересы только Министерства здравоохранения Республики Беларусь под руководством курировавшего его разработку вице-преьера, медика по специальности. В них исчезли социальные демографические мероприятия по преодолению депопуляции. Вне внимания последних программ демографической безопасности оказались и возросшие на рубеже 2020 гг. миграционные процессы.

Во-вторых, доминирующими в этом снижении оказались не только тенденции в демографических «волнах» сколько последствия решений ряда субъектов управления, преследовавших сугубо ведомственные интересы. В результате по своим итогам они оказались направленными против активной роли демографической науки и демографической политики. Среди этих решений ведущими стали интересы Министерства финансов Республики Беларусь, получившие в конце 2015 г. название «финансовой диеты», что сказалось на сокращении уровня рождаемости, составившего за 2016–2019 гг. 35,9%. Под их влиянием с 1 января 2016 г. Министерство по труду и социальной защите населения Республики Беларусь отменило включение в общий трудовой стаж при назначении пенсии трехлетнего «декретного» отпуска и периодов нахождения матерей по уходу за ребенком на «больничном», заменив его страховым стажем. Это привело к обвальному снижению рождаемости. Принцип «не навреди» относится не только к медицине, но и к управлению в целом, особенно к социально-демографической политике. Негативная роль реализуемых этих ведомственных интересов подтверждается следующими фактами.

Еще за три квартала 2016 г. численность родившихся детей была выше соответствующего периода 2015 г., т. е. тех, зачатие которых пришлось до принятия замены общего пенсионного трудового стажа на страховой стаж. После его принятия произошло сокращение рождаемости за последний квартал 2016 г. по сравнению с соответствующим периодом 2015 г. С этого периода рождаемость дальше протекала по резко убывающей экспоненте. Как результат «действия» этих программ демографическая сфера стала характеризоваться снижением рождаемости в 2016 г. на 1,05% – за счет только четвертого квартала. А затем по сравнению с предыдущими периодами более крупными размерами: в 2017 г. – на 12,92%, в 2018 г. – на 8,30% и в 2019 г. – 6,85%. При этом численность репродуктивной базы снижалась не так велико – в 5–6 раза меньше. Этот сугубо ведомственный подход, отвечающий интересам министерства финансов: чем меньше детей, тем меньше расходов на выплату пособий, нанесший вред демографическим процессам, был отменен только спустя пятилетие. Но, несмотря на отмену такого ошибочного пенсионного решения, что было позже признано, механизм снижения рождаемости был запущен – и по законам социальной инерции он остался функционировать по прежнему.

Сокращение рождаемости нарушает пропорции воспроизводства населения, демографическую структуру населения, что обуславливает негативные социальные, экономические и политические последствия. Беларусь входит в число государств с самой низкой рождаемостью и высоким уровнем отрицательного естественного прироста населения. Преодолеть демографический кризис сложно, на что будут влиять, как объективные факторы в виде сложившейся деформированной возрастной и половой структурой населения, так и субъективные составляющие – социальная политика и демографические ориентации. Но смягчить их депопуляционные последствия – задача управленческого механизма.

Список использованной литературы

1. **Энгельс, Ф.** Наброски к критике политической экономии / Ф. Энгельс, К. Маркс. – 2-е изд. – М. : Госполитиздат, 1959. – Т. 13. – С. 489–493.

2. **Демографический** ежегодник Республики Беларусь. Статистический сборник. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2019. – 429 с.

3. **Регионы** Республики Беларусь. Социально-экономические показатели. 2020. Статистический сборник. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. – Т. 1. – 776 с.

4. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь. 2023. Статистический сборник. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2023. – 322 с.

5. **Численность** населения на 1 января 2024 г. и среднегодовая численность населения за 2023 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, поселков городского типа. Статистический бюллетень. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2024. – 30 с.

УДК 004.8:81

Д. А. Казанникова (kazannikovadiana@gmail.com),

преподаватель

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомеля, Республика Беларусь*

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В статье рассматривается влияние искусственного интеллекта (ИИ) на процесс обучения иностранным языкам. Основной целью статьи является анализ современных технологий, основанных на ИИ, и их применения в языковом обучении, а также выявление их преимуществ и недостатков. В качестве методов исследования использованы систематический обзор литературы, а также анализ практических примеров успешного внедрения ИИ в языковое обучение. Рассматриваются такие технологии, как адаптивные обучающие системы, чат-боты для практики общения, приложения для перевода и инструменты для анализа произношения. Полученные результаты показывают, что использование ИИ существенно повышает мотивацию обучающихся, улучшает эффективность обучения и позволяет индивидуализировать подход к каждому обучающемуся.

The article examines the influence of artificial intelligence (AI) on the process of learning foreign languages. The main purpose of the article is to analyze modern AI-based technologies and their application in language learning, as well as to identify their advantages and disadvantages. The research methods used are a systematic review of the literature, as well as an analysis of practical examples of successful implementation of AI in language learning. Technologies such as adaptive learning systems, chatbots for communication practice, translation applications and pronunciation analysis tools are considered. The results show that the use of AI significantly increases the motivation of students, improves the effectiveness of training and allows you to individualize the approach to each student.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ); нейросеть; чат-бот.

Key words: artificial intelligence (AI); neural network; chatbot.

Искусственный интеллект – это понятие, которое на протяжении многих лет символизирует потенциал человеческого интеллекта, открывая нам захватывающий мир вычислений и независимого мышления. За время своего быстрого развития ИИ прошел долгий путь, начиная с простых теоретических концепций и достигая значительного влияния на нашу современную цивилизацию.

И. И. Ивин утверждает, что «Искусственный интеллект – область компьютерной науки (информатики), специализирующаяся на моделировании интеллектуальных и сенсорных способностей человека с помощью вычислительных устройств» [1]. В. С. Степин дает следующее определение: «Искусственный интеллект (англ. artificial intelligence): 1) научное направление, ставящее целью моделирование процессов познания и мышления, использование применяемых человеком методов решения задач для повышения производительности вычислительной техники; 2) различные устройства, механизмы, программы, которые по тем или иным критериям могут быть названы «интеллектуальными»; 3) совокупность представлений о познании, разуме и человеке, делающих возможным саму постановку вопроса о моделировании интеллекта» [2]. Оба определения показывают, что искусственный интеллект является сложной и многогранной областью, сочетающей в себе как технологические, так и философские аспекты. Внедрение ИИ в различные сферы жизни имеет потенциал не только для повышения производительности и оптимизации процессов, но и для углубленного понимания человеческой природы и способов взаимодействия разума с окружающим миром.

Одним из наиболее перспективных направлений применения искусственного интеллекта является его использование в области образования. Как утверждают Р. А. Амиров и У. М. Балалова, внедрение ИИ обладает значительным потенциалом для образования, создания новых возможностей и повышения эффективности всей отрасли. Интеграция технологий ИИ в учебный процесс может улучшить его качество и сократить затраты на организацию образовательного процесса. Авторы отмечают, что искусственный интеллект не конкурирует с преподавателями ни в процессе обучения, ни в оценке знаний обучающихся. Более того он служит дополнительной поддержкой и представляет собой ценный инструмент, который способен автоматизировать многие аспекты управления учебным процессом, а также помочь в организации обучения [3].

Изучение иностранных языков в современном мире имеет огромное значение, поскольку глобализация требует от людей способности эффективно общаться с представителями разных культур. Владение иностранными языками открывает новые карьерные возможности, повышая конкурентоспособность на рынке труда. Кроме того, оно способствует культурному обмену и позволяет глубже понимать традиции и обычаи других народов. Научные исследования и доступ к международным публикациям также становятся более доступными для тех, кто владеет несколькими языками. Изучение иностранных языков развивает личностные качества, такие как гибкость мышления и уверенность в себе.

Использование искусственного интеллекта для обучения иностранным языкам открывает новые горизонты для эффективной работы, предлагая множество возможностей для более глубокого понимания языка и культуры. ИИ может адаптироваться к индивидуальным потребностям каждого обучающегося, предлагая уникальные занятия и материалы, которые соответствуют уровню знаний и его интересам. Эта адаптивность позволяет преподавателям сосредотачиваться на специфических аспектах языка, которые требуют дополнительного внимания, вместо того чтобы следовать универсальной программе.

Актуальность статьи заключается в стремительном развитии технологий и их влиянии на образовательный процесс. Искусственный интеллект не только делает обучение более доступным и персонализированным, но и позволяет адаптировать методики обучения под индивидуальные потребности обучающихся. В условиях глобализации и усиливающейся потребности в знании иностранных языков, интеграция ИИ в образовательный процесс помогает улучшить качество преподавания, повысить мотивацию обучающихся и оптимизировать работу преподавателей. Эта тема остается особенно значимой в свете трансформации традиционного образования, что обуславливает необходимость исследования и внедрения новых технологических решений в обучение языкам.

Искусственный интеллект значительно упрощает процесс оценки текстов эссе и других письменных работ, обеспечивая более эффективный подход. Он способен анализировать содержание текста, выявляя структуру, логическую последовательность, что позволяет оценить качество работы.

Использование искусственного интеллекта для написания научных работ активно развивается. Обучающиеся активно используют нейросеть ChatGPT при написании дипломных работ, научных статей, эссе и т. д. Использование Yandex Translate и Google Translate помогает при переводе текстов и специфических терминов, которые часто встречаются в научных работах. Однако не всегда использование автоматических переводчиков приводит к хорошему результату, особенно с терминами и контекстом. Эти инструменты могут быть хорошими помощниками, которые помогают в выполнении заданий на отлично, однако стоит уделить внимание и самостоятельному анализу текста.

Следующим инновационным инструментом для обучения иностранным языкам является Twee. Twee предлагает инструменты на основе искусственного интеллекта, которые создают планирование уроков для преподавателей иностранного языка. С их помощью можно легко создавать вопросы для проверки знаний обучающихся. Кроме того, платформа помогает генерировать диалоги, что способствует улучшению навыков общения. Twee также предоставляет возможность мозгового штурма для обогащения словарного запаса. Эти инновационные функции охватывают все аспекты обучения: чтение, письмо, аудирование, говорение и грамматику. Для актуализации пройденной лексики можно составить рассказ на основе изученных слов. Для создания рассказа про университет была использована следующая лексика: *to be founded in 1964, labs, canteen, classrooms, library, dean's office, lectures and seminars, economics, statistics, languages, history of Belarus, diploma work*. В результате нейросеть выдала текст: *The Belarussian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives was founded in 1964. This university is known for having modern labs, a spacious canteen, and well-equipped classrooms. Students have ac-*

cess to a large **library** where they can study various subjects. The **dean's office** is always busy, handling student queries and administrative tasks. The university offers many **lectures and seminars** in different fields such as **economics, statistics, and foreign languages**. There's also a focus on **the history of Belarus**, which is a part of the curriculum. Students work hard to complete their **diploma work** before they graduate. The blend of theoretical knowledge and practical experience prepares them well for their future careers. Нейросети предоставляют широкие возможности не только для генерации текстов с определенной лексикой, но и для оценки их усвоения. После создания текста с помощью искусственного интеллекта, логичным продолжением является разработка заданий для проверки понимания материала обучающимися. Гибкость нейросетей позволяет формировать различные типы вопросов в зависимости от заданных параметров: это могут быть задания на общее понимание текста, утверждения, требующие оценки их истинности или ложности, а также вопросы с множественным выбором ответа. Например: *What is the primary requirement for students to graduate?*

- A) *Passing comprehensive exams;*
- B) *Completing a diploma work;*
- C) *Participating in group projects;*
- D) *Attending a certain number of classes.*

Нейросеть также дает возможность преобразовать данный текст в диалог. Стоит отметить, что инструмент дает возможность выбрать желаемый уровень сложности языка для создаваемого диалога. Более того, после генерации диалога сервис предлагает дополнительные опции для его модификации: можно упростить текст, сделать его более сложным или сократить объем. Ниже представлен пример сокращенного диалога:

Kate: Have you heard of the Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives?

Lisa: No, what's that? Sounds like a long name.

Kate: It's a top economic education center in our country since 1964.

Lisa: Impressive. What facilities do they have?

Kate: Two buildings with everything – classrooms, labs, library, sports complex, canteen.

Lisa: What majors do they offer?

Kate: Lots – economics, finance, accounting, marketing.

Lisa: Do they only have day classes?

Kate: They also offer correspondence and distance learning so students can work while studying.

Lisa: Where can graduates work?

Kate: In consumer cooperatives, industrial enterprises, banks, endless possibilities.

Lisa: How long is the program?

Kate: Four years full-time, five for correspondence, practical training included.

Lisa: Seems like hard work but worth it.

Kate: Definitely, innovative technology, interactive teaching methods, research projects lead to diplomas.

Lisa: Thanks for sharing, I'll consider it for my future studies.

Для озвучивания текстов преподаватели могут использовать на своих занятиях инструмент ElevenLabs. Данный инструмент предлагает мощный генератор речи на основе искусственного интеллекта, который создает высококачественные звуковые записи в любых голосах, стилях и языках. Этот инструмент идеально подходит для преподавания, так как позволяет учащимся слышать различные интонации и акценты, что обогащает их восприятие языка. ElevenLabs прекрасно воспроизводит человеческие эмоциональные нюансы и акценты, адаптируя подачу в зависимости от контекста. Благодаря этому преподаватели могут использовать генератор речи для создания интерактивных учебных материалов и улучшения навыков аудирования обучающихся.

Lexica Art является инновационным инструментом, который может значительно улучшить процесс изучения иностранных языков. Путем генерации изображений на основе текстовых запросов, данный инструмент позволяет обучающимся визуализировать слова и фразы, что способствует более глубокому пониманию и запоминанию материала. Например, обучающиеся могут создавать иллюстрации к новым словам, что помогает закрепить их значение в памяти. Кроме того, изображение может использоваться для обсуждения или написания текстов, развивая навыки говорения и письма. Обучающиеся могут экспериментировать с различными темами и стилями, что делает процесс обучения более интерактивным и увлекательным. Lexica Art также помогает в освоении культурных аспектов языка, создавая изображения, отражающие

местные традиции и обычаи. Это расширяет горизонты обучения, позволяя погружаться в языковую среду даже на расстоянии. Использование визуальных материалов способствует развитию критического мышления и креативности.

В открытом доступе можно найти большое количество чат-ботов. Чат-боты с искусственным интеллектом могут значительно упростить работу преподавателей при подготовке к занятиям. Они способны помочь в создании учебно-методических материалов. Например, можно запросить у чат-бота составить план урока или подобрать примеры. Также чат-бот может предложить грамматические или лексические задания с выбором ответа, сгенерировать текст с использованием новой лексики или грамматических структур. Кроме того, он может составить вопросы к тексту и перефразировать имеющийся материал, а также подготовить викторину. Особенно ценным является возможность быстрого создания большого количества тестовых заданий с заданной лексикой или конкретным грамматическим правилом, что облегчает подготовку к занятиям. Например, чат-бот можно попросить составить 5 предложений со следующими словами: *break into, capable of, interested in, break out, split up*. *Результат: the thief tried to break into the house at midnight; she is capable of solving difficult math problems; I am interested in learning how to play the guitar; suddenly, a fire broke out in their house; they decided to split up because they had different goals.*

AndyRobot – это удобный способ начать говорить по-английски, взаимодействуя с дружелюбным роботом по имени Andy. Он предлагает возможность практиковать язык в разговорной форме, что позволяет обучающимся использовать английский на практике. С помощью AndyRobot пользователи могут ежедневно изучать новую лексику и проходить грамматические уроки. Этот чат-бот стал одним из самых популярных в мире, так как помогает как новичкам, так и тем, кто хочет улучшить свои навыки английского языка. Andy умеет поддерживать серьезные беседы на разнообразные темы, а также вести легкие беседы на повседневные темы. Одним из основных преимуществ Andy является его способность давать «осознанные» ответы, что позволяет вести продолжительные и конструктивные беседы. Это делает общение с роботом интересным и не дает скучать, побуждая пользователей возвращаться за новыми разговорами.

Чат-бот Multitranbot используется для быстрого и удобного поиска переводов слов и выражений на различных языках. С его помощью учащиеся могут улучшать свой словарный запас, находя нужные им слова в контексте. Бот обеспечивает примеры использования слов в различных фразах, что способствует лучшему пониманию и запоминанию. Также пользователи могут вводить собственные фразы для перевода, что развивает навыки письма и понимания. Интерфейс интуитивно понятен, что делает его подходящим как для новичков, так и для более опытных студентов. Функционал бота позволяет экономить время на поиске, превращая процесс обучения в более эффективный. Кроме того, мгновенная обратная связь позволяет учащимся корректировать свои ошибки и развиваться дальше.

PronunciationBot – это полезный инструмент для того, чтобы узнать правильное произношение слов и фраз. Просто отправьте боту текст, который хотите услышать, и он ответит вам ссылкой на аудио с правильным и четким произношением. Этот способ гораздо быстрее и удобнее, чем искать транскрипцию или использовать переводчик с функцией озвучивания. PronunciationBot делает процесс обучения более легким и эффективным. Благодаря ему можно улучшить навыки произношения без лишних усилий.

GPT-Edit – это мощный инструмент для редактирования текста, исправления орфографических и грамматических ошибок. Использование GPT-Edit в преподавании может значительно улучшить процесс обучения. Преподаватели могут использовать его для создания качественных материалов, исправления ошибок у обучающихся и предоставления обратной связи. Кроме того, студенты могут применять этот инструмент для самостоятельной работы над своими текстами, что способствует улучшению их навыков письма. GPT-Edit помогает в формировании более аккуратного и грамотного текста, что особенно важно в образовательной среде.

Методология обучения иностранным языкам с помощью технологий искусственного интеллекта включает разнообразные методы и подходы, которые могут существенно обогатить процесс обучения:

- 1) Геймификация. Внедрение игровых элементов в процесс обучения делает занятия более увлекательными и мотивирующими. ИИ может оценивать достижения студентов и присуждать баллы, что способствует повышению вовлеченности;

- 2) Анализ голосовой речи. Используя технологии распознавания речи, ИИ может помочь улучшать произношение и интонацию, предоставляя детальную аналитику по языковым навыкам;

3) Кросс-культурное обучение. ИИ может интегрировать материалы, которые повествуют о культуре и традициях стран, язык которых изучается, что способствует более полному пониманию языка.

4) Персонализированное обучение. Алгоритмы ИИ могут анализировать личные интересы и предпочтения обучающихся, предлагая темы и материалы, которые максимально соответствуют их интересам, что способствует более глубокому погружению в языковую среду.

Хотелось бы отметить, что безусловно, любой материал, созданный с помощью нейросети, требует предварительной проверки перед использованием на занятиях. Система может неправильно интерпретировать запрос. В некоторых случаях нейросеть может выдавать недостоверную информацию. Очень важно проверять не только содержание текста, но и данные. Особенно внимание стоит уделять приведенным примерам. Это поможет избежать ошибок и недоразумений во время учебного процесса. Качественная проверка материалов сохраняет высокий уровень обучения и информации.

Развитие и внедрение нейросетей в процесс обучения иностранным языкам открывает новые горизонты в образовательной сфере. Прежде всего, использование искусственного интеллекта позволяет персонализировать учебный процесс, адаптируя содержание занятий к индивидуальным предпочтениям и потребностям каждого ученика. Важно отметить, что нейросети способны учитывать различные когнитивные стили обучающихся, что значительно повышает эффективность усвоения материала. Более того, интеграция нестандартных заданий, генерируемых нейросетями, способствует повышению мотивации и интереса обучающихся к изучению иностранного языка. Нельзя не упомянуть и о существенной экономии времени преподавателей на подготовку к занятиям, что позволяет им сосредоточиться на качественном взаимодействии с обучающимися. Использование нейросетей также открывает возможности для создания интерактивных и динамичных учебных материалов, которые могут адаптироваться в режиме реального времени. В целом, интеграция нейросетей в образовательный процесс не только оптимизирует обучение иностранным языкам, но и создает более увлекательную и эффективную учебную среду.

Несмотря на значительный прогресс в области искусственного интеллекта, нейросети не смогут полностью заменить преподавателя в обозримом будущем. Однако они могут эффективно помогать в обучении, предоставляя персонализированный контент и автоматизируя задачи. Преподаватели обладают уникальными качествами, такими как эмоциональный интеллект, способность к импровизации и умение вдохновлять обучающихся, которые пока недоступны искусственному интеллекту. Таким образом, нейросети следует рассматривать как мощный инструмент, который может значительно улучшить образовательный процесс, но не как замену преподавателю.

Список использованной литературы

1. **Ивин, А. А.** Философия: Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / А. А. Ивин // Наука. Искусство. Величие. – Режим доступа: <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/encyclopedia/index.htm?ysclid=m0m7tayleb811283894>. – Дата доступа: 12.09.2024.

2. **Степин, В. С.** Новая философская энциклопедия (в 4 томах, 2001) [Электронный ресурс] / В. С. Степин // Наука. Искусство. Величие. – Режим доступа: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/new-philosophical/index.htm?ysclid=m0m8165ghe954974802>. – Дата доступа: 12.09.2024.

3. **Амиров, Р. А.** Перспективы внедрения технологий искусственного интеллекта в сфере высшего образования / Р. А. Амиров, У. М. Билалова // Управленческое консультирование. – 2020. – № 3. – С. 80–86.

СОЧЕТАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Данная статья рассматривает необходимость грамотной интеграции традиционных учебников и современных информационных технологий, влияние технологий искусственного интеллекта (ИИ) на качество изучения иностранного языка. Исследования показывают, что комбинирование печатных материалов с цифровыми ресурсами, такими как интерактивные платформы и мобильные приложения, предоставляет возможность практиковать язык в контексте реальной жизни, повысить мотивацию и улучшить качество обучения, но требует осознания существующих проблем.

This article considers the need for an adequate integration of traditional textbooks and modern information technologies, the impact of artificial intelligence (AI) technologies on the quality of foreign language learning. As the research shows, combining printed materials with digital resources, such as interactive platforms and mobile applications provides an opportunity to practice language in the real-life context, increase motivation and improve the quality of learning, but awareness of the existing issues is required.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии; иностранный язык; интерактивные платформы; мобильные приложения; технологии искусственного интеллекта; компетентная личность; критическое мышление; мотивация.

Key words: information and communication technologies; foreign language; interactive platforms; mobile applications; artificial intelligence technologies; competent personality; critical thinking, motivation.

Концепция цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь на 2019–2025 гг. задает основные цели, задачи, направления и определяет границы цифровой трансформации процессов в системе образования Республики Беларусь до 2025 г. Создание Концепции обусловлено необходимостью совершенствования процессов в системе образования в Республике Беларусь на основе развивающихся цифровых технологий в целях формирования информационного общества и конкурентоспособного человеческого потенциала [1].

Роль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в обучении иностранному языку становится все более и более значимой. Традиционный учебник являлся основным средством обучения в течение многих десятилетий. Сегодня он все больше уступает место электронным и другим информационно-образовательным ресурсам.

Ориентация современной системы образования Беларуси на построение образовательного процесса на базе ИКТ происходит благодаря множеству факторов, где одним из первостепенных является стремительно возросшее количество пользователей интернета как в целом в мире, так и в Беларуси [2].

В ежегодном отчете Digital 2024 об использовании цифровых технологий и интернет-трендах в мире и по странам приводятся основные цифры и факты о развитии в нашей стране цифровых технологий и интернета. Согласно данному отчету на январь 2024 г. в Беларуси насчитывается 8,48 млн интернет-пользователей, а уровень проникновения интернета составлял 89,5% [3].

Процесс информатизации высшего образования в Беларуси осуществляется с помощью электронных образовательных ресурсов, информационных систем. При анализе отечественной литературы определены следующие преимущества применения средств ИКТ при обучении иностранному языку: повышение качества и эффективности учебного процесса; повышение активности познавательной деятельности у обучаемых; реализация межпредметных связей; увеличение объема и оптимизация поиска необходимой информации; создание единой информационно-образовательной среды для студентов, учитывая их уровень и индивидуальную траекторию обучения [4].

Среди наиболее популярных образовательных средств ИКТ и инструментов e-learning, используемых в процессе обучения иностранному языку в учреждениях высшего образования (УВО), а так же, непосредственно, для разработки профессионально ориентированного программного материала, нужно упомянуть следующие: гипертекст, создающий систему переключе-

стных ссылок в текстовой информации; средства мультимедиа, позволяющие передавать аудио и видео файлы. Используются «подкасты», способствующие развитию навыков аудирования и говорения: гипермедиа, дающие возможность сочетать гипертекст, создающий систему перекрестных ссылок, и мультимедиа; технология CD-ROM для хранения и накопления информации (CD-, DVD-диски, Flash-диски) в виде текстовых, видео, аудио и графических файлов. Они широко применяются в качестве приложений к современным учебникам и предоставляют обучающимся дополнительный материал по работе с грамматическим и лексическим материалом, чтению и аудированию; «вики-технологии», позволяющие добавлять файлы любого типа, с помощью гиперссылок на аудио и видео ресурсы.

Необходимо также упомянуть компьютерные обучающие и тестовые программы, электронные библиотеки, словари, текстовые и видео глоссарии, используемые в обучении профессионально ориентированной лексики и профессионально ориентированному чтению; телекоммуникационные технологии для общения (Internet, электронная почта, ICQ, Skype, Zoom, MailAgent, Telegram, и т. д.), предоставляющие возможность посредством аудио и видео участвовать в диалоге культур. Причем компьютер, в данном контексте способен повторять задания множество раз, тем самым добиваясь правильного ответа, и, автоматизируя обработку необходимых навыков.

Таким образом, обозначенные выше технологии в обучении иностранному языку могут применяться для управления образовательным процессом, мультимедийного предъявления материала, увеличения объема учебной информации, выполнения групповых и индивидуальных заданий и проектов, формирования аутентичной иноязычной среды, осуществления контроля и обратной связи [4].

На современном этапе развития ИКТ активно применяются обучающие оболочки, позволяющие объединить преимущества множества технологий в рамках одного ресурса. Построенные на базе платформ Moodle, eFront и других, они дают возможность размещения учебного материала в виде электронных учебников, аудио, видео, графических файлов, использования системы гиперссылок; с помощью разнообразных тестов контролировать знания и умения студентов, вести учет академических достижений учащихся в сети. Специалисты в области стремительно развивающейся сегодня компьютерной лингводидактики отмечают следующие преимущества использования ИКТ в рамках обучающих оболочек. Прежде всего, это возможность индивидуализации учебного процесса. Студент может выбрать свой образовательный маршрут и следовать ему в удобном для него темпе, а также в случае необходимости возвращаться к изучаемому материалу. Одним из важных достоинств является мобильность и аутентичность используемого учебного материала. Благодаря использованию сетевых технологий, аутентичных текстовых, аудио- и видео ресурсов есть возможность создания иноязычной среды. Другими часто упоминаемыми в научных источниках преимуществами являются доступность и разнообразие учебного материала, разнообразие подходов и методик, интерактивность и удобный инструментарий управления учебным процессом.

Однако анализ используемых ИКТ ресурсов в образовательном процессе показывает, что такое разнообразие новых инструментов превращается в «ярмарку технологий». Сегодня вопрос об эффективности применения ИКТ с точки зрения целей обучения остается актуальным как для исследователей, так и педагогов-практиков.

Одним из ведущих мотивационных факторов перехода от традиционного учебника к электронным ресурсам является его «старение». Учитывая стремительность обновления знаний, учебный материал на бумажном носителе не может выдержать конкуренции с электронными учебниками, т. к. их создание это трудоемкий и длительный процесс. Популярные современные электронные учебники, построенные на базе технологии «Вики», не требуют больших временных затрат и абсолютно мобильны [5]. Учебный материал можно постоянно обновлять, использовать различные виды наглядности, что является дополнительным мотивационным фактором для обучающихся.

Кроме того, традиционному учебнику характерно отсутствие индивидуализации процесса получения знаний, обратной связи (Feedback), и односторонняя трансляция учебного материала. Современный студент привык к активной межличностной коммуникации с другими пользователями в чатах и социальных сетях, где обеспечена постоянная обратная связь, и где каждый является не только «потребителем», но и создателем «новостей» [5].

Однако использование электронных учебников в процессе обучения, как в аудиторное время, так и в рамках виртуальной обучающей среды, показывает, что, имея инновационный характер самого ресурса, методы работы с ним остаются прежними. Студентам предлагается

прочитать учебник, запомнить информацию и репродуцировать ее путем ответа на поставленные к тексту вопросы. Таким образом, способ подачи и усвоения учебного материала мало отличается от традиционного. На образовательных порталах многих университетов учебный материал представлен в основном в виде электронных учебников с традиционным методическим сопровождением. Использование на занятиях по иностранному языку подкастов или видео подкастов с целью обучения аудированию значительно не отличается от применения традиционных аудиофайлов с той же обучающей целью. Хотя аудио и видеоподкасты имеют большую привлекательность для студентов и, следовательно, большой мотивационный потенциал.

В последние годы значительный прогресс был достигнут в разработке генеративного искусственного интеллекта (Generative Artificial Intelligence) благодаря появлению методов глубокого обучения, таких как нейронные сети. Бизнес, экономика управления и образование проявили значительный интерес к концепции GAI.

Общественный интерес к искусственному интеллекту значительно вырос в результате недавнего появления в открытом доступе больших языковых моделей (Large Language Models) и чат-ботов (chatbots), которые позволяют пользователям взаимодействовать с LLM. Известный также как виртуальный, диалоговый или разговорный помощник, чат-бот – это программное приложение, которое взаимодействует с пользователями через чат и стимулирует беседы, задавая вопросы и отвечая на них с помощью текста или аудио. Эти инструменты генеративного искусственного интеллекта (ИИ) позволяют людям мгновенно создавать записи на любую тему, введя простую подсказку.

Многие известные бизнес-лидеры подчеркивают, что GAI и ChatGPT «изменяют нашу работу и повседневную жизнь», указывают и утверждают, что ChatGPT «повлияет на работу исследователей» и «преобразит наше образование». Интерес к чатам растет благодаря их потенциалу поддерживать изучение иностранного языка интересными способами [6].

Для формирования навыков письма такие инструменты, как Grammarly или Criterion обычно используются для предоставления коррективной обратной связи во время этапов редактирования и редактирования процесса написания. Они включают в себя базовую грамматику, правописание и пунктуацию или более продвинутые аналитические данные. Чат-бот Replika имеет социальные характеристики и привлекает пользователей с помощью текста, аудио и других визуальных подсказок. Основные преимущества – высокая степень персонализации и возможность неформального общения. Другое решение – это чат-бот Andy, который может не только поддерживать разговор, но и дать пользователю определенные задачи, а затем проверить их выполнение.

Чат-бот Mondly был разработан как дополнительный компонент платформы для изучения иностранного языка. Чат-бот обладает неограниченным терпением и может мгновенно отвечать на запросы с использованием естественного языка. Если совершаются ошибки, чат-бот поддерживает автоисправления, тем самым снижая тревожность обучающихся, поддерживает готовность общаться и фокусируется на конкретных темах и интересующих областях. У чатбота большое количество разговорных фраз и образов речи. Приложение EFHello объединяет все вышеперечисленные функции, которые в дополнение к этому могут также проанализировать голосовые сообщения пользователя, обеспечивая возможность работы над произношением.

Голосовой чат-бот приводит к большей производительности, чем текстовый. Утверждается, что если чат-бот способен выполнять коммуникационные стратегии, он может поощрять готовность к общению. Важно помнить, что они не заменяют полноценную коммуникацию с носителями языка, но могут быть отличным дополнением к традиционным методам обучения.

Общественный дискурс вокруг GAI и ChatGPT во многом положительный, но в образовательной сфере существует серьезная обеспокоенность по поводу академической честности и плагиата. Некоторые исследователи критикуют инструменты ИИ за то, что они слишком «механичны» в своем поведении и не имеют важных коммуникационных компонентов. Более того исследователи задаются вопросом, как развивать такие навыки как критическое мышление, сотрудничество и творчество, навыки решения проблем, которые необходимы для академического успеха и успеха на протяжении всей жизни. Кроме того оперируя массивным объемом информации и данных, заимствованных из интернета, возникает сомнение и обеспокоенность по поводу надежности и точности этих данных. Хотя ChatGPT и GAI обладают революционным потенциалом, значительные сомнения и вопросы относительно их потенциального влияния на общество, включая этику, конфиденциальность и безопасность остаются актуальными.

Современные тенденции в обучении иностранному языку в учреждении высшего образования показывают необходимость грамотной интеграции традиционных и инновационных ме-

тодов. Сочетание традиционных учебников и ИКТ может значительно повысить качество образования, но требует осознания существующих проблем. С помощью современных технологий, обозначенных выше, можно успешно развивать тот или иной языковой навык. Однако целью современного образования, базирующегося на компетентностном подходе к обучению, является формирование и развитие целого ряда компетенций, под которыми понимается совокупность знаний, навыков и умений, формируемых в процессе обучения той или иной дисциплины, и способность к выполнению определенной деятельности на основе полученных знаний, навыков и умений. На базе определенных компетенций, жизненном опыте и ценностях формируется компетентность личности в целом, которая способна эффективно решать проблемы и задачи, возникающие в реальных ситуациях повседневной жизни. Очевидным является тот факт, что с помощью отдельных технологий невозможно сформировать компетентную личность, личность с глубоко осознанным пониманием целей своей учебной деятельности, способов их достижения, способности прогнозирования возможных проблем и путей их решения, наличия критического мышления, мотивации к обучению. Именно рефлексия, самооценка являются важнейшими учебными умениями и необходимой основой для усвоения содержания обучения и приобретения иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности, являющейся целью обучения иноязычному общению [5].

Таким образом, применение современных информационных технологий в обучении эффективно в случае применения современных технологий в рамках определенной модели обучения, разработанной с учетом решаемых задач, специфики и потребности обучаемых, условий обучения. Только при условии грамотного выбора компьютерных технологий, правильного сочетания традиционных и виртуальных образовательных моделей, образовательный процесс будет иметь инновационный характер, позволит индивидуализировать и дифференцировать обучение, повысит мотивацию студентов и создаст условия для самообразования и самосовершенствования в течение всей жизни (Lifelong Learning) [4].

Список использованной литературы

1. **В центре** внимания – цифровизация образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.by/news/v-tsentre-vnimaniya--tsifrovizatsiya-obrazovaniya/>. – Дата доступа: 24.09.2024.
2. **Статистика** интернета и соцсетей на 2024 год – цифры и тренды в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/tiktok-nabiraet-popularnost-u-belorusov-issledovanie>. – Дата доступа: 21.08.2024.
3. **Digital 2024**: основные выводы из ежегодного отчета Datareportal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.byyd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal>. – Дата доступа: 24.09.2024.
4. **Буримская, Д. В.** Комплексный подход при обучении студентов неязыковых факультетов иностранному языку на базе информационных систем / Д. В. Буримская, И. В. Харламенко // Вестн. Московс. гос. обл. ун-та. Сер.: Педагогика. – 2019. – № 2.
5. **Abdurakhmanov, D.** ICT in learning a foreign language: from a traditional textbook to a virtual learning environment [Electronic resource] / D. Abdurakhmanov, S. Khidirbayev // Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka. – 2021. – Vol. 1, № 1. – Mode of access: <https://ejournals.id/index.php/HP/article/view/116.pdf>. – Date of access: 25.08.2024.
6. **Wach K., Duong C. D.** The dark side of generative artificial intelligence: A critical analysis of controversies and risks of ChatGPT. // Entrepreneurial Business and Economics Review. – 2023 – 11(2). – Mode of access: <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110201>. – Date of access: 25.08.2024.

О СУВЕРЕНИЗАЦИИ СОДЕРЖАНИЯ СОЦИО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

В статье ставится проблема суверенизации современного российского образования на примере новой дисциплины «Основы российской государственности». Это особенно важно сейчас, когда Российская Федерация (РФ) оказалась перед лицом глобальных вызовов и геополитической радикальной эскалации. Ситуация требует от представителей академической сферы честности и здравого смысла, прекращения бездумного экстраполирования западных теорий, показавших на практике свою двусмысленность и безжизненность.

The article raises the problem of the sovereignization of modern Russian education on the example of the new discipline “Fundamentals of Russian Statehood”. This is especially important now that the Russian Federation is facing global challenges and a geopolitical radical escalation. The situation demands honesty and common sense from representatives of the academic sphere, and an end to the thoughtless extrapolation of Western theories that have shown their ambiguity and lifelessness in practice.

Ключевые слова: основы российской государственности; геополитическая эскалация; суверенитет; традиция; ценности; мировоззрение.

Key words: fundamentals of Russian statehood; geopolitical escalation; sovereignty; tradition; values; worldview.

В современных условиях геополитической эскалации и военных действий перед социогуманитарной сферой образования встала острая необходимость ценностно-теоретической суверенизации дисциплин.

В пересмотре содержания рабочих программ нуждается история, философия, политология, философия права, история правовых учений России и зарубежных стран и мн. др.

С 2023 учебного года в вузах РФ успешно стартовала новая дисциплина «Основы российской государственности» (появилось даже сокращенное название ОРГ). О важности данного факта свидетельствует то, что 29.01.2023 Президентом РФ было подписано поручение Министерству науки и высшего образования о разработке и включении в образовательные программы с 01.09.2023 новой дисциплины «Основы российской государственности».

Нормативная база для принятия данного решения была уже подготовлена (поправки в Конституцию РФ, указ о национальных целях развития России до 2030 г. (краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные), утверждение ныне действующей Стратегии национальной безопасности), а также определены стратегические национальные приоритеты [1; 2].

Все преподаватели данной дисциплины проходили многоступенчатое обучение (первый набор непосредственно в г. Москве, Национальный исследовательский ядерный университет Московского инженерно-физического института (НИЯУ МИФИ); потом обучение вели опорные региональные вузы; методические конференции, конкурсы и т. д.). Идея и возможности воплощения данной дисциплины возникли и разрабатывались в рамках проекта «ДНК России».

Дисциплина «Основы российской государственности» рассчитана на один (первый) семестр для студентов всех специальностей первого курса.

Преподавание опирается на разработанные учебные пособия (для инженерных и социогуманитарных специальностей), а также учебно-методические кабинеты (УМК). Все учебные пособия в настоящее время в электронном формате, так как проходят апробацию (непосредственно в вузах) и обсуждение (с возможной доработкой) в академической среде РФ.

Учебный курс «Основы российской государственности» содержит пять равнозначных по содержанию и самостоятельных по теоретико-практическому наполнению разделов.

Первый раздел «Что такое Россия» освещает географическое, демографическое, языковое, национально-культурное, этнографическое, религиозно-культурное, геополитическое многообразие РФ. В рамках данного раздела осмысливаются победы и испытания исторического пути России, подчеркивается непрерывность исторического бытия (Русь – Российская империя – СССР – РФ). Визуальным контентом для проведения занятий служат материалы раздела «ДНК России» Всероссийского общества «Знание». Большое внимание уделено героям России, прошлых веков и современным, что актуализирует в сознании студента связь поколений и ощущение личной ответственности перед своими предками, потомками и страной.

Исторически народы РФ сплотились в напряженном противостоянии внешней угрозе. Исторически расширение нашего государства не носило колониального характера (один только факт из многих, что налоги в присоединенных территориях были ниже), и это обстоятельство стало непосредственно жизненной возможностью возникновения российской (русской) цивилизации.

Все бытие России – это отражение внешних угроз онтологического характера (быть стране или не быть). В этой связи неудивительно, что сейчас председателем Русского Географического Общества (единственная непрерывно существующая с даты своего образования, 18 августа 1845 г., общественная организация) является бывший министр обороны РФ С. К. Шойгу [3], а заседания проходят при частом участии Президента РФ, ведь даже прогноз погоды в нашей стране может выглядеть как геополитическая сводка данных.

Более чем тысячелетний опыт самостоятельной государственности, культурное наследие, духовная традиция (православие, веротерпимость), глубокие исторические связи с европейскими и евразийскими культурами обеспечили современной РФ актуальность возможности успешного и гармоничного сосуществования на одной обширной территории различных народов, этносов, национальных групп с их языковыми, культурными и прочими традициями. Современная Россия является государством-правопреемником СССР, с учетом решающего вклада в победу во Второй мировой войне и создании современных международных отношений и ликвидации мировой системы колониализма, выполняя исторически сложившуюся уникальную миссию по поддержанию глобального баланса сил и выстраиванию многополярной международной системы. Все перечисленное обеспечивает условия для мирного поступательного развития для всего человечества, а не только отдельных стран.

Второй раздел называется «Россия государство цивилизация». Определение государственно-цивилизация (страна-цивилизация) в отношении РФ закреплено нормативно-правовыми актами. В новой Концепции внешней политики РФ, в п. 4 говорится об особом положении России как самобытного государства-цивилизации, обширной евразийской и евро-тихоокеанской державы, сплотившей русский народ и другие народы, составляющие культурно-цивилизационную общность Русского мира [4].

Во втором разделе вниманию студентов, в теоретическом развитии представлен цивилизационный подход в истории культуры и философии, у истоков которого стоят русские мыслители К. Н. Леонтьев и Н. Я. Данилевский; акцентируется внимание на самобытности и уникальности России, как государства, сохранившего свой суверенитет несмотря на напряженное историческое бытие (и древность, и Российская империя, и СССР, и сегодня) и даже геноцид советского народа в период Великой Отечественной Войны 1941–1945 гг. и радикальная вестернизация 90-х прошлого столетия.

Третий раздел основ российской государственности «Мировоззрение и ценности Российской цивилизации».

Цивилизация не мыслима без ценностных оснований. В настоящее время традиционным ценностям российской цивилизации уделено исключительное внимание [5]. Гражданственность представляет собой высокий нравственный приоритет, и настоящий гражданин не отделяет свою судьбу от судьбы Отечества. В Указе Президента Российской Федерации от 9.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» в п. 6. говорится, что христианство, ислам, буддизм и иудаизм оказали значительное влияние на формирование традиционных ценностей, общих для верующих и неверующих граждан. Особая роль в становлении и укреплении традиционных ценностей принадлежит православию [4].

Православие определило культурную, хозяйственную и политическую жизнь Российской цивилизации, даже наша повседневность, в которой мы несколько раз в день говорим «Спасибо» обращена к Богу, которого мы молим, порой сами того не осознавая, о спасении ближнего. Еще пример, традиционно русские не носили галстук («иудина удавка»), но носили пояс, подчеркивая особый статус сердца (как средоточия духовных помыслов). Сердце не рассчитывает (где расчет – там обсчет), но знает, а сильный – не тот, кто побеждает равного, а тот, кто защищает слабого. Русские святые свои добродетели оплакивали как грехи, ведь подлинная свобода в русской духовной традиции – это личная свобода от зла и основана на вере. А свобода и суверенитет обеспечивают пролонгацию традиции. Российская патриархальность (как некий цивилизационный код) традиционна выражена в идее отцовства, что характерно и для традиционных религиозных учений РФ. Современный западный либертаризм табуирует идею отцовства, выдвигая то приоритет феминности, то гендерный релятивизм.

По мере укрепления и расширения государства традиционная духовность отчасти трансформируется в религиозный идеал. В новой Концепции внешней политики РФ говорится об особом положении России как самобытного государства-цивилизации, обширной евразийской и евро-тихоокеанской державы, сплотившей русский народ и другие народы, составляющие культурно-цивилизационную общность Русского мира.

Все обозначенные в контексте дисциплины ОРГ ценностные константы Российской цивилизации существуют и, более того, могут существовать – только в неразрывном единстве.

В разделе также представлена современная модель мировоззрения – пентабазис – как человек – семья – общество – государство – страна.

В четвертом разделе речь о политическом устройстве РФ, в нем содержится экскурс понимания государства и права как таковых в истории развития философско-правовых учений, представление о политических институтах современной РФ. В настоящее время РФ демонстрирует миру новую форму правления – здоровый синтез республики и демократии. Студенты узнают также о программах государственной поддержки, действующих сейчас в РФ.

Пятый раздел «Будущее России: современные вызовы и развитие страны».

Не секрет, что современная РФ оказалась перед лицом глобальных вызовов, таких как геополитическая эскалация, терроризм, гендерный релятивизм, экономическая и информационная войны, угроза ядерной войны и других, а современная система международных отношений находится в глубоком кризисе. Политика РФ неуклонно держит курс на суверенитет и миротворчество, признание многополярности мира, дружбу и сотрудничество между народами планеты.

Итак, современность требует от представителей академической среды не только образованности, но и прежде всего здравого смысла и гражданской позиции. Не стоит упорствовать в экстраполяциях, обнаживших свою безжизненность, надо иметь силы и мужество постичь традицию своей страны и сделать ее основой образования, ведь нам, русским, есть что постигать у себя.

Список использованной литературы

1. **Харичев, А. Д.** ДНК России [Электронный ресурс] / А. Д. Харичев, А. В. Полосин // Деловая газета Взгляд, 08.02.2023. – Режим доступа: <https://m.vz.ru/politics/2023/2/8/1198356.html> – Дата доступа: 09.09.24.

2. **Харичев, А. Д.** Восприятие базовых ценностей, факторов и структур социально-исторического развития России (по материалам исследований и апробации) [Электронный ресурс] / А. Д. Харичев. – Режим доступа: <https://naukaru.ru/ru/storage/viewWindow/99169>. – Дата доступа: 20.11.22.

3. **Русское** Географическое Общество. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rus.team/firms/russkoe-geograficheskoe-obshchestvo>. – Дата доступа: 21.09.2024.

4. **Концепция** внешней политики Российской Федерации [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации, 31 мар. 2023 г., № 229 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.

5. **Об утверждении** Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации 9 нояб. 2022 г., № 809 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024..

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКОГО ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье дан обзор научно-исследовательской деятельности университета за пять лет в разрезе кадрового потенциала, реализации государственных научных программ, выполнения научно-исследовательских, опытно-конструкторских, опытно-технологических работ (далее – НИОК(Т)Р) по отдельным проектам и договорам с организациями, публикационной активности, изобретательской деятельности, научных мероприятий.

The article provides an overview of the research activities of the university for five years in the context of the personnel potential, implementation of state scientific programs, execution of research and development, technological work on individual projects and agreements with organizations, publication activity, inventive activity and scientific events.

Ключевые слова: научные исследования; научные публикации; инновационная деятельность; научные школы; потребительская кооперация.

Key words: scientific research; scientific publications; innovation activity; scientific schools; consumer cooperation.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации является ведущим учебным заведением в системе кооперативного образования Беларуси и в 2024 г. отмечает свой 60-летний юбилей. Университет имеет статус научной организации и в 2023 г. в очередной раз прошел аккредитацию в Национальной академии наук (НАН) Беларуси и Государственном комитет по науке и технологиям Республики Беларусь с получением соответствующего свидетельства. За многолетний период университет добился значительных успехов в научно-исследовательской деятельности и на сегодняшний день представляет собой прогрессивный научно-образовательный комплекс, ведущий подготовку специалистов экономического, управленческого, юридического и IT-профиля в магистратуре и аспирантуре.

Научную деятельность университета осуществляют 3 факультета, 11 кафедр, научно-исследовательский отдел, аспирантура, отдел международных связей, центр информационных технологий, отдел стратегического планирования и анализа, отдел дистанционных образовательных технологий и инноваций, библиотека, издательский центр. В университете функционирует научно-технический совет, координирующий его научно-техническую деятельность.

Для проведения научных исследований и выполнения разработок университет располагает необходимыми площадями, лабораториями и специалистами высокой квалификации. На всех кафедрах, осуществляющих подготовку аспирантов, магистрантов, имеется электронно-вычислительная техника с современными пакетами прикладных программ.

В целях создания условий для проведения научных исследований, повышения эффективности внедрения научных разработок создаются филиалы кафедр в организациях и предприятиях системы потребительской кооперации и других форм собственности. В университете функционируют 10 филиалов кафедр, в том числе 5 филиалов в организациях системы потребительской кооперации. В филиалах кафедр проводятся научные исследования в рамках выполнения кафедральных научно-исследовательских работ, курсовых и дипломных работ, диссертационных исследований, разрабатываются и внедряются конкретные предложения по совершенствованию деятельности организаций.

Кадровый потенциал. Образовательный процесс и научно-исследовательскую деятельность в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации обеспечивают 79 квалифицированных штатных преподавателей, 61% из которых имеют ученые степени доктора и кандидата наук. Весь профессорско-преподавательский состав привлекается к выполнению научно-исследовательских работ за счет второй половины рабочего дня преподавателей.

Под руководством ведущих профессоров в университете функционируют три научные школы, в рамках которых ведутся научные исследования, издаются учебники, монографии и другая учебно-методическая литература, осуществляется подготовка научно-педагогических кадров высшей квалификации: научная школа методологии и методики оценки эффективности труда и сферы товарного обращения (руководитель – С. Н. Лебедева, доктор экономических

наук, профессор); научная школа исследования потребительских свойств, качества, конкурентоспособности и безопасности непродовольственных товаров и сырьевых материалов (основатель и руководитель – В. Е. Сыцко, доктор технических наук, профессор); научная школа интегрирования методологий счетоведения и балансоведения с финансовым менеджментом, бюджетированием и контроллингом на микро- и макроуровнях (основатель – А. П. Шевлюков, доктор экономических наук, профессор).

Университет осуществляет подготовку научных кадров высшей квалификации в аспирантуре по пяти специальностям. За время своей деятельности в университете подготовлено для национальной экономики более 100 кандидатов и докторов наук. За последние пять лет ученая степень кандидата наук присуждена одному сотруднику университета, ученое звание доцента присвоено четырем сотрудникам. Результатом интенсификации научно-исследовательской работы стало назначение трем преподавателям университета стипендии Президента Республики Беларусь как талантливым молодым ученым.

Объемы выполненных работ. За последние пять лет объем выполненных научных исследований и разработок, оказанных научно-технических услуг учеными Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации составил более 200 тыс. р. За счет средств республиканского бюджета выполнено научных исследований на сумму 114 тыс. р., при этом внебюджетное финансирование за этот период увеличилось в 1,5 раза и составило 77% в общем финансировании.

Ежегодно в университете выполняется около 20 научных тем, из них 4 финансируемые темы и 16 тем – за счет второй половины рабочего дня преподавателя. Финансируемая тематика выполняется по заданиям Государственной программы научных исследований (ГПНИ), отдельным проектам Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (БРФФИ), договорам с организациями потребительской кооперации. С 2018 г. по настоящее время по результатам завершенных НИОК(Т)Р, зарегистрированных в установленном порядке, подготовлено 36 отчетов с суммарным объемом финансирования работ 257 тыс. р.

Участие в реализации государственных научных программ. Научно-исследовательская и инновационная деятельность Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации сконцентрирована на выполнении фундаментальных и прикладных научных исследований в области естественных и технических наук, а также общественных и гуманитарных наук. Все научные исследования, проводимые в университете, соответствуют утвержденному Указом Президента Республики Беларусь Перечню приоритетных направлений научных исследований Республики Беларусь. Научная организация университета занимается разработками новых теорий, технологий, методик и методологий как для отрасли потребительской кооперации, так и для национальной и зарубежных экономик. Ведутся работы в области экономики, социологии, бухучета и финансов, торговой отрасли, материаловедения и др.

При выполнении Плана важнейших научно-исследовательских работ по государственным программам научных исследований по Республике Беларусь на 2016–2020 и 2021–2025 гг. университет был подключен к выполнению пяти заданий ГПНИ в качестве соисполнителя:

– по двум заданиям ГПНИ «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества»: задание 2.01 «Исследование теоретико-методологических основ и разработка институциональных механизмов экономического роста Беларуси» по теме «Оценка влияния демографического потенциала регионов на социальное развитие белорусского государства»; задание 3.1.03 «Социальная сфера и неэкономические ресурсы развития белорусского общества» по теме «Формирование социальных ценностей современной белорусской семьи»;

– по заданию 6.52 ГПНИ «Физическое материаловедение, новые материалы и технологии» по теме «Принципы создания композиционных материалов с применением вторичных полимеров с гибридной структурой и управляемой функциональностью модифицированных компонентов» совместно с Институтом механики и металлополимерных систем им. В. А. Белого НАН Беларуси;

– по заданию ГПНИ «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства»: задание 3.04 «Научные основы развития человеческого капитала в контексте обеспечения социальной, демографической, экологической и экономической безопасности в Республике Беларусь» по теме «Совершенствование системы государственной миграционной политики в обеспечении социально-экономической безопасности и устойчивого развития Республики Беларусь»;

– по заданию 4.2.2 ГПНИ «Материаловедение, новые материалы и технологии» по теме «Научное обоснование технологий получения и рециклинга многофункциональных полимерных композитов со специальными свойствами на основе отечественного сырья для базовых от-

раслей промышленности» совместно с Институтом механики и металлополимерных систем им. В. А. Белого НАН Беларуси.

Выполнение НИОК(Т)Р по отдельным проектам и договорам с организациями. Преподаватели и сотрудники Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации принимали участие в конкурсах проектов фундаментальных научных исследований, проводимых БРФФИ.

За последние пять лет учеными университета выполнялись научно-исследовательские проекты по трем темам в рамках конкурсов БРФФИ. По результатам конкурса «Наука» выполнялся научно-исследовательский проект по теме «Разработка стратегии формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли в рамках обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь». По результатам конкурса «Наука-М» выполнялся научно-исследовательский проект по теме «Рыночные финансовые риски (валютные, процентные, ценовые) организаций Республики Беларусь: оценка, механизмы хеджирования и влияние на состояние собственного капитала». По результатам конкурса «Наука МС» учеными университета совместно с учеными Института социально-политических исследований Российской академии наук в рамках выделенного международного гранта выполнялись научные исследования по теме «Оценка и алгоритм использования резервов воспроизводства и миграции населения для сохранения демографического роста в Союзном государстве – Россия и Беларусь».

Следует отметить, что научные исследования университета сосредоточены на развитии отраслевой науки и направлены на совершенствование деятельности потребительской кооперации и повышение ее эффективности, научное сопровождение отраслей ее деятельности. За анализируемый период в университете выполнено три исследования, финансируемые за счет средств внебюджетного централизованного инвестиционного фонда Белкоопсоюза по следующим темам: «Разработка методических рекомендаций по оптимизации схем товародвижения и внедрению центрального автоматизированного офиса в розничной торговле Гродненского облпотребобщества»; «Организационно-практические аспекты реализации приоритетных направлений развития торговой отрасли потребительской кооперации Республики Беларусь»; «Ценовая политика как фактор роста доходности и объемов деятельности торговых организаций потребительской кооперации». Также выполнена научная тема, финансируемая за счет собственных средств Белкоопсоюза, по разработке перечня документов Национального архивного фонда, образующихся в деятельности Белорусского республиканского союза потребительских обществ и организаций, входящих в его состав (систему), с указанием сроков хранения».

Публикационная активность. За последние пять лет учеными Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации опубликовано 208 книжных изданий, в том числе 46 монографий, 4 учебника, 19 учебных пособий; издано 32 сборника научных статей, материалов и тезисов докладов конференций. Опубликовано 1 300 научных работ, включенных в наукометрические базы данных, из них: 6 статей в Web of Science, 23 статьи в Scopus, 1 280 статей в РИНЦ (Российский индекс научного цитирования). Университет является учредителем научного журнала «Потребительская кооперация», включенного в Перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований и в РИНЦ.

По результатам проведенных исследований за анализируемый период учеными университета внедрено 70 разработок, в том числе 17 – в народное хозяйство, 53 – в образовательный процесс университета, что подтверждается актами внедрения.

Изобретательская деятельность. Результативность практико-ориентированной научно-исследовательской работы университета подтверждена патентами. С 2018 г. по настоящее время университетом подана одна патентная заявка на изобретение и получены три патента, по которым университет выступает правообладателем вместе с другими организациями. Кроме того, преподаватели университета являются соавторами патентов на изобретения других научных организаций.

Научные и научно-технические мероприятия. С 2018 г. по настоящее время на базе Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации были организованы и проведены 35 международных конференций. Научные работники и профессорско-преподавательский состав приняли участие более чем в 300 международных и республиканских научных мероприятиях. Ежегодно в университете проводятся традиционные Писаренковские чтения, посвященные эффективности сферы товарного обращения и труда, и Международный форум молодых ученых «Молодежь в науке и предпринимательстве». В университете ежегодно проводятся конкурсы: на лучшую научную и учебно-методическую работу; конкурс научных работ студентов по направлениям.

В университете последовательно реализуются и внедряются основные идеи концепции «Университет 3.0». С этой целью осуществляется ряд мероприятий и проектов, таких как: изучение основ инновационной и предпринимательской деятельности; функционирование SMART-кафе, объединяющего активных студентов в подготовке инновационных StartUp-проектов; функционирование StartUp-школы, студенческой видеостудии Korog; реализация международных проектов, направленных на развитие молодежного предпринимательства. Получил признание на республиканском и международном уровнях ежегодно проводимый на базе университета Международный чемпионат StartUp-проектов «Молодежь и предпринимательство» при поддержке Гомельского облисполкома в рамках Гомельского экономического форума и Программы поддержки малого и среднего предпринимательства Гомельской области.

Полученные премии, гранты, медали, награды в области науки и техники. Результаты научной работы ученых Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации получают высокую оценку. Так, за последние пять лет получены гранты Президента Республики Беларусь в области науки (кандидат экономических наук, доцент Ж. В. Кадолич) и в области образования (заведующий кафедрой маркетинга, кандидат экономических наук, доцент Т. Н. Байбардина, кандидат экономических наук, доцент Л. В. Целикова), назначена стипендия Президента Республики Беларусь трем талантливым молодым ученым университета. Заведующему кафедрой товароведения, кандидату технических наук, доценту Е. В. Рощиной присуждена Премия Президента Республики Беларусь как лучшему педагогическому, научному работнику, внесшему особый вклад в развитие способностей одаренных студентов, по итогам 2019/20 учебного года. Премия Президента Республики Беларусь как лучшему педагогическому, научному работнику, внесшему особый вклад в развитие способностей одаренных студентов, присуждена заведующему кафедрой бухгалтерского учета, кандидату экономических наук, доценту Е. Г. Толкачевой (по итогам 2020/21 учебного года). Почетная грамота Министерства образования Республики Беларусь за успешное руководство научными исследованиями студентов-победителей Республиканского конкурса научных работ студентов вручена кандидату экономических наук, доценту Л. К. Климович. Старшему преподавателю кафедры мировой и национальной экономики, кандидату экономических наук Дорошко Виталию Николаевичу была присуждена премия Гомельского областного исполнительного комитета за 2020 г. по результатам конкурса научных работ молодых ученых и специалистов.

Учитывая имеющийся научный задел, обеспеченность научными и педагогическими кадрами, а также потребности Республики Беларусь и Гомельского региона в квалифицированных и управленческих кадрах, можно определить следующие перспективные научные направления деятельности университета в области общественных и технических наук:

– научные разработки в области целевого модифицирования вторичных полимеров для получения изделий бытового и технического назначения с целью разработки новых видов композиционных полимерных материалов, наполненных различными видами древесных волокон;

– научные исследования в сфере эмерджентной системы экономического потенциала и рисков организации в концепции стратегического обеспечения финансовой резистентности в условиях турбулентности рынков, а также исследования в сфере социального уголовно-правового контроля;

– научные исследования по разработке и обоснованию методик текущего и стратегического анализа устойчивого развития субъектов экономики; изучение инновационного потенциала в деятельности организаций как одного из важнейших ресурсов их устойчивого экономического роста; разработка и внедрение инновационной модели управления сбытовой политикой организации;

– в соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации на 2021–2025 гг. планируется проведение научных исследований, нацеленных на разработку и внедрение новых, инновационных направлений развития системы потребительской кооперации, способствующих экономическому развитию и обеспечению финансовой эффективности деятельности потребительской кооперации как конкурентоспособной многоотраслевой системы в целом, так и обеспечения в долгосрочной перспективе эффективной работы подведомственных организаций, динамичного развития отраслей Белкоопсоюза.

Университет также своей задачей видит увеличение заявок на выполнение научных исследований за счет различных источников финансирования, в том числе по ГПНИ, в рамках грантов, выделенных БРФФИ, за счет средств Внебюджетного централизованного инвестиционного фонда Белкоопсоюза, рост количества научных публикаций в изданиях с высоким импакт-фактором.

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ НА ОСНОВЕ ОНЛАЙН-ТЕХНОЛОГИЙ

С целью формирования профессиональной компетенции обучающихся в профессиональных образовательных учреждениях (ПОУ) в статье смоделирована и обоснована сбалансированная система педагогических условий инновационной образовательной среды на основе онлайн-технологий: е-профилей и е-портфолио, колл-центра для их верификации и коммуникаций с рынком, онлайн-ассесмент-центра и веб-учебно-методического обеспечения. Обоснована необходимость использования систем онлайн-управления отношениями (CRM) для внедрения онлайн-технологий в образовательную среду ПОУ.

In order to develop the professional competence of students in vocational educational institutions (VEI), the article models and substantiates a balanced system of pedagogical conditions for an innovative educational environment based on online technologies: e-profiles and e-portfolios, a call center for their verification and communications with the market, online assessment center and web educational and methodological support. The necessity of using online relationship management (CRM) systems for the introduction of online technologies into the educational environment of educational institutions is substantiated.

Ключевые слова: инновационная образовательная среда; онлайн-технологии; е-портфолио; профессиональное образование; колл-центр; онлайн-ассесмент-центр; сбалансированная система показателей.

Key words: innovative educational environment; online technologies; e-portfolio; professional education; call center; online assessment center; balanced scorecard.

Основным ресурсом и конкурентным преимуществом в постиндустриальной экономике как личности, так предприятия и общества становится их способность эффективно действовать в изменяющихся условиях и рынках. Поэтому эффективное освоение новой деятельности и развитие способностей становится основой их капитала. Способность к освоению и эффективному осуществлению профессиональной деятельности называют профессиональной компетентностью (ПК). Она содержит помимо профессиональных знаний, умений и навыков, которые перманентно меняются, еще и способности (интеллектуальные и коммуникативные), профессионально важные качества (ПВК), направленности и ценности личности.

В этой связи, остро стоит проблема создания условий для эффективного самостоятельного обучения и эффективных технологий массового формирования ПК у обучающихся в ПОУ. То есть проблема создания эффективной инновационной образовательной среды в ПОУ для формирования и развития ПК его обучающихся. Но у современной педагогической теории и практики нет достаточно эффективных технологий создания этих условий. Нет общепризнанных (конвенционных) показателей ПК и надежного и валидного инструментария их измерения, без которых невозможно целенаправленное управление ее формированием и развитием.

Анализ последних исследований и публикаций. Созданию и функционированию инновационной образовательной среды посвящены работы Л. Ващенко, Л. Даниленко, Г. Ельниковой, Л. Карамушки, Л. Подымовой, О. Тринитатской и др. Структура образовательной среды исследована Е. Климовым, Ю. Кулюткиным, В. Пановым, В. Слободчиковым и т. д. Типология образовательной среды нашла освещение в научных работах А. Артюхиной, Я. Корчака, С. Тарасова, В. Ясвина и др. Основам непрерывного профессионального образования посвящены публикации С. Батышева, А. Беляева, Н. Ничкало, В. Орлова, В. Радкевич, Л. Пуховской и др.

В то же время результаты научного анализа изучаемой проблемы показали ее недостаточную разработанность. Еще не решенными остаются вопросы, в частности те, которые связаны с использованием онлайн-технологии в формировании ПК, согласно которой возможно быстрое реагирование на актуальные потребности рынков труда и услуг, учет возможностей обучающихся. Эти аспекты обуславливают необходимость обоснования педагогических условий формирования ПК, условий создания инновационной образовательной среды для образования в ПОУ и в течение жизни.

Цель статьи: моделирование и обоснование сбалансированности системы условий образовательной среды для формирования ПК у обучающихся ПОУ.

На основе анализа научных исследований сущности и структуры инновационной образовательной среды предлагается рабочая ее дефиниция для ПОУ: «Образовательная среда – это система условий, способная обеспечить эффективное личностное саморазвитие ПК. Эта система состоит из комплекса соответствующих компонентов (локальных сред):

1) *Системы мотивации* к непрерывному образованию, к формированию и развитию ПК, отвечающей требованиям современного и будущего рынков труда (социальный компонент);

2) *Коммуникаций* рынка труда и личности, обучающихся и обучающихся (коммуникативный);

3) *Технологий*: образовательных, психологических, информационных, управленческих и ИТ (технологический);

4) *Информации*: учебно-методической, профессиональной, управленческой, рыночной (информационный);

5) *Физическое окружение*: помещение, оборудование, орудия их дизайн, отвечающие требованиям: образовательных технологий, психологическим, санитарно-гигиеническим, медицинским (пространственно-предметный).

Для создания и реализации стратегических условий образовательной среды необходима система их перевода на оперативный уровень управления. Поэтому, опираясь на теоретические определения и общую структуру образовательной среды и ее условий, учитывая современные потребности рынка труда, технологии менеджмента образования и возможности современных онлайн-технологий, предлагаем стратегически операционный, управленческий подход к определению структуры образовательной среды.

Этот подход базируется на методологии сбалансированной системы показателей (ССП) Каплана – Нортон, используемой в менеджменте и экономике. ССП – инструмент стратегического управления результативностью, частично стандартизированная форма отчетности, позволяющая менеджерам отслеживать выполнение задач сотрудниками, а также последствия выполнения или невыполнения. Такой тип контроля предполагает измерение результативности, сравнение показателя с референтным значением и осуществление корректировок при наличии разрыва. Основным принцип ССП, во многом ставший причиной высокой эффективности этой технологии управления – управлять можно только тем, что можно измерить.

Целевой результат определяется в нескольких разрезах: *клиенты, бизнес-процессы, развитие персонала, финансы*. Для каждой задачи, входящей в стратегическую карту, определяются свои ключевые показатели, которыми будет измеряться эффективность решения данной задачи.

ПОУ и учебную группу, с точки зрения менеджмента, можно считать предприятием, целью которого является удовлетворение потребностей рынка труда и личности в превращении человеческого потенциала в человеческий капитал, т. е. ПК личности обучающегося ПОУ.

Поэтому предлагаем модель образовательной среды и ее условий рассмотреть по следующим разрезам: *клиенты, процессы, персонал, финансы*.

Клиенты ПОУ – рынок труда в лице работодателей и заказчиков услуг, выпускников ПОУ, их обучающиеся и их семьи. Клиентам необходимо удовлетворение их потребностей в эффективном формировании ПК обучающихся и выпускников ПОУ.

Показателями и индикаторами ПК, предлагаем следующие показатели е-профиля профессионала и систем их измерения: знание, умение, способности (интеллектуальные и коммуникативные), профессионально важные качества (ПВК), профессиональные ценности и направленности. Эти показатели и их индикаторы можно онлайн фиксировать и сводить с использованием новейших онлайн-технологий. Достоверность измерения и оценивания ПК обеспечивается мониторингом оценок эксперта и окружения силами колл-центра, технологий оценки персонала.

Для подтверждения и расширенной демонстрации показателей профиля предлагаем соответствующее портфолио деятельности обучающегося. Верификацию и мониторинг показателей деятельности осуществляет колл-центр с использованием онлайн-технологий и программ класса CRM.

Таким образом, е-портфолио – это способ фиксирования, накопления и оценки личных качеств и достижений за определенный период времени. Цель е-портфолио: накопление достижений, отслеживание профессионального прогресса, представление деятельности и профессионального развития. Вид е-портфолио – сочетание е-портфолио документов, портфолио работ, портфолио отзывов, портфолио достижений, которые размещены на соответствующем веб-сайте. Они демонстрируют, а колл-центр и центры сертификации верифицируют показатели

ПК для рынка труда. Это позволит работодателям и заказчикам услуг оперативно находить соответствующих работников, сравнивая их индикаторы и показатели ПК, а работникам устанавливать свои расценки работ на основе этого сравнения и получать выгодные заказы или условия работ. Веб-сайт с профилями и портфолио и колл-центр для их верификации и мониторинга станут основным элементом стратегической мотивацией работников к непрерывному профессиональному образованию.

Таким образом, первым условием в группе «Клиенты» является создание и продвижение веб-сайта с реестром е-профилей и е-портфолио работников. Второй – создание колл-центра для: верификации е-профилей и е-портфолио работников; мониторинга оценок качества и объемов работ, решенных задач; получение онлайн-заказов и предложений заказчиков и работодателей.

Использование группы условий «Клиенты» позволит ПОУ:

- адаптироваться к требованиям современного рынка труда;
- непрерывно корректировать к современным требованиям рынка труда содержание, формы и технологии профессионального обучения;
- нацелить учебный процесс на конкретные индикаторы ПК;
- создать стратегическую мотивацию обучающихся к развитию ПК;
- максимально удовлетворять потребности своих клиентов и таким образом эффективно использовать материальные и кадровые ресурсы.

Индикаторами эффективности воплощения этих условий в ССП является количество верифицированных е-профилей и е-портфолио на сайте и его заказов на нем работодателей и (или) заказчиков услуг.

На основе теории деятельности, психологии управления, психологии интеллекта, структуры процесса усвоения знаний и освоения деятельности, психологии и методики ускоренного обучения Б. Бадмаева [1], являющейся воплощением теории поэтапного формирования умственных действий (ПФРД) П. Гальперина разработан алгоритм реактивного освоения деятельности (АРОД) [2]. АРОД – алгоритм, применяемый как реакция на возникающие у обучающихся проблемы освоения необходимой деятельности с учетом их интеллектуальных возможностей и опыта.

Следовательно, третьим условием или первым у второй группы условий «Процессы» является использование АРОД при планировании и организации индивидуальных и групповых учебных занятий.

Для эффективного использования АРОД при персонифицированном обучении необходимо соответствующее учебно-методическое обеспечение (УМО). Оно должно быть структурировано в соответствии с этапами АРОД [2]. Деятельность обучающего состоит из планирования учебной деятельности каждого обучающегося, ретрансляции ему учебной информации, получению от него обратной связи и предоставлению соответствующей информации. Следовательно, имея такое структурированное по этапам АРОД обучение, обучающий сможет легко в синхронном и асинхронном режиме осуществлять коммуникации с каждым обучающимся, ссылаясь на соответствующий раздел соответствующего УМО [3]. Таким образом, возможно адресное информирование обучающихся, а не «рассеянное» по В. П. Беспалько; и своевременный контроль и коррекция, а не «разорванный» (несвоевременный) контроль [1], что позволит значительно повысить эффективность обучения.

Информация представленная на видео, слайдах и структурированных текстах при выполнении задач усваивается гораздо лучше, чем на контактной, вербальной лекции. Лангитидные исследования, проведенные под руководством М. П. Карпенко свидетельствует, что производительность контактной лекции значительно уступает видеолекции [4]. Так результативность контактной лекции – 2,0; слайд-лекции – 2,4; видеолекции – 3,5; импрессионный видеофильм – 16,5; выполнение логических задач по рабочему учебнику 24,9.

Таким образом, УМО, созданное в форме видео, слайда и текстов для выполнения задач позволит обучающему:

- оперативно предоставлять релевантную учебную информацию персонально каждому обучающемуся;
- экономить время на персональное информирование обучающихся;
- значительно сократить время «живого» труда обучающего на обучение;
- сосредоточить основные усилия и время на обратную связь с обучающимися, оперативный своевременный контроль и коррекцию их знаний.

Создание такого УМО требует значительных затрат интеллектуального труда, а потому как и создание учебников должно стать предметом соответствующей индустрии. Но даже соб-

ственно ручное созданное или найденное в интернете УМО и структурированное по АРОД позволит быстро окупить затраты времени на его создание и достичь высокой эффективности.

Следовательно, это позволит радикально изменить роль обучающего из ретранслятора на проектировщика и корректировщика самостоятельного обучения обучающихся и их обеспечения УМО.

Таким образом, основные усилия и время обучающихся должны быть направлены на управление задачами обучающихся. Прямой контроль за процессом выполнения задач и эффективное взаимодействие возможны с 5–7 лицами согласно исследованиям психологов. А в практике требуется контроль за деятельностью и взаимодействием с 25 или более лиц. Поэтому планирование, организация и контроль образовательной деятельности каждого обучающегося, учебной группы и ПОУ без использования современных информационных технологий практически невозможно. Бизнес имеет сегодня надежные и эффективные веб- и онлайн-технологии привлечения и обслуживания большого количества клиентов, т. е. управление взаимоотношениями с клиентами – программы класса CRM.

CRM позволяет аккумулировать данные о каждом клиенте, о его статусе и качествах, контактах и адресах, запросах и заказах, «делах» с ним: встречах и событиях, сообщениях, онлайн переговорах с их записями, а также планировать их с каждым клиентом. Позволяет планировать, напоминать о сроках и контролировать задачи, снабжать их необходимыми ресурсами и контактами, назначать ответственных, соисполнителей и наблюдателей.

Таким образом, пятым условием или третьим условием группы «Процессы» является внедрение в учебный процесс онлайн-управления отношениями (CRM) для эффективного управления процессом формирования ПК каждого обучающегося.

Выполнение задач, даже квази-профессиональных, является не целью, а средством формирования и развития ПК. А для управления этим необходим мониторинг индикаторов развития ПК каждого обучающегося, которые формируются и проявляются в деятельности по выполнению задач. Поэтому необходима практичная и удобная система наблюдения и фиксирования показателей ПК в процессе и результате этой деятельности каждого обучающегося с использованием онлайн-технологий.

Система фиксирования и сведения индикаторов ПК является первым звеном в технологии «онлайн-ассесмент-центра ПК». Ассесмент-центр – один из методов комплексной оценки персонала, основанный на использовании взаимодополняющих методик, ориентированный на оценку реальных качеств сотрудников. Согласно исследованиям организационных психологов, ассесмент-центр является одним из наиболее точных методов оценки компетенции сотрудников. Стандарты ассесмент-центра зафиксированы в Российском стандарте центра оценки и их международных нормативах.

Технология «онлайн-ассесмент-центра» [5] для оценки ПК обучающихся ПОУ как будущих работников в предложенных педагогических условиях имеет все основные признаки метода ассесмент-центра, но и ряд существенных преимуществ: в валидности, надежности, экономичности и эффективности, которые обеспечивает следующее: лангитюдность исследования за время обучения в ПОУ; большее количество упражнений и подготовленных экспертов – педагогов; видеофиксация процесса и результата; возможность онлайн-наблюдения и фиксирования колл-центром.

Для воплощения в практику ПОУ условий групп «Клиенты» и «Процессы» необходимо соответствующее материально-техническое и программное обеспечение. В существующую материальную базу необходимо и достаточно добавить оборудование для системы онлайн образования.

Таким образом, 7-м условием образовательной среды должно стать создание материально-технической базы для онлайн образования в ПОУ.

Создают и применяют педагогические подходы и условия соответствующие педагоги – кадры ПОУ. Для применения вышеперечисленных условий необходима соответствующая подготовка обновленных кадров ПОУ. Целью обучения педагогов для обновления должно быть освоение: технологии применения АРОД и создания УМО; онлайн-управление задачами; оценка ПК методом онлайн-ассесмент-центра; программ класса CRM и веб платформ.

Итак, восьмым условием или первым в группе «Кадры» является организация обучения педагогов и администраторов колл-центра.

ПОУ в рыночной системе становятся субъектами рынка труда, а не только объектом социальной защиты. Поэтому их финансирование должно зависеть от количества и качества образовательных услуг по формированию и развитию ПК. Но сегодня финансируется содержание

ПОУ, его учеников и педагогов, так как оплачивается время пребывания в сфере управления заведения, а не количество и качество их услуг. Поэтому внедрение в образовательный процесс новых технологий, нуждается в дополнительных интеллектуальных усилиях и ресурсах, однако сегодня является волонтерской деятельностью некоторых педагогов.

Следовательно, нужна новая, рыночная, а не социально-удерживающая система финансирования услуг педагогов по результатам количества и качества сформированности ПК их обучающихся. Девятым условием или первым в группе «Финансы» является система финансирования педагогов и ПОУ по индикаторам их эффективности.

На основе анализа дефиниций понятия «образовательная среда» предложены ее прагматичное определение и структура, сбалансированная система педагогических условий инновационной образовательной среды и технология их реализации.

Таким образом, образовательная среда – это система условий, способная обеспечить эффективное личностное саморазвитие ПК. Эта система состоит из комплекса соответствующих компонентов (локальных сред): системы мотивации, коммуникации с рынком и лицами, технологической, информационной и физической.

Предложена и обоснована ССП условий инновационной образовательной среды, состоящая из следующих групп:

«Клиенты» – создание веб-сайта с е-профилями е-портфолио обучающихся и работников; колл-центра по верификации их е-профилей е-портфолио.

«Процессы» – организация процесса обучения по АРОД; создание УМО, структурированного по этапам АРОД; создание системы онлайн-управления задачами и отношениями (из программ класса CRM); создание онлайн-ассесмент-центра с индикаторами ПК; создание материально-технического и программного обеспечения для онлайн-образования.

«Кадры» – организация обучения педагогов и диспетчеров колл-центра новым онлайн-технологиям.

«Финансы» – воплощение системы финансирования педагогов и ПОУ по индикаторам их эффективности.

Дальнейшему исследованию подлежат условия и технологии формирования ПК с учетом сбалансированной системы условий образовательной среды ПОУ.

Список использованной литературы

1. **Беспалько, В. П.** Слагаемые педагогических технологий / В. П. Беспалько. – М. : Педагогика, 1989. – 192 с.
2. **Охременко, С. В.** Алгоритм реактивного освоєння діяльності / С. В. Охременко, М. П. Костюченко // Наукові праці ВНЗ «ДонНТУ». Сер. Педагогіка, психологія і соціологія. – 2016. – № 1–2 (18–19). – С. 112–125.
3. **Охременко, С. В.** Онлайн-база контенту освоєння діяльності / С. В. Охременко, М. П. Костюченко // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2020. – № 2 (158). – С. 42–51.
4. **Карпенко, М. П.** Качество высшего образования / Под ред. М. П. Карпенко. – М. : Изд-во СГУ, 2012. – 291 с.
5. **Охременко, С. В.** Онлайн-ассесмент-центр для онлайн-вимірювання професійної компетентності в процесі професійного навчання / С. В. Охременко // Colloquium-journal. Pedagogical sciences. – 2021. – № 12 (99). – С. 66–69.

ДИАЛОГОВАЯ ПЛОЩАДКА «РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ЯЗЫК МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ»: РЕАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ

Цель работы – показать на примере диалоговой площадки как традиционные и инновационные методы обучения не исключают, а взаимодополняют друг друга. В статье освещаются разнообразные методы и формы, использованные на диалоговой площадке в обучающих, развивающих и воспитательных целях. Насколько целесообразно использование данных методов на определенном виде занятий решает преподаватель для наибольшей эффективности своей работы.

The aim of the paper is to show by the example of a dialogue platform how traditional and innovative methods are not mutually exclusive, but complement each other. The article highlights the various methods and forms used on the dialogue platform “Russian as a Language of International Communication” for training, developmental and educational purposes. The teacher decides whether it is appropriate to use given methods in a particular type of classes for the most efficient work.

Ключевые слова: диалоговая площадка; беседа; игра; информационно-коммуникационные технологии; методы обучения; русский язык; язык межнационального общения.

Key words: dialogue platform; conversation; game; information and communication technologies; teaching methods; Russian language; language of international communication.

После объявления Советом глав правительств СНГ 2023 г. Годом русского языка как языка межнационального общения в странах Содружества были проведены самые разнообразные мероприятия, приуроченные этому событию. В Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации была организована диалоговая площадка «Русский язык как язык межнационального общения», объединившая белорусских обучающихся и иностранных студентов, приехавших из Демократической Республики Конго, Королевства Марокко, Гвинеи. В процессе диалога предполагалось затронуть вопросы важности знания иностранных языков (в том числе русского как иностранного) и русского языка как языка межнационального общения.

Когда речь идет о языках, то качественное обучение им (иностранному языку или родному) предусматривает формирование у обучающихся целого ряда социально-личностных компетенций: способность к социальному взаимодействию и межличностным коммуникациям, умение работать в команде, критическое мышление и др. Основным критерием качества усвоения изучаемого материала при формировании речемыслительной деятельности является коммуникация с высокой плотностью общения [1, с. 14].

Круглые столы, диалоговые площадки, по нашему мнению, максимально подходят для непринужденного общения на заявленную тему, причем педагог-организатор может отбирать информацию в зависимости от качественного и количественного состава участников. Здесь важно учитывать их возраст, уровень знаний по теме, общий кругозор и т. д. В нашем случае объединение на общем мероприятии иностранных и белорусских обучающихся, имеющих разный объем знаний и навыков по русскому языку для применения их в своей речевой деятельности, требовало более тщательной предварительной подготовки. Выбор формата мероприятия как диалоговой площадки и методов для ее проведения: традиционные (например, словесные: рассказ, беседа, дискуссия) и инновационные методы работы с аудиторией – позволили «разговорить» участников, поддерживать интерес к заявленной теме на протяжении всего мероприятия.

План проведения диалоговой площадки «Русский язык как язык межнационального общения» состоял из нескольких блоков:

1. Введение в тему.
2. Значение знания иностранных языков.
3. Основные функции русского языка:
 - а) национальный язык русского народа;
 - б) язык межнационального общения народов СНГ;
 - в) один из международных языков.

4. Распространенность русского языка в интернете (игра «Вордли»).

5. Богатство русского языка (тест, стихотворение-компиляция «Ни о чем и обо всем» В. Парина).

6. Игра в фанты.

7. Заключение.

Традиционный и обязательный диалог, в котором были задействованы участники на протяжении всего мероприятия, проходил в форме «вопрос – ответ». Приведем некоторые из вопросов:

– Кто знает, какие страны входят в состав СНГ?

– Так зачем же нужно знать иностранные языки?

– Кто сколько знает иностранных языков?

– Сколько всего насчитывается языков в мире?

– Сколько в Российской Федерации насчитывается языков и наречий?

– Какие вы можете назвать народности, проживающие на территории Российской Федерации?

– Кто знает, сколько в Демократической Республике Конго используется языков?

– Почему русский язык, по словам К. Паустовского, самый богатый..., меткий..., могучий..., волшебный?

Отвечая на поставленные ведущим вопросы, присутствующие были вовлечены в беседу, а порой и в дискуссию. Многие вопросы вызвали трудности при выборе правильного ответа. Те из студентов, которые правильно отвечали на сложные вопросы или вопросы, требующие однозначно конкретного ответа, получали бонусы, которые в конце мероприятия суммировались для определения самого эрудированного участника диалоговой площадки.

Беседа, являясь традиционным словесным диалогическим методом обучения, предусматривает подведение обучающихся путем ответов на продуманные вопросы к пониманию нового материала или проверяет усвоение уже изученного. На диалоговой площадке беседа использовалась двух видов: эвристическая и воспроизводящая (контрольно-проверочная) в зависимости от цели и направления беседы ведущим.

Инновационные методы обучения и как их разновидность информационно-коммуникационные технологии (далее ИКТ) в последние годы довольно активно используются в образовательном процессе, чтобы за небольшой промежуток времени была осуществлена главная цель занятия – получение обучающимися новых знаний, закрепление их на практике и обязательное присутствие воспитательной составляющей [2, с. 227].

Компьютерная презентация как одна из форм реализации ИКТ на диалоговой площадке была использована:

– ведущим (на протяжении всего мероприятия);

– студентом из Конго, который рассказывал о важности знания иностранных языков и русского в том числе (см. блок 2);

– белорусской студенткой, которая объясняла правила игры «Вордли» (см. блок 4).

Беседуя на диалоговой площадке о значимости русского языка в мировом языковом разнообразии, были приведены данные индекса глобальной конкурентоспособности, который определяется на основе 6-ти параметров (число говорящих на языке, международные организации, научные публикации, средства массовой информации, число пользователей интернета, доля сайтов в интернете), русский язык находится на 5-ой позиции, уступив английскому, испанскому, китайскому и французскому. Что касается распространенности определенного языка в интернете, то определить точное количество пользователей интернета, которые говорят на конкретном языке, достаточно сложно. Однако, согласно подсчетам, русский язык занимает 9-ое место по количеству пользователей, а по количеству сайтов в интернете русский язык находится на 2-ом месте (6,8%) после английского (63,7%) [3, с. 16–18].

Важным показателем функционирования языков в мире является их использование в международных организациях при налаживании дипломатических, экономических, культурных связей на глобальном уровне. Четверка лидеров выглядит следующим образом: 1) английский язык (в 23-х организациях), 2) французский (в 21-ой), 3) испанский (в 19-ти), 4) русский (в 15-ти) [3, с. 10]. Анализируя на диалоговой площадке приведенные данные разных показателей, констатируем бесспорную мировую значимость русского языка.

Как один из показателей распространенности языка в сети на мероприятии использовались интернет-ресурсы (одна из форм ИКТ) во время игры в слова «Вордли», о которой в презентации рассказал выступающий (см. блок 4). Основная суть игры состояла в угадывании сло-

ва дня, состоящего из 5 букв, используя 6 попыток. Участники тут же скачали на свои мобильные устройства русскоязычную версию игры, в которую ежедневно играет около 100 тыс. чел., и сыграли в нее. Победитель игры получил символический приз.

Из других форм ИКТ ведущим использовалось тестирование для определения грамотности присутствующих на примере десяти сложных в правописании славянских и заимствованных слов, которые также составляют лексическое богатство русского языка (см. блок 5). Так, на одном слайде были предложены варианты написания слова, а на следующем – правильный ответ (например: *придти – прийти – прити, правильно прийти; офлайн – оффлайн, правильно офлайн; терраса – терраса – терасса – тераса, правильно терраса* и др.). Участники проверяли себя сами, а после прохождения теста сразу были определены победители, которые были награждены призами.

Большой лексический запас исконно русского языка («Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля в 4-х томах содержит свыше 200 тыс. слов) располагает развитыми выразительными средствами для обозначения всех необходимых понятий в любой сфере человеческой деятельности. Как пример – стихотворение-компиляция «Ни о чем и обо всем» Виталия Парина, который объединил пословицы, поговорки, фразеологизмы, крылатые выражения, использующиеся в русском языке, в одно произведение. Посредством видеосюжета (еще одна форма ИКТ) данное произведение декламировали известные российские телеведущие (см. блок 5). Участникам предлагалось попробовать сосчитать устойчивые сочетания (их было 53), которые использовались в стихотворении, состоящем из 15 четверостиший (приводим отрывок):

Хороша страна Россия!
Здесь пасется *конь в пальто*.
Здесь родился, жил и умер
Знаменитый *дед Пихто*.

Через пень растет колода,
Оберег у всех – *авось*,
Ну, а *хуже*, чем *татарин*,
Ясно всем – *незванный гость!*

Бережет тут рубль *копейка*,
Голь на выдумки хитра,
Пьяным – море по колено
И нет худа без добра!.. [4]

Закончилась диалоговая площадка игрой в фанты по номерам пословиц, поговорок, фразеологизмов, крылатых выражений из стихотворения-компиляции, значение которых нужно было объяснять друг другу и особенно иностранным обучающимся.

Таким образом, на примере проведенной диалоговой площадки «Русский язык как язык межнационального общения» мы поделились методическим опытом по использованию в образовательном процессе традиционных методов, форм обучения и воспитания: словесных (рассказ, беседа, дискуссия), игровых (игра в фанты, кто быстрее ответит на вопрос), а также инновационных с использованием ИКТ (компьютерная презентация, компьютерное тестирование, интернет-игра, видеосюжет). Однако под инновациями следует понимать не только реализацию новых идей с использованием информационно-технических средств, но и любое нововведение, обновленные или усовершенствованные прежние методы или формы обучения [5, с. 94–95].

Беседа как один из основных методов, используемых на мероприятии, обеспечила более высокую познавательную и мыслительную деятельность обучающихся по сравнению с информационными методами, однако примененные методы ИКТ способствовали эффективному усвоению материала, поскольку информация воспринималась и зрительно, и на слух. Однако каждый преподаватель, зная своих обучающихся, вправе самостоятельно решать, какие применять методы для наибольшей эффективности своей работы. При этом самому преподавателю необходимо «быть всегда в творческом поиске, заниматься самообразованием и находить в обычном дидактическом материале нестандартные инновационные проявления» [5, с. 95].

Список использованной литературы

1. **Организация** образовательного процесса при изучении гуманитарных дисциплин с использованием информационно-коммуникационных технологий : отчет о НИР (промежуточ.) / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; рук. Е. Г. Федорцова. – Гомель, 2023. – 29 с.
2. **Федорцова, Е. Г.** Использование информационно-коммуникационных образовательных технологий в обучающих, научных и воспитательных целях [Электронный ресурс] / Е. Г. Федорцова, Й. Д. Манзанза, Д. Б. Мбомба // Использование информационных технологий в различных сферах деятельности : сб. науч. ст. междунар. науч.-практ. конф., посвященной 60-летию основания университета, Гомель, 14 мар. 2024 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. Л. П. Авдашковой. – Гомель, 2024. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
3. **Индекс** положения русского языка в мире: индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-Индекс), индекс устойчивости в странах постсоветского пространства (УС-Индекс). Выпуск 2 / сост. А. Л. Арефьев, А. Р. Голубь, С. Ю. Камышева, И. А. Маев, А. И. Ольховская, М. А. Осадчий, М. Н. Русецкая, А. С. Хехтель; под ред. М. А. Осадчего. – М. : Гос. ин-т рус. языка им. А. С. Пушкина, 2022. – 60 с.
4. **Хороша** страна Россия! [Электронный ресурс] // www.lingvolive.com. – Режим доступа: <https://www.lingvolive.com>. – Дата доступа: 15.02.2023.
5. **Федарцова, К. Р.** Інавацыі як любыя новаўвядзенні пры ўмове творчага падыходу да навучання / К. Р. Федарцова // Інавацыі ў выкладанні моў : матэрыялы міжнар. нав.-метад. сем., Гомель, 25 крас. 2018 г. / Гомельскі дзярж. ун-т імя Ф. Скарыны ; рэдкал.: адк. рэд. А. М. Воінава [і інш.]. – Гомель, 2018. – С. 94–99.

УДК 372.8

Н. В. Цепелева (cepelevanv@mail.ru),
канд. филос. наук, доцент
Сибирский университет
потребительской кооперации»
г. Новосибирск, Российская Федерация

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ИЕРАРХИИ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В КУРСЕ «ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ»

В новом курсе, появившемся в системе российского высшего образования и названном «Основы российской государственности», постулируется идея традиционных духовно-нравственных ценностей как основы российской культуры и государственности. Однако, на наш взгляд, в рамках данного курса не уделяется должного внимания проблеме формирования иерархии духовно-нравственных ценностей. Отсюда цель нашей работы – обратить внимание преподавателей курса на значимость данной проблемы, сформировать контекст рассмотрения данной проблемы для осознания важности формирования иерархии духовно-нравственных ценностей в системе мировоззрения обучающихся. В качестве методологии рассмотрения обозначенной проблемы автор статьи обращается к русской философской традиции, а именно к философии всеединства и соборности.

The new course, which appeared in the Russian higher education system and is called “Fundamentals of Russian Statehood”, postulates the idea of traditional spiritual and moral values as the basis of Russian culture and statehood. However, in our opinion, within the framework of this course, due attention is not paid to the problem of forming a hierarchy of spiritual and moral values. Hence, the purpose of our work is to draw the attention of the course teachers to the significance of this problem, to form a context for considering this problem in order to realize the importance of forming a hierarchy of spiritual and moral values in the system of students’ worldview. As a methodology for considering the indicated problem, the author of the article refers to the Russian philosophical tradition, namely, the philosophy of unity and conciliarity.

Ключевые слова: аксиология; традиционные духовно-нравственные ценности; русское мировоззрение; иерархия ценностей; пентабазис; соборность; всеединство.

Key words: axiology; traditional spiritual and moral values; Russian worldview; hierarchy of values; pentabasis, conciliarity; unity.

Проблема ценностей имеет очень большое значение в жизни любого человека и в культуре в целом. Как известно, все имеет свою ценность, материальную или духовную. В Указе Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» перечислены следующие традиционные ценности: «К традиционным ценностям относятся **жизнь, достоинство, права и свободы человека**, патриотизм, гражданственность, служение

Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России». В п. 4 данного указа дается определение традиционных ценностей: «Традиционные ценности – это нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан России, передаваемые от поколения к поколению, лежащие в основе общероссийской гражданской идентичности и единого культурного пространства страны, укрепляющие гражданское единство, нашедшие свое уникальное, самобытное проявление в духовном, историческом и культурном развитии многонационального народа России».

На основе данных определений строится аксиология курса «Основы российской государственности». В курсе «Основы российской государственности» представлена системная модель российского гражданского мировоззрения, которая получила название пентабазиса. Здесь выделяется 5 ключевых уровней системы мировоззрения: «человек – семья – общество – государство – страна». Описаны формы ее репрезентации: «символы – идеи и язык – нормы – ритуалы – институты». Каждому уровню соответствуют определенные ценности или ценностные принципы (доминанты):

- страна – единство многообразия и патриотизм,
- государство – суверенитет (сила и доверие),
- общество – согласие и сотрудничество,
- семья – любовь и ответственность, сохранение традиции,
- человек – созидание и развитие.

Затем эти ценностные доминанты получили конкретизацию с точки зрения ценностных установок, значимых для подрастающего поколения. Участники групповой работы по проекту «ДНК России» сочли, что «патриотизм» на уровне ценностных установок означает «идентифицировать себя со страной. Связывать свою жизнь со страной, видеть в ней будущее своих детей», «гордиться страной», «понимать важность защиты целостности, суверенитета, независимости пути России». «Доверие» на уровне ценностных установок означает прежде всего «признание компетентности и эффективности власти», «признание открытости власти, уважительного отношения к человеку», «единство целей власти и общества», «доверие к демократическим процедурам» (выборам). «Традиции» на уровне ценностных установок раскрыты как «семейные традиции», «семья и дети», «семья как союз поколений, где присутствует уважением к старшим и забота о младших», «семья как пространство безопасности, любви и поддержки». «Согласие (в обществе)» на уровне ценностных установок раскрывается как «взаимопомощь и поддержка», «терпимость к другому мнению», неприятие всего, что раскалывает общество, осуждение дискриминации по национальному, религиозному, возрастному (эйджизм) признаку. «Созидание» на уровне ценностных ориентаций личности раскрывается как «ценность успеха», «самоактуализация в разных сферах», «понимание зависимости успеха и благополучия от личных усилий», «ориентация на личностный рост и развитие», «гражданское самосознание», «осознание себя как части общества, страны, государства».

На основании представленного видно, что в основе аксиологии пентабазиса лежит определенная концепция человека, ориентированного на успех и самоактуализацию, самореализацию. При этом абсолютно отсутствует представление об аксиологической иерархии, основанной на онтологической иерархии, что, безусловно, идет вразрез с нашим культурным кодом, для которого характерен, с одной стороны, онтологизм ценностей, а с другой стороны, иерархия, прямо вытекающая из идеи онтологизма. В пентабазисе человек объявляется мерилем ценностей, человек является мерой всех вещей. В подобной формулировке нами усматривается некое желание сохранить золотую середину между материалистическим и идеалистическим видением бытия. Стоит ли в этом случае говорить о соборности и духовности, которые предполагают, собственно говоря, иерархию бытия, личностную иерархию, аксиологическую иерархию и, собственно, идею Бога-Творца. Об этой иерархии бытия как раз и говорит религиозная культура и религиозное мировоззрение. Об этом говорит русская религиозная философия, которую сегодня представляют носителем культурного кода страны и рупора традиционного мировоззрения и традиционных духовно-нравственных ценностей.

Обратимся к высказываниям русских мыслителей на этот счет. По замечанию О. П. Флоренского, культура иерархична. Более того, сама по себе культура не может быть высшей и самодовлеющей ценностью. Для определения подлинной шкалы ценностей необходимо выйти за пределы культуры к высшим ценностям по отношению к ней. Такой высшей ценностью для Флоренского был, конечно, религиозный христианский (православный) культ. Мы можем про-

вести аналогию и отметить, что то же самое значимо и для человека, для которого не задана, не определена высшая планка духовно-нравственного развития. Что значит «созидание и развитие» в контексте пентабазиса? Создание и развитие себя? Своего бизнеса? Или речь идет о стране? Даже в СССР перед людьми был идеал человека – человека-коммуниста. Сегодня в контексте курса «Основы российской государственности» транслируется идеал человека как героя, т. е. человека, что-то сделавшего на благо других людей, общества, государства, Родины в целом. Но ведь этого недостаточно, мало говорить о деятельности и поступках. Сегодня необходимо говорить о духовно-нравственном развитии человека: какой ты человек? Каковы твои человеческие качества? В каком направлении ты совершенствуешься? Как ты работаешь над собой? К чему ты стремишься?

Важность наличия иерархии ценностей и сформированности идеала в мировоззрении того или иного человека подчеркивали и русские мыслители, и западноевропейские мыслители. Из западных сразу вспоминается Макс Шелер с его *Ordo amoris* (порядком любви). Из наших мыслителей можно назвать Н. О. Лосского, который писал, что нарушение ценностной иерархии чревато различными негативными последствиями, в индивидуальном плане это, прежде всего, чревато потерей истинного смысла жизни, утратой цели существования. Лосский пишет: «Нельзя ради жизни утрачивать смысл жизни» [1, с. 198].

Аксиологическая система Н. О. Лосского, как известно, отичается своей выстроенностью [2]. Она пронизана принципом иерархичности бытия. Философ выделяет *следующие виды ценностей*: положительные и отрицательные; абсолютные и относительные; объективные и субъективные. Абсолютные ценности в свою очередь делятся на *всеобъемлющие* (первичные и тварные) и *частичные* (производные) ценности. К первичным или актуально всеобъемлющим ценностям Лосский относит Троицу. К тварным или потенциально всеобъемлющим ценностям мыслитель относит личность человека, имеющую возможность принять абсолютную полноту бытия, абсолютные ценности. Частичными ценностями являются любовь, истина, свобода, красота, жизнь, нравственное добро и т. д. Различные виды относительных ценностей или относительного добра могут иметь значение для одного субъекта или группы деятелей. Здесь выявляется еще одна группа – *субъективные ценности*. Для сравнения приведем примеры относительного и субъективного добра. Примером относительного добра являются помощь при переходе улицы, милосердие, любовь, поиск истины, правда и т. д. Примерами субъективного добра являются подарок другу, поход в театр и т. д. К сожалению, обучающиеся очень часто смешивают эти понятия и приходят к релятивистским выводам.

Значение относительного добра, по Лосскому, велико. С одной стороны, относительное добро – отрицательная ценность, как это ни парадоксально, так как оно возникло, по его терминологии, в психоматериальном царстве или в нашем реальном мире. С другой стороны, относительное добро, рассмотренное вне условий появления и своих следствий, является проявлением определенного порядка и гармонии. Существуют, по Лосскому, также *служебные ценности*, имеющие характер средств для осуществления положительных ценностей, например подметание комнаты, заполнение анкеты для получения паспорта и т. д.

На наш взгляд, аксиологическая система ценностей Н. О. Лосского может послужить хорошей иллюстрацией для современного рассмотрения проблемы иерархии ценностей в курсе «Основы российской государственности». Она позволит обратить внимание студентов на эту проблему и заставит задуматься над тем, что человек ставит выше всего, где, собственно, лежит его сердце, куда оно направлено.

С. Франк в статье «Сущность и ведущие мотивы русской философии» раскрывает основные черты русского мировоззрения [5]. Он *открывает «русское мировоззрение» как «религиозную этику коллективного человечества»*. Особенность русского мировоззрения, по мнению Франка, заключается в том, что оно существует как «МЫ-философия», выраженная в жизни русского народа, его религиозности и культуре. Для этой философии «последнее основание жизни духа и его сущности образуется «МЫ», а не «Я», но так, что «Я» в его свободе и своеобразии этим не отрицается, а, напротив, образованы его связью с целым. Другими словами, Франк видит особенность русского мировоззрения в контексте соборности, а не коллективности, в контексте создания сверхиндивидуальной целостности человечества, единства во Христе, чего, собственно, нет в системе просто традиционных ценностей. Суть «типично русского онтологизма», по Франку, заключается в чувстве принадлежности ко всеобщему бытию, такой укорененности в нем, что вся моя жизнь, все мое мышление оказываются «предсуществующими» только на этой почве. Онтологизм русского сознания определяет также особенности их практического отношения к миру: с одной стороны, это стремление к преобразению мира,

к «осуществлению божественных первооснов мира в эмпирической жизни», и, с другой, – «неколебимое спокойное приятие Бога и тихое вкушение Божественной жизни, несмотря на ее эмпирические несовершенства». Это отношение к миру закрепляется у русских, как считает Франк, словом «ПРАВДА». Она же у русских «означает истину в смысле теоретически адекватного образа действительности». С другой стороны, правда означает «нравственную правоту», нравственные основания жизни, ту самую духовную сущность бытия, посредством которой оно становится внутренне единым, освящается и спасается. С. Л. Франк отмечает, что русский путь – это «религиозный поиск святости», но не той, которая спасает лично меня, а которой спасется мир. Отношения личности и общества в этом мировоззрении мыслятся в рамках соборности, а не коллективизма.

Особо хочется упомянуть работу С. Н. Трубецкого «Этика и догматика», в которой С. Н. Трубецкой пишет, что «в самосознании апостольской церкви не было другого «принципа жизни», кроме Христа...» [3, с. 140]. Высший нравственный идеал христианства заключается в Христе и Царствии Божиим. Почему это важно? С. Н. Трубецкой отмечает, что человек, не верящий в добро как Бога, не признает вообще абсолютного добра. Любое ограничение блага до конкретного удовольствия, конкретной полезности здесь и сейчас, даже до нравственного добра или социальной справедливости на самом деле являются признанием ограниченности и, соответственно, относительности абсолютного добра. Не случайно, С. Н. Трубецкой делает вывод о том, что христианское учение является единственным учением, в котором реализован принцип абсолютной морали, морали для всех и каждого в отдельности, морали, которая не строится по принципу «свой-чужой».

Таким образом, в курсе «Основы российской государственности» при рассмотрении пентабазиса, когда на первое место в аксиологической цепочке ставится человек, его жизнь, достоинство, права и свободы, нужно обратить внимание на контекст рассмотрения данной проблемы, а именно: мы либо рассматриваем человека самого по себе, как меру всех вещей, вне определенной культуры и традиции, либо вписываем его в онтологию всеединства и соборности, где фиксируем духовно-нравственную связь человека с семьей, обществом, государством и страной. Здесь становится актуальной мысль Н. О. Лосского, что, с одной стороны, в мире действительно нет ценностей, которые были бы выше индивидуального личного бытия и индивидуальной жизни, но при этом им же утверждается, что многие ценности стоят выше земного существования человека. Соответственно, не нужно противопоставлять единичное и общее, они сосуществуют и взаимодополняют друг друга.

Список использованной литературы

1. **Лосский, Н. О.** Бог и мировое зло / Н. О. Лосский. – М. : Республика, 1994. – 436 с.
2. **Лосский, Н. О.** Условия абсолютного добра. Характер русского народа / Н. О. Лосский. – М. : Политиздат, 1991. – 372 с.
3. **Трубецкой, С. Н.** Этика и догматика : собрание сочинений / С.Н. Трубецкой. – М. : Тип. Г. Лисснера и Д. Собко, 1908. – Т. 2. – С. 139–160.
4. **Об утверждении** Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации, 9 нояб. 2022 г., № 809 // Консультант Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2024.
5. **Франк, С. Л.** Русское мировоззрение: [Сборник статей] / вступ. ст. А. А. Ермичева. – СПб. : Наука, 1996. – 736 с.

ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ БЕЛОРУССКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ»

В статье рассматриваются некоторые аспекты воспитательной работы со студенческой молодежью в процессе преподавания дисциплины «История белорусской государственности».

The article examines some aspects of educational work with student youth in the process of teaching the discipline “History of Belarusian statehood”.

Ключевые слова: Родина; история; мировоззрение; белорусская государственность; патриотическое воспитание; гражданственность; студенческая молодежь; воспитательный потенциал.

Key words: Homeland; history; worldview; Belarusian statehood; patriotic education; citizenship; student youth; educational potential.

Сложное геополитическое положение современной Республики Беларусь требует особого отношения к вопросам сохранения и укрепления белорусской государственности. События 2020 г. четко показали необходимость значительного усиления патриотического воспитания молодежи как одного из обязательных условий укрепления и развития белорусского государства. Для решения этой задачи предпринимаются самые разные шаги. И один из них – введение с 2022/2023 учебного года во всех высших учебных заведениях страны дисциплины «История белорусской государственности». Как сказано во введении к одноименному пособию «Актуальность курса «История белорусской государственности» связана с необходимостью формирования целостного представления о самобытности белорусской истории, знанием основных этапов становления белорусской государственности, пониманием ее особенностей. Изучение истории белорусской государственности поможет ответить на ряд ключевых вопросов, связанных с пониманием и восприятием наиважнейших общечеловеческих ценностей и культурных достижений всего человечества и вклада в их своего народа, исторического опыта своей страны.

Республика Беларусь – молодое суверенное государство, но традиции белорусской государственности имеют более чем тысячелетнюю историю. Белорусская государственность прошла в своем развитии очень сложный и противоречивый путь и накопила значительный исторический опыт, который имеет непреходящее значение для современного развития нашего государства.

Изучение курса «История белорусской государственности», на наш взгляд, оказывает значительное влияние на патриотическое воспитание студенческой молодежи, способствует пониманию, уважению и сохранению нашего историко-культурного наследия. На лекциях и практических занятиях рассматриваются как героические, так и трагические моменты нашего прошлого, достижения и противоречия, что позволяет показать объективно нашу историю, избежать всевозможных манипуляций историческими фактами. К примеру, сегодня активно навязывается молодежи тот факт, что белорусы, русские и украинцы не имеют общих корней. Всестороннее рассмотрение вопроса «Становление феодальных образований восточных славян. Киевская Русь» подводит студентов к пониманию того, что белорусы, русские и украинцы очень близкие народы с одними восточнославянскими корнями.

А всестороннее и глубокое рассмотрение темы «Великое княжество Литовское – полиэтничное феодальное государство Восточной Европы» формирует у студенческой молодежи понимание того, что исторической формой белорусской государственности было как раз Великое княжество Литовское, ведь его основу составляли белорусские земли, а старобелорусский язык являлся официальным, на нем говорили наши предки, на нем были написаны Статуты ВКЛ 1529, 1566, 1588 гг. Именно в этом государстве была сформирована белорусская народность.

И таких спорных и проблемных моментов при изучении истории белорусской государственности рассматривается достаточно много. Но сила белорусов – в правде. И это постоянно подчеркивается при изучении дисциплины «История белорусской государственности».

В направлении героико-патриотического воспитания большое внимание уделяется историческим личностям, внесшим значительный вклад в развитие нашей государственности, куль-

туры, прославившим наши земли своей государственной, религиозной и героической деятельностью. У белорусского народа много таких знаменитостей, которые нужно обязательно знать и помнить. Это Евфросинья Полоцкая, Кирилл Туровский, Всеслав Чародей, Франциск Скорина, Лев Сапега, Янка Купала, Якуб Колос, Петр Машеров и мн. др.

Богатейший воспитательный потенциал содержит в себе тема «Великая Отечественная война – ключевое событие новейшей истории». События Великой Отечественной войны – одно из самых героических и трагических страниц белорусской истории. Поэтому одной из важнейших задач при изучении этого периода истории белорусской государственности является воспитание патриотизма и любви к Родине на примере событий и героев Великой Отечественной войны, чувства гордости за великий подвиг нашего народа в годы войны, за Великую Победу. Очень важно, чтобы студенческая молодежь понимала, что она родилась и выросла в стране-победительнице, в республике с гордым названием «Беларусь», в республике-партизанке, как ее принято называть за значительный вклад в разгром фашизма.

В последние десятилетия вокруг событий Великой Отечественной войны развернулась настоящая информационная война. Многие события войны намеренно искажаются, предпринимаются попытки переформатировать сознание молодежи, исказить представления о Великой Отечественной войне, роли Советского Союза в разгроме фашизма.

Изучение периода Великой Отечественной войны в курсе истории белорусской государственности дает еще одну возможность развеять попытки сфальсифицировать нашу историю, правильно расставить акценты при рассмотрении важнейших событий того времени.

Очень важным, на мой взгляд, является вовлечение студенческой молодежи в более глубокое и личностное изучение истории Великой Отечественной войны. Этому способствует исследовательская работа по темам «Великая Отечественная война в судьбе моей семьи» и «Моя малая Родина в годы Великой Отечественной войны». В Белорусском государственном университете транспорта такая работа ведется много лет. Лучшие студенческие работы заслушиваются на занятиях, студенческих научных конференциях, публикуются в газетах «Вести БелГУТа», «Гомельская правда» и др. Но, самое главное, студенты через такие приемы работы при изучении истории белорусской государственности глубже и эмоциональнее воспринимают события Великой Отечественной войны, что способствует сохранению исторической правды о войне, воспитанию гражданственности и патриотизма.

При изучении темы «Народы и религии Беларуси» особое внимание обращается на воспитание у студенческой молодежи толерантности, уважения к другим народам и религиям. Активно обсуждаются примеры проживания разных народов и религий на территории современной Беларуси. Рассмотрение этих вопросов еще раз подчеркивает историческое, полиэтничное и поликонфессиональное развитие и существование белорусского народа.

И еще один, очень важный воспитательный аспект в преподавании «Истории белорусской государственности» – доведение до студенческой молодежи понимания того, что современная Беларусь – это динамично развивающееся государство и нам есть чем гордиться. Сегодня Беларусь – промышленно развитая страна, которая, несмотря на ограниченность собственных топливно-энергетических ресурсов и важнейших видов сырья, смогла существенно нарастить свой производственный потенциал. В мировом рейтинге по индексу конкурентноспособности промышленность Беларуси находится сейчас на 47 позиции из 152 стран мира. Входит в число лидеров среди мировых производителей грузовых автомобилей, тракторов, дорожно-строительной и коммунальной техники.

Беларусь сегодня является атомной, космической и биотехнологической державой. Построена атомная электростанция в Островце, которая обеспечивает около 40 % потребности страны в электроэнергии, что позволяет экономить 550 млн долл. США ежегодно. Завод «БЕЛДЖИ» в Жодино производит более 60 тыс. автомобилей в год, используя новейшие экономически нейтральные технологии производства. Создана Белорусская национальная биотехнологическая корпорация, которая обеспечивает глубокую переработку зерна для получения импортозамещающих комбикормов и премиксов. Первой белорусской космонавткой стала Марина Василевская.

Отличительной чертой белорусской модели развития стало сохранение существующих и формирование новых социальных стандартов и благ. Беларусь сегодня является, по сути, единственной страной в мире, где имеется бюджетная медицина. У нас не только сохранилась, но и была глубоко модернизирована инфраструктура здравоохранения.

Особой гордостью страны является семейная политика. В Беларуси самый большой в мире декретный отпуск. У нас выплачиваются пособия в связи с рождением и воспитанием детей,

разработаны и выполняются программы семейного капитала, производится социальное обслуживание семей с детьми, осуществляется государственная поддержка при строительстве или реконструкции жилья.

В Беларуси проводится целенаправленная политика недопущения чрезмерного неравенства. Курс на всеобщую занятость населения привел к одной из самых низких безработиц в мире – 0,8 %.

В индексе социального прогресса по показателю «Доступ к базовым знаниям» Беларусь занимает 17 место среди 169 стран. Наше образование сохранило лучший советский опыт и традиции, обогатив их передовыми достижениями. В стране реализуются государственные программы поддержки одаренных учащихся и талантливой молодежи.

Благодаря своей социально-экономической модели наша страна добилась колоссальных успехов на всех направлениях. Сейчас она равная среди равных в мировом сообществе.

Такая информация, как правило, воспитывает у молодежи позитивное отношение к своей стране, своему трудолюбивому народу, гордость за ее успехи и достижения.

Важную роль в воспитании студенческой молодежи при преподавании дисциплины «История белорусской государственности» играет и сам преподаватель, который должен обладать высокоразвитым мышлением, передавать будущим специалистам не только знания, но и показывать свою активную гражданскую позицию, позитивное отношение к экономической ситуации в стране в современных условиях, социальной защищенности населения, традициям государства. Очень важно построить уважительные и доверительные отношения со студентами, не допустить ущемления их личного достоинства, создавать положительный эмоциональный фон на занятиях.

Значителен воспитательный потенциал форм и методов преподавания дисциплины «История белорусской государственности». Эффективное использование новых педагогических технологий способствует проявлению нравственной и гражданской позиции студенческой молодежи по важным вопросам истории и развития белорусского общества. Особую роль в этом плане играет организация самостоятельной управляемой работы студентов по отдельным темам курса «История белорусской государственности». Так, к примеру, студенты самостоятельно изучают тему «Государственные символы Беларуси». При помощи преподавателя, рекомендуемой литературы, интернет-источников студенты изучают материалы об истории и символическом значении Государственного Флага, Государственного Герба и его смысловой трактовке, Государственном Гимне и его истории, государственных праздниках Республики Беларусь и их значении. У студентов складывается понимание того, что Герб, Флаг, Гимн – это главные символы независимости, которые отображают национальные особенности белорусских граждан, передают историческое и культурное наследие народа. Эта работа, как правило, воспитывает у студентов уважительное отношение к государственной символике, которое подкрепляется такими важными мероприятиями воспитательного характера в университете, как акция «Споем гимн вместе» в День народного единства. Гимн наполнен глубоким патриотическим смыслом, обладает большой силой воздействия на чувства людей и служит важнейшим фактором идеологического и эстетического воспитания студенческой молодежи.

Формы и методы изучения дисциплины «История белорусской государственности» реализуются также и через другие воспитательные приемы преподавания: приведение примеров, использование сравнения, сопоставления, противопоставления; яркий рассказ; разъяснение, разоблачение; анализ фактов, явлений и др.

Таким образом, изучение дисциплины «История белорусской государственности» наряду с изучением других социально-гуманитарных дисциплин играет ведущую роль в формировании мировоззрения молодого человека, жизненных установок, интересов, ориентаций студента, во многом определяет его будущее как гражданина и патриота своей страны.

Список использованной литературы

1. **Коваленя, А. А.** Патриотизм – важнейшее условие формирования социально-активной личности / А. А. Коваленя // Адукацыя і выхаванне. – 2008. – № 4. – С. 13–17.
2. **Буткевич, В. В.** Гражданско-патриотическое воспитание: методологические подходы и принципы / В. В. Буткевич // Нар. асвета. – 2012. – № 2. – С. 33–38.
3. **Гісторыя** беларускай дзяржаўнасці : вуч. дапамож. / пад агул. рэд. І. А. Марзалюка. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2022. – 447 с.
4. **СБ.** Беларусь сегодня. – 2024. – 10 июля. – № 133.

КОМБИНИРОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫМ ДИСЦИПЛИНАМ

В статье обобщается опыт проведения занятий по социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях высшего образования. Показывается, как специфические социально-психологические черты нынешнего поколения обучающихся влияют на поиск эффективного сочетания инновационных и традиционных методик преподавания.

The article summarizes the experience of conducting classes in social and humanitarian disciplines in higher education institutions. It shows how the specific socio-psychological features of the current generation of students influence the search for an effective combination of innovative and traditional teaching methods.

Ключевые слова: высшее образование; социально-гуманитарные дисциплины; методика преподавания.

Key words: higher education; social and humanitarian disciplines; teaching methods.

Судя по количеству научных конференций и публикаций по вопросам использования компьютерных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательном процессе учреждений высшего образования, тема продолжает оставаться актуальной. Складывается впечатление, что в ИКТ увидели очередное чудодейственное средство выхода из кризиса системы образования. Достоинства ИКТ и потенциальные возможности их использования, описываемые многими авторами, бесспорны [1, с. 236–237]. Но чудес в реальной жизни не бывает, компьютер и интернет – это такие же учебные пособия, как карта, доска, учебник или тетрадь со своими плюсами и минусами. Практика показывает, что принципиальных изменений применение ИКТ в образовательном процессе не произвело, а всего лишь позволило несколько разнообразить методику преподавания.

ИКТ, конечно же, имеют значение, но вспомогательное, главными же полюсами образовательного процесса являются преподаватель и обучающийся, и то, что с ними происходит, зависит от целого комплекса социокультурных факторов. К сожалению, остались в прошлом времена, когда СССР считался самой читающей страной в мире, достаточно распространенной была установка на повышение своего культурного уровня, расширение кругозора, т. е. разностороннее развитие и самосовершенствование. Сейчас преобладает установка на узкий профессионализм, которая проявляется в снижении общего познавательного интереса у молодежи и степени эрудированности, формальном отношении к учебе и успеваемости. Пока мы не откажемся от системы ценностей общества потребления, на которое ориентировались последние десятилетия, никакие новейшие информационные средства и технологии не помогут преодолеть кризис системы образования.

Люди, не имеющие отношения к системе образования, вину за снижение познавательного интереса и ответственного отношения к учебе у учащихся зачастую возлагают на преподавателей, которые, якобы, недостаточно интересно проводят занятия. Складывается впечатление, что массовое сознание ожидает превращения учебных занятий в вид развлечения, где учащиеся выступают в роли пассивных потребителей, а не сотрудников. Подобным образом проявляется еще одна особенность поколения Z (молодых людей, появившихся на свет в 90-е гг. предшествующего столетия и первое десятилетие двухтысячных), воспитывавшихся в соответствии с официальными установками «квалифицированными потребителями», по выражению российского экс-министра образования А. Фурсенко (2007 г.). Представители поколения Z ориентированы на простоту, интерес и удовольствие, но не на постоянное или долговременное напряжение сил [2].

Естественно, педагогам необходимо учитывать социально-психологические черты поколения Z, но при этом пытаться найти разумный баланс между интересной и полезной, необходимой и достаточной, наглядно-образной и абстрактной информацией.

Примером поиска такого баланса можно назвать разработку электронного варианта лекций по курсу социально-гуманитарных дисциплин. Его создание и использование в образовательном процессе превратилось в настоятельную потребность вследствие расхождения между

довольно объемной программой курса и определенным Министерством образования количеством лекционных часов по учебной дисциплине, существенно сократившимся в последнее время.

Разработка электронного конспекта лекций, как представляется, требует ориентации на ряд методических установок. Во-первых, во внимание нужно принимать клиповый характер мышления нынешней молодежи, которая с трудом воспринимает длинные тексты. Многостраничные учебники былых времен с попыткой охватить как можно больший круг идей, теорий, подходов к решению вопросов и обстоятельным изложением учебного материала оказываются не по силам современным студентам. Современный конспект должен быть кратким, что означает сосредоточение внимания на топовых проблемах, идеях, учениях, персоналиях. При этом, какими бы важными и оригинальными ни казались преподавателю различные аспекты рассматриваемых тем и вопросов, следует признать, что студенты с их уровнем развития вряд ли смогут по достоинству оценить нюансы.

Во-вторых, мало того, что молодежь не умеет читать длинные тексты, она еще и не умеет читать сложные тексты, насыщенные научной терминологией и сложившимися в научной среде вербальными оборотами. Большой объем информации и новых слов, который бесконечным потоком обрушивается на людей в настоящее время, приучил молодежь проскакивать мимо незнакомых понятий, не фиксируясь на них и не делая попыток прояснить их смысл с помощью интернета. Студенты хотели бы, чтобы учебные пособия читались так же легко, как художественная литература и не настроены на работу по осмыслению их содержания.

Вследствие отмеченных особенностей неэффективными представляются попытки рекомендовать обучающимся учебники с грифом Министерства образования, которые, такое впечатление, пишутся с ориентацией не на студентов, а на рецензентов, чтобы избежать упреков в упрощении учебного материала. Отсылка учащихся к неподъемному для их уровня развития мышления материалу способна отбить всякий интерес к изучаемой дисциплине и создать стойкое предубеждение на всю жизнь. Поэтому конспект должен быть написан достаточно простым языком, не перенасыщенным специальными терминами, и в то же время позволяющим без искажений передать основной смысл рассматриваемых идей и теорий, т. е. сложные смыслы нужно облечь в простые формы.

В-третьих, электронный конспект лекций можно наполнить разнообразным иллюстративным материалом, и эту возможность нужно использовать в полной мере. Страницы печатных и электронных учебников и учебных пособий, заполненные сплошным однотипным текстовым материалом, тяжело воспринимаются при чтении. В электронном конспекте лекций можно облегчить восприятие текста, сопровождая его портретами мыслителей, схемами, таблицами и другими иллюстрациями.

Разработка и показ презентаций во время лекционных занятий стали обыденными и повсеместно распространенными. ИКТ также можно эффективно использовать и во время проведения семинарских занятий по общеобразовательным гуманитарным дисциплинам, соединяя традиционные и инновационные методы обучения.

В ходе проведения семинарских занятий особую актуальность приобретает соблюдение дидактического принципа наглядности, так как большая часть современной молодежи из-за пристрастия к интернету обладает фрагментарным «клиповым» мышлением и нуждается в визуализации учебного материала. На семинарских занятиях можно использовать видеоряд из слайдов с вопросами по рассматриваемой теме, которые обеспечивают динамичность, красочность и яркость впечатлений, могут помочь прояснить некоторые аспекты разбираемых вопросов.

Видеоряд и сопровождающие вопросы подбираются таким образом, чтобы студенты проявили не только способность механического воспроизведения изученного материала, продемонстрировав определенные показатели памяти или умение ориентироваться в конспекте и находить в нем нужную для ответа информацию (что, впрочем, тоже является достаточно красноречивой характеристикой уровня знаний). Необходимо не ограничиваться заданиями простейшего уровня сложности, типа узнавания персоналий по демонстрируемым портретам. Предлагаемый при опросе видеоряд должен стимулировать процессы ассоциативного и дискурсивного мышления, для чего картинки подбираются таким образом, чтобы, отражая реалии жизни или сюжеты произведений изобразительного искусства, они представляли собой загадку, содержащую в то же время подсказку, намек на конкретные персоналии и идеи, относящиеся к разбираемой теме. В данном случае от студента требуется заметить подсказку, что является признаком образования ассоциативной связи, выводящей к правильному ответу на вопрос, после чего ему необходимо аргументировать свой ответ, продемонстрировав логическую цепочку суждений.

Игровой формат разгадывания видеозагадок стимулирующим образом влияет на познавательную активность учащихся, повышает их интерес к изучаемым дисциплинам. Используя при опросе не повторяющиеся, все новые изображения, относящиеся к ранее изученным темам, можно обеспечить практически непрерывную связь с пройденным материалом для его закрепления в памяти студентов. Широкий выбор используемых на занятиях видеообразов способствует общему культурному развитию студентов, расширению их кругозора, знакомству с такими пластами информации, которые выходят за рамки разбираемых тем и в то же время органично связаны с ними, например, библейские и античные мифы, исторические сюжеты, произведения искусства. Общее культурное развитие безусловно необходимо специалисту с высшим образованием, чтобы соответствовать своему образовательному статусу.

Видеообразы можно использовать на семинарских занятиях для демонстрации обучающимся герменевтического метода работы с текстами, когда в роли текста выступает картинка с множественными слоями смыслов. Под руководством преподавателя происходит их последовательная расшифровка студентами, что сопряжено с проверкой знаний и расширением кругозора учащейся молодежи.

Позволяет также разнообразить семинарские занятия использование фрагментов из документальных и научно-популярных фильмов, демонстрация короткометражных фильмов, просмотр которых дает возможность более доступно разъяснить ту или иную идею или теорию, помогает лучше понять исторические и социокультурные условия их возникновения (например, на занятиях по философии можно использовать фильмы «Каждый 88-й», «Вселенная Стивена Хокинга», «По ту сторону жизни. Ад», «Обезьяночеловек», «Нравственное поведение животных» и др.). После завершения просмотра идет обсуждение содержащихся в фильмах идей, у студентов появляются вопросы, стимулируется интерес к изучаемой проблематике. Грамотно подобранные видеисточники позволяют развивать креативное мышление обучающихся, более глубоко осмысливать изученный материал. Использование видеоматериала несет в себе огромную информационную и воспитательную нагрузку, стимулируя учебную мотивацию обучающихся.

Наряду с инновационными методами на семинарских занятиях необходимо использовать и традиционные методы. В первую очередь, имеются в виду логические методы. В дореволюционное время понимали значимость логической подготовки и преподавали логику в общеобразовательных учреждениях среднего уровня (гимназиях). Традиция прервалась в советское время и не восстановлена до сих пор, нехватка элементарных логических знаний и навыков – характерная черта студенческой молодежи, которая затрудняется с четким высказыванием своих мыслей, построением умозаключений, аргументацией своей позиции. Поэтому на семинарских занятиях приходится с помощью различного рода логических упражнений ликвидировать данные погрешности мышления – обучать операциям с понятиями (определение, деление, обобщение и ограничение понятий), объяснять правила и законы последовательного, логического рассуждения, формировать умение анализировать тексты и др.

Виртуальный мир значительно изменил психологию молодежи. Ее культура более реактивна, но также и более поверхностна: обучающиеся не хотят тратить время на углубление в предмет, изучение аспектов, осмысление материала, овладение методами, необходимыми для того, чтобы выдвинуть гипотезу, выстроить рассуждение, сформулировать доказательство. Их мышление стереотипно и обрывочно. В результате они не умеют отслеживать логику развития рассуждения, не могут в должной степени оценить красоту и оригинальность мысли, что чрезвычайно значимо, например, для философии, являющей собой образец критического и нестандартного мышления. Сокращение количества аудиторных занятий в расчете на увеличение самостоятельной работы студентов представляется непродуктивным подходом, не учитывающим психологические особенности современной молодежи. Все-таки с древности и по настоящее время наиболее эффективным педагогическим методом обучения философии является диалог, в ходе которого педагог постепенно формирует культуру мышления обучающегося, предполагающую владение системным, аналитическим и критическим стилем мышления, необходимым для освоения наследия мировой и отечественной философской мысли и философского осмысления современных социальных реалий.

Метод вовлечения обучающихся в диалог с преподавателем сталкивается с проблемой участия в обсуждении рассматриваемых вопросов лишь наиболее активной части студентов. Для вовлечения в диалог и пассивных студентов следует давать задания, которые необходимо выполнить письменно на базе анализа учебного материала во время занятия. Широко распространенной в образовательном процессе формой заданий являются тесты закрытого типа, при-

вычные обучающимся вследствие подготовки к ЦТ. Это сравнительно несложная форма проверки знаний и интеллектуальных способностей. Более сложной и полезной для развития интеллекта формой являются задания, составленные таким образом, чтобы обучающимся необходимо было прибегнуть к использованию общелогических методов (анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, обобщение и др.), грамотно и точно выразить свои мысли. Важно пробудить самостоятельное мышление студентов, которые зачастую демонстрируют сформировавшуюся привычку переадресации своих задач и заданий искусственному интеллекту [3, с. 20]. Письменная форма ответов заставляет студентов тщательнее подбирать слова и выражения. Особый интерес у обучающихся вызывают задания, где наряду с демонстрацией знаний и логических навыков есть возможность выразить свое мнение, оценочное суждение.

Таким образом, педагогическая практика показывает, что с мнением ряда авторов о том, что новые информационные технологии коренным образом изменяют весь образовательный процесс, и традиционная форма обучения в условиях информационных технологий теряет свой смысл, вряд ли можно согласиться [4]. При всех позитивных возможностях, которые предоставляют информационно-компьютерные технологии, не меньше внимания следует уделять применению и развитию традиционных методов преподавания социально-гуманитарных дисциплин с учетом социально-психологических особенностей нынешнего поколения обучающихся.

Список использованной литературы

1. **Кияшко, А. Р.** Цифровизация в образовании как средство повышения профессиональной компетенции / А. Р. Кияшко, И. А. Золотарева // Инновационные технологии в современном образовании: стратегии, задачи, внедрение : материалы междунар. науч.-практ. конф., Костанай, 23 февр. 2024 г.: II кн. / Костанай. регион. ун-т им. А. Байтурсуны. – Костанай, 2024. – 1646 с.

2. **Костенков, А.** Теория поколений: как и почему она поменялась за 30 лет? [Электронный ресурс] / А. Костенков // Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/ruvds/blog/599711/>. – Дата доступа: 11.09.2024.

3. **Цифровые** технологии в образовании. Тенденции, проблемы, перспективы : монография / под общ. ред. науч. совета Гуманитар. нац. исслед. ин-та «Нацразвитие». – СПб. : ГНИИ «Нацразвитие», 2023. – 80 с.

4. **Омаров, С. А.** Преподавание социально-гуманитарных дисциплин в условиях дистанционной системы обучения [Электронный ресурс] / С. А. Омаров // Олбест. – Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/pedagogics/01108627_0.html. – Дата доступа: 07.09.2024.

IX. МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКИЕ, ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

УДК 613.2-057.875

Т. В. Козлова (koshiangel240683@mail.ru),

ст. преподаватель

*Белорусский государственный
технологический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

ПИТАНИЕ И КОМПОНЕНТНЫЙ СОСТАВ ТЕЛА СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ГРУППЫ ФАКУЛЬТЕТА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье указаны результаты исследования рациона питания студентов специальной медицинской группы (СМГ) 1 курса факультета информационных технологий (ИТ) учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет» (БГТУ) и состава их тела. Оценивались особенности питания при помощи анкетирования, состав тела определялся методом биоимпедансометрии с использованием «умных» весов-анализаторов.

The article presents the results of a study of the diet of 1st year students of the special medical group (SMG) of the Faculty of Information Technologies (IT) of the educational institution “Belarusian State Technological University” (BSTU) and their body composition. Nutritional characteristics were assessed using a questionnaire; body composition was determined by bioimpedance measurements using “smart” analyzer scales.

Ключевые слова: специальная медицинская группа; студенты; корреляция; основной обмен; оценка компонентного состава тела; питание; пищевые привычки; «умные» весы-анализаторы; метод биоимпедансометрии.

Key words: special medical group; students; correlation; BX; assessment of body composition; nutrition; eating habits; “smart” analyzer scales; bioimpedansometry method.

Взаимосвязь между составом тела и питанием студенческой молодежи играет важную роль в поддержании их здоровья и общего благополучия. Питание оказывает непосредственное влияние на физическое здоровье молодых людей и влияет на их общую энергию и работоспособность. Сбалансированный рацион не только обеспечивает организм питательными веществами, необходимыми для его нормального функционирования, но и влияет на формирование строительных блоков организма. Это особенно важно для профилактики ожирения и сопутствующих заболеваний [1; 2].

Многие люди сегодня заинтересованы в правильном выборе питания для поддержания нормального строения тела и внешних характеристик. Правильный выбор сбалансированной диеты может помочь регулировать мышечную массу. Пища дает необходимые материалы для построения белков и других макромолекул, которые обеспечивают организм необходимым для его функционирования количеством энергии [3].

Одной из причин ухудшения здоровья студентов является рост числа людей с дисгармоничным физическим развитием, включая недостаточный вес, избыточный вес и ожирение. К корригируемым факторам риска ожирения относятся недостаточная физическая активность и несоблюдение принципов разумного рациона и пищевого поведения [4]. Поэтому проблема является комплексной, а ее решение состоит из нескольких этапов, требующих особого внимания к изучению состава тела студентов и анализу их пищевых привычек.

Целью данного исследования являлось теоретико-экспериментальное обоснование взаимосвязи рациона питания и состава тела студентов учреждения высшего образования.

В исследовании приняли участие 16 студентов (8 юношей и 8 девушек) специальной медицинской группы (СМГ) 1 курса факультета информационных технологий (ИТ) учреждения

образования «Белорусский государственный технологический университет». Проводилась оценка особенностей рациона питания при помощи анкетирования и компонентный состав тела определялся методом биоимпедансометрии с использованием «умных» весов-анализаторов (Futula Smart Scale 3). Этот гаджет дал информацию по компонентному составу тела: масса тела (вес, кг); вычисление индекса массы тела (ИМТ); содержание в процентах в организме жира; процент мышечной массы; содержание висцерального жира (под ним понимаются жировые отложения, которые служат резервным источником энергии); костная масса; процентное содержание воды, белка; метаболизм, который демонстрирует объем энергии в килокалориях (УБМ – уровень базального метаболизма). При изучении данных участников исследования учитывался ряд факторов, включая возраст, рост, пол, уровень физической активности студента и непосредственно его питание.

По итогам анкетирования у студентов СМГ 1 курса факультета ИТ БГТУ были получены следующие результаты: всего 26,7% опрошенных принимают пищу не менее 3-х раз в день, 33,3% принимают пищу менее 3-х раз в день и большинство из них (40%) имеют ненормированное и нерегулярное питание. У 66,7% опрошенных имеется зависимость от сладкого, 13,3% – от соленого, 6,7% – от острого и 33% не имеют пищевых зависимостей. Только 31,25% студентов соблюдают диету, ограничивая себя вредными продуктами. Частота употребления вредных продуктов: 1 раз в день – у 6,25% студентов, 2 раза в день – у 25%, 3 раза в день – у 18,75%, 1 раз в 2 дня – у 25%. Основной прием пищи у большинства студентов по объему и калорийности приходится на вечернее время. Время принятия ужина респондентов после 20:00 ч вечера. Из числа опрошенных завтракают по утрам только 7 юношей и 6 девушек. Именно в это время они употребляют быстрые перекусы: шоколад, кондитерские изделия, кофе и газированные напитки. Результаты опроса показали, что 26,7% студентов имеют проблемы с кожей, 21,6% – испытывают усталость и бессилие, 9,4% не получают никаких результатов от своих диет, 7,4% имеют лишний вес и только 34,9% студентов, которые воздерживаются от вредной пищи, благодаря своему правильному питанию чувствуют себя лучше. Диетические нормы потребления углеводов, жиров и белков игнорируют 65,1 % опрошенных студентов, что существенно влияет на их здоровье.

Результаты анкетирования показали, что большинство студентов не задумываются о рациональном питании, способах приема пищи и последствиях быстрого питания. В связи с этим необходимо уделить особое внимание решению данной проблеме, как в теории, так и на практике.

Средние результаты исследования компонентов состава тела у студентов СМГ 1 курса факультета ИТ БГТУ представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Средние результаты исследования компонентов состава тела у юношей СМГ 1 курса факультета ИТ БГТУ

№ п/п	ФИО	Вес, кг	Рост, см	ИМТ, кг/м ²	Костная масса, %	Мышцы, %	Жир, %	Висцер. жир	Белок, %	Вода, %	УБМ, ккал
1.	Аманов А. Р.	63,6	175	20,5	2,7	52	12,5	4	18	59	1537
2.	Гибадулин А. Ф.	74,4	175	24,2	2,9	47	29,6	6	11	47	1443
3.	Гриценко А. А.	70,8	168	25,0	2,7	44	30,5	6	11	47	1415
4.	Луцевич Ю. И.	80,0	181	24,4	3,1	59	19,5	8	16	53	1778
5.	Луцкий А. Д.	65,9	181	20,3	2,9	55	10,8	4	19	60	1576
6.	Смоглюк М. Ю.	73,9	186	21,0	3,1	60	13,0	7	18	58	1683
7.	Тихомиров И. И.	79,6	184	23,5	3,2	60	18,0	8	17	54	1769
8.	Харченко Е. И.	69,8	179	20,3	3,0	57	12,8	5	18	59	1632
\bar{X} (ср. значение)		72,3	179	22,0	3,0	54	18,0	6	16	55	1604
$\pm\sigma$ (станд. отклон.)		5,91	5,8	2,0	0,2	6,0	7,8	2	3	5,4	137

Из таблицы 1 видно, что у 16% юношей процент жира значительно превышен по сравнению со средним показателем для данной группы испытуемых. Процент висцерального жира для юношей исследуемого возраста немного завышен. Избыток висцерального жира может быть связан с рядом факторов (например, гормональными нарушениями, изменениями в обменных процессах) и может привести к развитию сердечно-сосудистых, опорно-двигательных и других заболеваний. Показатели содержания воды в организме юношей значительно снижены от нормальных значений. Вероятно, это связано со многими физиологическими особенностями

организма студентов СМГ. Показатели процентного содержания белка в организме юношей находятся в пределах возрастной нормы.

Таблица 2 – Средние результаты исследования компонентов состава тела у девушек СМГ 1 курса факультета ИТ БГТУ

№ п/п	ФИО	Вес, кг	Рост, см	ИМТ, кг/м ²	Костная масса, %	Мышцы, %	Жир, %	Висцер. жир	Белок, %	Вода, %	УБМ, ккал
1.	Демидович П. А.	62,9	173	21	2,6	42	26	3	12	51	1332
2.	Клишевич С. А.	56,5	169	20	2,4	40	23	2	15	52	1262
3.	Кононович Ю. А.	60,8	169	22	2,5	40	27	3	12	50	1307
4.	Костюкевич У. М.	51,6	172	17	2,4	39	18	1	16	55	1211
5.	Пахоменко Д. С.	43,6	155	18	1,8	33	19	1	16	54	1136
6.	Поваленко Д. И.	59,7	177	19	2,6	45	19	1	16	54	1298
7.	Свидинская А. О.	55,6	169	20	2,4	40	22	2	16	52	1254
8.	Шастовская К. С.	48,7	164	18	2,1	38	17	1	17	56	1185
\bar{X} (ср. значение)		62,0	169	19	2,4	40	21	2	15	53	1248
$\pm\sigma$ (станд. отклон.)		6,6	6,6	1,4	0,3	3,5	3,6	1	1,9	2,2	66,7

В таблице 2 показано, что у 37,5% девушек жировая масса превышает норму, что указывает на необходимость коррекции питания и оптимизации физической активности. Показатели процентного содержания висцерального жира, воды и белка в организме девушек находятся в пределах возрастной нормы. Так как было обнаружено, что у девушек выше доля жира в организме, то и соответственно, ниже доля костной и мышечной массы, чем у юношей.

Полученные данные помогут студентам поставить цели по снижению веса, наращиванию мышечной массы или общему оздоровлению. Полученная информация может быть использована для разработки индивидуального плана питания и физических упражнений, учитывающего индивидуальные особенности организма. Это позволит студентам эффективно следить за своим прогрессом, достигать поставленных целей и поддерживать здоровый образ жизни в течение длительного времени.

Исследования показали, что питание студенческой молодежи зачастую является недостаточно сбалансированным и не соответствует принципам здорового питания. Это, в сочетании с недостаточной физической активностью, приводит к нарушениям в составе тела, таким как увеличение процента жировой массы и уменьшение мышечной массы. Для решения этой проблемы необходим регулярный мониторинг и коррекция состава тела, а также программы по оптимизации питания студентов и повышению физической активности.

Практическое применение результатов этого исследования позволит улучшить здоровье, успеваемость и качество жизни студентов, что в конечном итоге положительно скажется на их успеваемости и будущей профессиональной деятельности.

В настоящее время эксперимент продолжается.

Список использованной литературы

1. **Александрова, В. А.** Оценка состава тела студентов, не занимающихся спортом / В. А. Александрова, А. В. Скотникова, В. И. Овчинников // Известия Тульск. гос. ун-та. Физ. культура. Спорт. – 2022. – № 1. – С. 3–8.
2. **Ковалева, О. Н.** Компонентный состав тела и его взаимосвязь с современным пищевым поведением людей молодого возраста / О. Н. Ковалева [и др.] // Современные проблемы науки и образования. – 2022. – № 6–1. – С. 125–139.
3. **Влияние** рациона питания на состав тела у иностранных и российских студентов / Е. О. Зубова [и др.] // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 88–1. – С. 81–85.
4. **Блинова, Е. Г.** Состав тела и пищевое поведение студентов / Е. Г. Блинова [и др.] // Гигиена и санитария. – 2015. – № 8. – С. 45–48.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Проблема формирования потребности в здоровом образе жизни становится особенно актуальной в подростковом возрасте, так как у детей возрастает уровень осознанности по отношению к себе и своему здоровью. Целью исследования явилось выявление отношения подростков одной из школ г. Новосибирск к здоровому образу жизни. Для диагностики данного параметра был использован следующий инструментарий: методика «Экспресс-диагностика ценностных представлений о здоровье» (автор Ю. В. Науменко) и методика «Что мешает мне вести здоровый образ жизни?» (автор В. Д. Пурин). Полученные результаты свидетельствуют о том, что меры пропаганды здорового образа жизни среди молодежи, прежде всего, должны быть направленными на достижение целей личного вектора этой проблемы, а именно – на формирование установок личности на здоровый образ жизни, приобретение знаний, умений и навыков, необходимых для реализации этих установок.

The problem of forming the need for a healthy lifestyle becomes especially relevant in adolescence, as children's level of awareness about themselves and their health increases. The purpose of the study was to identify the attitude of teenagers from one of the Novosibirsk schools to a healthy lifestyle. The following tools were used to diagnose this parameter: the technique "Express diagnostics of value ideas about health" (author Yu. V. Naumenko) and the technique "What prevents me from leading a healthy lifestyle?" (author V. D. Purin). The results obtained indicate that measures to promote a healthy lifestyle among young people, first of all, should be aimed at achieving the goals of the personal vector of this problem, namely, the formation of personal attitudes towards a healthy lifestyle, the acquisition of knowledge, skills and abilities necessary for the implementation of these attitudes.

Ключевые слова: здоровый образ жизни; воспитание; формирование; подростковый возраст; здоровье; образование.

Key words: healthy lifestyle; upbringing; formation; adolescence; health, education.

Здоровье представляет собой бесценное богатство как для отдельного человека, так и для всего общества. Оно является критически важным условием для достижения полноты и счастья в жизни, ведь наличие хорошего здоровья позволяет человеку успешно реализовывать свои амбиции, справляться с жизненными вызовами и преодолевать различные препятствия. Стремление к здоровой жизни, сохранению активности, бодрости и долголетия присуще каждому индивиду.

Здоровье выступает не просто как высшая ценность жизни, которую невозможно приобрести за любые деньги, но и как что-то, что следует охранять, поддерживать и улучшать с раннего детства. Деградация здоровья у школьников в России превратилась не только в медицинскую, но и в значительную педагогическую проблему. Для продвижения здорового образа жизни среди детей необходимо утверждать их право на отказ от негативного самовосприятия [1].

В современном мире приоритетным направлением становится культивирование здорового стиля жизни, который играет решающую роль в поддержании благополучия каждого человека и способствует повышению общенационального здоровья. Важно осознавать, что формирование здорового образа жизни не происходит автоматически; оно является результатом постоянных и осознанных усилий на протяжении всей жизни. Этот процесс включает в себя гармонию с природой, отказ от негативных привычек, физическое и духовное развитие, а также профессиональное и культурное самоусовершенствование. Такой образ жизни обеспечивает успешное исполнение социальных и профессиональных функций вне зависимости от политической, экономической и социально-психологической обстановки. Тем не менее, реализация такого подхода требует дополнительных усилий, особенно в контексте сотрудничества между семьей и образовательными учреждениями, что подчеркивает актуальность выбранной темы.

Здоровье индивида представляет собой комплексную характеристику, объединяющую духовное, психическое и физическое развитие, что способствует его активному вовлечению в разнообразные аспекты социальной жизни и деятельности в ролях работника, исследователя, коммуникатора и творца [2]. Изучение разнообразных интерпретаций здоровья в научных ис-

точниках позволяет выявить его основные аспекты: физическое, психическое, умственное и духовное.

Определение здоровья, данное Всемирной организацией здравоохранения, которое включает не только отсутствие заболеваний, но и наличие социального, культурного и духовного благополучия, позволяет логически связать это понятие с идеей «здорового образа жизни» (ЗОЖ). ЗОЖ представляет собой сложное явление, охватывающее физическое, психическое, социальное, культурное и духовное здоровье, и служит для иллюстрации тесной связи между личным образом жизни и общим состоянием здоровья человека [3].

В современных условиях возрастает значимость развития осознанного подхода к здоровью у каждой личности. Это отношение к здоровью является частью стратегии самосохранения и включает три ключевых аспекта: когнитивный, эмоциональный и мотивационный. Эти компоненты охватывают знания о здоровье, осмысление его роли в жизненном процессе, влияние на социальные роли, а также эмоциональные и поведенческие ответы.

Взаимоотношения человека с его внутренним миром, в том числе его способность к самопознанию, а также с внешним миром – природой, обществом и другими людьми, отражают уровень его компетенции в области сохранения здоровья. Глубина этих взаимоотношений выявляет личностные характеристики, возможности и качества, которые влияют на его подход к здоровью.

Наше исследование проводилось на базе Муниципального образовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа № 149» Новосибирска. В исследовании принимали участие 60 подростков в возрасте 13–15 лет (из них 34 девочки и 26 мальчиков), которые обучались в разных параллельных классах группы (по 30 подростков в каждой группе). Для удобства группы были названы «Группа 1» и «Группа 2».

Основная цель исследования заключалась в анализе отношения подростков к здоровому образу жизни. В рамках исследования первоначально была применена методика для оценки ценностных представлений о здоровье среди подростков.

Результаты, полученные с помощью методики экспресс-диагностики ценностных представлений о здоровье (автор Ю. В. Науменко), демонстрируются на рисунке 1.

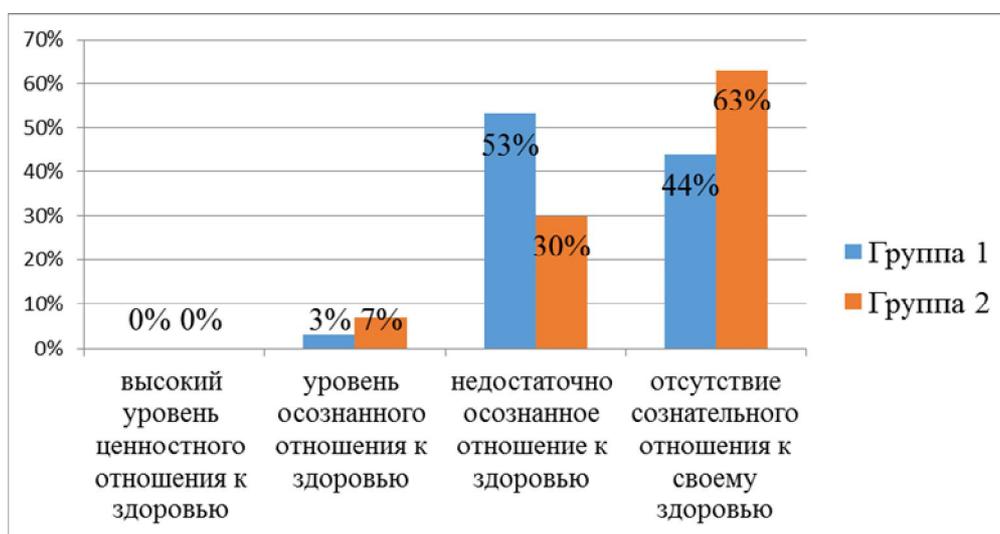


Рисунок 1 – Результаты исследования ценностных представлений о здоровье по методике «Экспресс-диагностика ценностных представлений о здоровье» (Ю. В. Науменко)

На основе анализа данных можно сформулировать следующие наблюдения. В обеих исследуемых группах ни один из участников не продемонстрировал высокого уровня осознанного отношения к здоровью. Это наблюдение может указывать на то, что интерес подростков к здоровью скорее мотивирован внешними факторами, чем глубоким пониманием их собственного физического и психического состояния.

В случае первой группы (Группа 1), большинство ее членов продемонстрировали поверхностное отношение к своему здоровью. Это может свидетельствовать о том, что у них формируется некоторое понимание важности здоровья, однако они еще не осознали в полной мере значимость поддержания и заботы о своем здоровье.

Во второй группе (Группа 2) большая часть участников демонстрирует отсутствие осознанного подхода к своему здоровью. Это может указывать на то, что данные подростки не придают значения своему здоровью и не предпринимают активных шагов для его поддержки.

Затем была использована методика «Что мешает мне вести здоровый образ жизни?» (В. Д. Пурин). Целью данной методики было исследовать, какие препятствия возникают у учащихся данного учебного заведения в отношении поддержания здорового образа жизни. Результаты исследования отображены на рисунке 2.

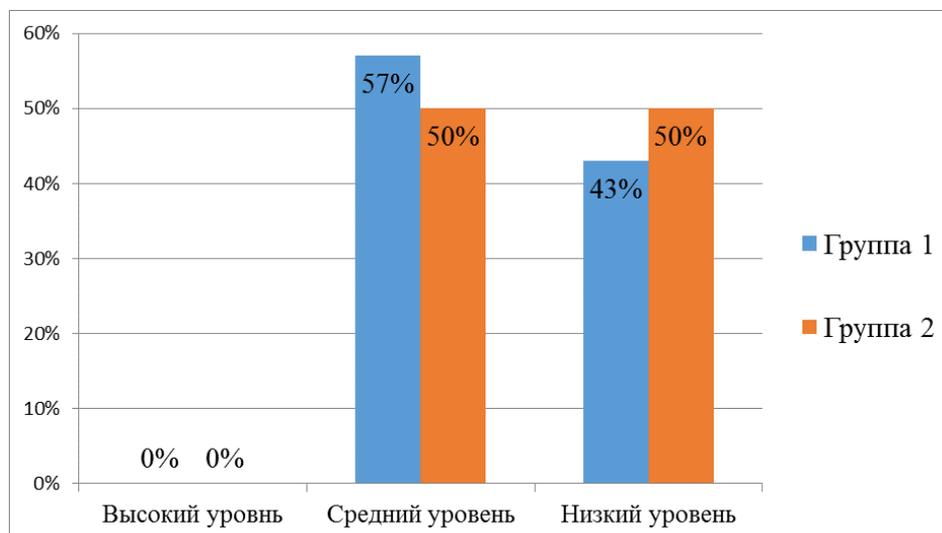


Рисунок 2 – Уровень помех ведения здорового образа жизни

В результате, в обеих исследуемых группах около половины подростков сталкиваются с умеренными трудностями в соблюдении здорового образа жизни, что свидетельствует о широком распространении подобных проблем среди подростков в целом.

На основании этого можно сделать вывод, что эффективные стратегии поддержки подростков в освоении здорового образа жизни должны включать меры по усилению их независимости и осведомленности о проблемах среди тех, кто испытывает минимальные препятствия, а также обеспечение немедленной поддержки и вмешательства взрослых для тех, кто сталкивается с серьезными трудностями.

Образовательные учреждения играют ключевую роль в прививании подросткам привычек здорового образа жизни. Школы могут инициировать спортивные события, вводить регулярные занятия физкультурой в учебное расписание, а также проводить лекции и семинары по вопросам здоровья. Кроме того, крайне важно, чтобы учебный процесс также охватывал элементы обучения здоровому питанию, правильным методам личной гигиены и предотвращению вредных привычек.

Школа может выступать в роли ключевого фактора в развитии здорового стиля жизни подростков. В рамках образовательной среды могут быть организованы спортивные клубы, сессии по психологическому укреплению, занятия йогой и фитнесом. Эти мероприятия могут способствовать тому, чтобы подросток обрел увлечение, которое будет положительно влиять на его физическое и психическое состояние.

К тому же, взаимодействие между семьей и школой играет ведущую роль в создании здорового образа жизни у подростков. Эффективное сотрудничество всех заинтересованных сторон необходимо для обеспечения долгосрочного здоровья и благополучия подростка [4].

Исследование показало, что уровень осведомленности подростков о здоровье значительно определяет их заботу о собственном благополучии. Препятствия, которые стоят на пути к здоровому образу жизни, оказывают значимое воздействие. Необходимо тонко настраивать поддержку для подростков с учетом их индивидуальных потребностей и представлений о здоровье, а также способствовать формированию у них ответственного подхода к уходу за своим здоровьем.

Следовательно, становится ясно, что инициативы по продвижению здорового образа жизни среди молодежи должны прежде всего фокусироваться на личностных аспектах данной задачи. Основное внимание необходимо уделять формированию у молодых людей положи-

тельного отношения к здоровому стилю жизни, а также развитию знаний и навыков, которые позволят им следовать этим принципам. Это требует организации целенаправленной и систематической работы по повышению информированности, выработке правильных убеждений и мотивации у подростков для ведения здорового образа жизни.

Список использованной литературы

1. Дуйсенгазиева, А. Д. Обучение принципам здорового образа жизни детей школьного возраста. Воспитание здорового образа жизни школьников / А. Д. Дуйсенгазиева, С. З. Танатаров // Актуал. науч. исслед. в современном мире. – 2021. – № 1–5 (69). – С. 46–51.

2. Шульгина, Л. Н. Методологические основы формирования культуры здоровья будущих медиков / Л. Н. Шульгина // Актуальные проблемы региональной социологии : сб. статей Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием, Курск, 18 дек. 2020 г. Т. 4 / Юго-Запад. гос. ун-т ; редкол.: отв. ред. А. П. Абрамов, Л. В. Килимова [и др.]. – Курск, 2020. – С. 55–58.

3. Валеопедагогические проблемы здоровья и его формирования у детей, подростков и молодежи. // Материалы IV межвуз. студ. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 12 дек. 2008 г. / Российск. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 99 с.

4. Коростелева, Н. А. Роль семьи в развитии личности подростка и формировании здорового образа жизни / Н. А. Коростелева, Г. Д. Марченко // Социально-экономические процессы современного общества: материалы Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием, Чебоксары, 29 мая 2024 г. / Чуваш. гос. ин-т культуры и искусств ; гл. ред. Э. В. Фомин. – Чебоксары, 2024. – С. 247–250.

УДК 796.034.2.011.1

О. П. Маркеевич (mamaeva@tut.by),
зав. кафедрой физического воспитания и спорта
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОПТИМИЗАЦИЯ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Разработана и внедрена в учебный процесс физкультурно-оздоровительная технология для студентов специального учебного отделения. Результаты могут быть использованы в учебном процессе физического воспитания студентов специального учебного отдела в учреждениях высшего образования Республики Беларусь.

For the first time physical and recovering technology for the students of special educational department was developed and introduced in educational process. The results can be used in educational process on physical training of female students of special educational department in higher educational establishments in the Republic of Belarus.

Ключевые слова: студенты; физическое воспитание; специальное учебное отделение; оздоровительная технология; дозирование физических нагрузок; уровень физического здоровья.

Key words: students; physical training; special educational department; physical and recovering technology; physical load regulating; physical health level.

Физическое воспитание студенческой молодежи, осуществляемое в рамках **социально-педагогического процесса**, направлено в конечном итоге на **достижение физического совершенства**. При этом необходимо, в первую очередь, выделить такие его основополагающие факторы как **оздоровительный**, при реализации которого оптимизируются формы и функции организма человека, **развивающий** – повышается уровень физических (двигательных) способностей и качеств, **образовательный** – расширяется и совершенствуется объем знаний, двигательных навыков и умений.

Согласно результатам медицинского осмотра юношей и девушек, поступивших в учреждение высшего образования (УВО), количество студентов, имеющих отклонения в состоянии здоровья увеличивается [1]. Нередко в УВО приходят студенты с серьезными отклонениями в состоянии здоровья.

Исследования физического здоровья студентов основной медицинской группы, по методике Г. Л. Апанасенко [2] выявили его низкий уровень, особенно при оценке функционального

состояния сердечно-сосудистой и мышечной систем организма [1]. В сложившейся ситуации развитие двигательных способностей и повышение физической подготовленности до уровня, определяемого требованиями Программы [3] затруднено, так как ослабленный организм не в состоянии адекватно справляться с физическими нагрузками необходимого объема и интенсивности. Это является основной причиной затруднений при сдаче контрольных нормативов и государственного физкультурно-оздоровительного комплекса (ГОФК). Создавшаяся ситуация требует комплексного подхода для оптимизации системы физического воспитания в УВО на основе внедрения в учебный процесс инновационных физкультурно-оздоровительных технологий, включающих следующие компоненты:

- Текущий контроль физического здоровья студенческой молодежи.
- Оптимизация средств и методов физического воспитания.
- Программы двигательной активности.
- Нормирование физических нагрузок.

Текущий контроль физического здоровья студенческой молодежи. Оценка уровня физического здоровья студентов на сегодняшний день официально узаконена только в отношении спортсменов, обязанных систематически проходить диспансерное обследование. Медицинский осмотр студентов должен проводиться в начале учебного года и направлен, главным образом, на выявление патологий. Вместе с тем студенты, получающие значительные физические нагрузки, контроль, подобный спортсменам, не проходят. Следовательно, преподаватель физического воспитания не имеет сведений о функциональном состоянии таких важнейших систем организма как сердечно-сосудистая, респираторная, мышечная, что существенно снижает его возможности по корректному подбору средств и методов физического воспитания и нормированию физических нагрузок. Таким образом, оптимизация физического воспитания студенческой молодежи связана с решением проблемы тестирования индивидуального уровня физического здоровья.

В качестве методики, позволяющей получить интегральную оценку уровня физического здоровья, может использоваться методика Г. Л. Апанасенко [2], которая положительно себя зарекомендовала в длительном эксперименте, она позволяет обрабатывать данные при массовых обследованиях, работать с базами данных, проводить статистический анализ результатов наблюдений.

Первоочередное значение в оценке оздоровительной эффективности физического воспитания имеет контроль характера изменений функциональных показателей кардиореспираторной и мышечной систем организма студента от семестра к семестру. Схема контроля уровня физического здоровья должна включать исходное обследование в начале учебного года и итоговые обследования в конце каждого семестра. В этом случае преподаватель физического воспитания будет иметь количественные показатели функционального состояния студентов. Однако, на сегодняшний день, такой контроль нормативными документами не предусмотрен. Вместе с тем, процедура тестирования и оценки уровня физического здоровья [2] включает измерение антропометрических показателей, функциональную пробу, расчет индексов, внесение в компьютер полученных результатов, их обработку и анализ. Только получив количественные показатели индивидуального уровня физического здоровья можно комплектовать учебные группы с близкими функциональными показателями, подбирать адекватные средства и методы физического воспитания и нормировать физические нагрузки.

Оптимизация средств и методов физического воспитания. Реализация этой задачи осуществляется за счет использования средств и методов физического воспитания в рамках действующей Программы [3] и составленных на ее основе учебных программ, которые регламентируют виды спорта, график их прохождения и перечень элементов для освоения.

Исследование уровня физического здоровья и уровня развития двигательных способностей студентов показало, что их оптимизация связана с применением системы средств и методов физического воспитания, представляющей специально составленную программу двигательной активности [1], базирующуюся на использовании в физкультурном занятии, главным образом, трех видов спорта: легкой атлетики, игр и гимнастики. Их комплексное использование способствует варьированию объема и интенсивности физической нагрузки в оптимальном диапазоне и расширению количества средств воздействия на организм занимающихся.

Ориентация программы двигательной активности на эти виды деятельности обусловлена тем, что легкая атлетика и игры, в первую очередь, благотворно влияют на сердечно-сосудистую и дыхательную системы, а гимнастика на центральную нервную систему и мышечный аппарат.

Нормирование физических нагрузок является важнейшей задачей, обуславливающей успешность процесса физического воспитания. Используемые до сих пор в практике методы нормирования физических нагрузок, основывающиеся на интуиции преподавателя и его педагогическом опыте, далеко не всегда приводят к позитивному результату. Декларация о том, что нагрузки должны быть «доступны», «оптимальны» и т. д. лишены конкретного смысла, а предварительное планирование параметров нагрузок с указанием для всей группы фиксированных показателей (количества повторений, длины или времени преодолеваемой дистанции) не базируются на индивидуальных функциональных показателях обучаемого контингента. Очевидно, что в этом случае одни и те же физические нагрузки для одних студентов будут низкими, а для других – высокими. В первом случае положительный эффект будет отсутствовать, а во втором может быть получен негативный результат.

Решение задачи по объективизации нормирования физических нагрузок целесообразно реализовывать с использованием математического моделирования. С этой целью в ходе мультирегрессионного анализа были построены уравнения, отражающие зависимость показателей физических нагрузок (объема и интенсивности) от индивидуального показателя уровня физического здоровья [4]. Такой подход позволяет определять индивидуализированные величины физических нагрузок, рассчитываемых на основании результатов тестирования уровня физического здоровья. При этом учебная группа делится на подгруппы с близкими показателями уровня физического здоровья, и для каждой из них рассчитываются объем и интенсивность физической нагрузки. В этом случае в рамках решения общих для всего контингента задач реализуется дифференцированный подход, обусловленный генеральным критерием – состоянием физического здоровья каждого студента.

Универсальным показателем объема физической нагрузки может служить *моторная плотность* – отношение времени выполнения студентом физических упражнений к общему времени занятия, выраженное в процентах, а интенсивности – *частота сердечных сокращений*, отражающая индивидуальную реакцию организма на получаемую физическую нагрузку.

Таким образом, на основании результатов тестирования уровня физического здоровья по уравнениям множественной линейной регрессии для каждого студента можно вычислить показатели объема и интенсивности физических нагрузок, которые должны применяться в процессе учебных занятий. Следующий этап – контроль соответствия расчетных параметров нагрузки фактическим, реализуемым на занятиях. Контроль моторной плотности сводится к хронометражу выполнения физических упражнений. Интенсивность физической нагрузки определяется у студентов группы посредством измерения частоты сердечных сокращений через определенные интервалы времени (5 или 10 мин). Регистрация частоты сердечных сокращений и сопоставление ее величины с модельными показателями позволяет преподавателю по ходу занятий осуществлять индивидуальные коррекции интенсивности физической нагрузки.

Применение обоснованных физических нагрузок в ходе учебного процесса вызывает улучшение функционального состояния организма и постепенное повышение уровня физического здоровья, что требует внесения корректив в дальнейшее нормирование физических нагрузок, которое может осуществляться либо по результатам прогнозирования, либо тестирования.

Таким образом, эффективность процесса физического воспитания связана с применением инновационных технологий [4], что требует овладения ими преподавательским составом кафедр физического воспитания и спорта, обеспечения их компьютерными программами и приборами для антропометрии и функциональной диагностики. Опыт применения таких технологий показывает, что для их реализации наполняемость учебной группы основного отделения не должна превышать 18–20 студентов.

Одной из важнейших проблем при реализации оздоровительной направленности физического воспитания студенческой молодежи является регулярность и систематичность физических нагрузок. Физическое воспитание является обязательной дисциплиной только на первых трех курсах УВО. На год планируется 140 ч (35 недель), а в недельном цикле предусмотрены два занятия по два часа. Занятия физическим воспитанием не проводятся в течение семнадцати недель (четыре недели во время зимней сессии и каникул и одиннадцати летом). Проведенные нами исследования показали, что уровень физического здоровья студентов достоверно снижается за время зимней сессии и каникул. Это связано не только с нервными нагрузками и напряжениями, обрушивающимся на него во время сессии, но и с тем, что во время сессии и каникул для восстановления используется лишь пассивный отдых, а двигательная активность резко падает [5].

Таким образом, без самостоятельных занятий физическими упражнениями проблематично поддерживать приемлемый уровень физического здоровья. При этом, самостоятельные заня-

тия физическими упражнениями требуют целого комплекса специальных знаний, значительная часть которых должна приобретаться студентами в рамках прохождения теоретического раздела физического воспитания.

Таким образом, оптимизация физического воспитания в УВО связана с инновационными физкультурно-оздоровительными технологиями. Основными компонентами которых являются: методика оценки физического здоровья, нормирование и контроль физических нагрузок и определение оптимальных средств и методов их использования при занятиях оздоровительной физической культурой.

Список использованной литературы

1. **Медведев, В. А.** Оздоровление студенческой молодежи средствами физической культуры / В. А. Медведев, О. П. Маркевич // Выш. шк. – 2003. – № 3. – С. 72–75.
2. **Апанасенко, Г. Л.** Так можно ли измерить здоровье? / Г. Л. Апанасенко // Совет. спорт. – 1987. – 17 мая. – С. 2.
3. **Физическая культура:** типовая учебная программа для высших учебных заведений / сост.: В. А. Коледа [и др.]; под ред. В. А. Коледы. – Минск : РИВШ, 2017. – 33 с.
4. **Маркевич, О. П.** Индивидуальное нормирование параметров физических нагрузок студенток специального отделения / О. П. Маркевич, В. А. Медведев // Региональные проблемы экологии : пути решения : тез. докл. II Междунар. эколог. симпозиума, Полоцк, 2–3 сен. 2005 г.: в 2 т. / Полоц. гос. ун-т ; редкол.: С. П. Кундас [и др.]. – Полоцк, 2005. – Т. 2. – С. 1617.
5. **Бабичева, М. А.** К вопросу применения инновационных технологий в области физической культуры и спорта / М. А. Бабичева, Л. М. Лукьянова // Наука 2020. – 2021. – № 6 (51). – С. 112–117.

УДК 796

Н. Т. Науменко (natalitarasevich111@mail.ru),
ст. преподаватель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ: ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ

Подобного рода тенденции касательно состояния здоровья молодежи обусловлены неблагоприятным влиянием разнообразных факторов окружающей среды, например, особенностями образа жизни людей, высоким уровнем стресса, что нередко бывает во время сдачи экзаменов, неправильным питанием и прочими факторами. Исходя из этого следует отметить, что исследование проблемы физического и социального развития молодежи Беларуси как со стороны теории, так и с практической точки зрения, является достаточно важным.

Such trends in the health status of young people are due to the unfavorable influence of various environmental factors, for example, lifestyle characteristics of people, high levels of stress, which often happens during exams, poor nutrition and other factors. Based on this, it should be noted that the study of the problem of physical and social development of young people in Belarus, both from the side of theory and from a practical point of view, is quite important.

Ключевые слова: здоровый образ жизни; физическая культура; физические нагрузки; несбалансированное питание; нарушение режима сна; оздоровление организма; мотивирование студентов; психологический комфорт.

Key words: healthy lifestyle; physical education; physical activity; unbalanced diet; sleep disturbances; improvement of the body; motivation of students; psychological comfort.

Здоровье является одной из наиболее важных составляющих нашей жизни. Оно затрагивает все аспекты нашего существования – физическое, психическое и социальное благополучие. Факторы здоровья являются связанными социальными, экономическими и окружающими условиями, которые оказывают влияние на физическое и психическое благополучие людей.

Здоровый образ жизни отражает обобщенную типовую структуру жизнедеятельности студентов, для которой характерно единство и целесообразность процессов самоорганизации и самодисциплины, саморегуляции и саморазвития, направленных на укрепление адаптивных возможностей организма, полноценную самореализацию своих сущностных сил, дарований и способностей в общекультурном и профессиональном развитии, жизнедеятельности в целом.

Здоровый образ жизни создает для личности такую социокультурную среду, в условиях которой возникают реальные предпосылки для высокой творческой самоотдачи, работоспособности, трудовой и общественной активности, психологического комфорта, наиболее полно раскрывается психофизиологический потенциал личности, актуализируется процесс ее самосовершенствования.

Физическая культура – это высокоприоритетное направление социальной государственной молодежной политики в настоящее время. Несмотря на то, что во всех высших учебных заведениях нашей страны проводятся занятия по физической культуре и спорту, уровень физической подготовки современной молодежи в большинстве случаев невысок, что может привести к ослаблению иммунитета студентов, ухудшению состояния здоровья и другим негативным последствиям. Молодые люди, у которых по результатам медицинского обследования выявлены некоторые нарушения в здоровье, физическом развитии, занимаются по специализированным программам в специальных медицинских группах [1].

Подобного рода тенденции касательно состояния здоровья молодежи обусловлены неблагоприятным влиянием разнообразных факторов окружающей среды, например, особенностями образа жизни людей, высоким уровнем стресса, что нередко бывает во время сдачи экзаменов, неправильным питанием и прочими факторами. Исходя из этого следует отметить, что исследование проблемы физического и социального развития молодежи Беларуси как со стороны теории, так и с практической точки зрения, является достаточно важным.

Для некоторого количества людей занятия физической культурой и спортом не приносят удовольствия. Им не интересно и скучно выполнять упражнения, заниматься спортом. В этом случае стоит поэкспериментировать с различными видами спорта, возможно, найдется такой, который заинтересует и понравится. Еще одной причиной отсутствия регулярного спорта в жизни молодых людей является удаленное расположение физкультурно-оздоровительных объектов. С этой проблемой в основном сталкиваются студенты, которые проживают в отдаленных районах нашей страны. Однако на сегодняшний день для систематических занятий физической культурой и спортом количество спортивных объектов и оснащенных спортивных площадок в Республике Беларусь увеличивается [2].

Одной из проблем физического воспитания молодых людей является слабая физическая подготовка. Достаточно большая доля нынешних студентов отечественных вузов имеют недостаточную физическую подготовку, причиной данного факта может быть низкая физическая подготовленность учеников в среднеобразовательных школах. Первопричинами снижения физической подготовленности и повышения уровня заболеваемости молодых людей также можно считать следующие факторы:

- Недостаточное количество физических нагрузок.
- Несбалансированное питание.
- Нарушенный режим сна и бодрствования.
- Снижение, а порой и абсолютное исключение физических нагрузок во время экзаменационных сессий, каникул, выходных.
- Отсутствие базовых знаний о положительном влиянии спорта на здоровье.
- Ранняя компьютерная зависимость.

Именно из-за данных факторов отмечается ухудшение общего состояния физического развития молодых людей. Также одним из возможных факторов, влияющих на отношение молодых людей к занятиям спортом, является мотивирование студентов. Мотивами для повышения интереса к физической активности могут быть:

- оздоровление организма;
- совершенствование фигуры;
- повышение работоспособности;
- достижение спортивных успехов.

Повышение уровня положительного отношения к занятиям по физической культуре и спорту приводит к повышению эффективности физической культуры студентов [3].

Внимание стоит акцентировать на усилении мотивации и ответственности за свое здоровье, эффективное и интересное проведение занятий. Все это в перспективе будет способствовать появлению у молодых людей понимания личной ответственности за свое здоровье.

Рекомендуется всемерно поддерживать в учащемся высокую самооценку – поощрять любое его достижение, и в ответ получать еще большее старание.

Физическая культура и спорт по своей специфике отличаются от других дисциплин, и на первый взгляд кажется, что использование информационных технологий и цифровых образова-

тельных ресурсов в процессе занятий не представляется возможным, потому что основное направление дисциплины – двигательная активность. Тем не менее важными задачами наряду с формированием у студентов навыков организации регулярного двигательного режима и развития ведущих двигательных качеств являются не менее значимые, такие как повышение уровня образованности студентов в сфере физической культуры и спорта, формирование у них потребности в здоровом образе жизни и готовности к физическому совершенствованию [1].

Сейчас доступно большое количество материалов для самостоятельных онлайн-тренировок. В этом есть также свои плюсы и минусы. Из преимуществ можем выделить: разнообразие тренировок на любой вкус и для решения любой задачи физического совершенствования; видеозанятия не надо запоминать, они есть в свободном доступе в интернет-пространстве; можно послать ссылку всем участникам занятий и тренироваться бесплатно; удобная трансляция позволяет включить видеозапись с любого интернет-источника; на данный момент есть приложения, которые выдают комплекс упражнений по запросу студента, в соответствии с его целями и желаниями.

Минусами являются следующие аспекты: нет никакого контроля за правильным выполнением техники упражнений; приложения и программы не учитывают нюансов здоровья студентов; если это платформа для видеоконференций, то там предполагается ограниченное время и ограниченное число участников; нередки сбои связи.

В связи с обозначенными обстоятельствами студенты не могут соблюдать принципы постепенного повышения нагрузки, учета индивидуальных особенностей и здоровьесбережения; и, если говорить об образовании, многие приложения и программы не соответствуют федеральным стандартам.

Еще одна проблема, которая зачастую усложняет процесс создания и обслуживания объектов инфраструктуры массового спорта, – недостаток квалифицированных работников. Данный вопрос касается специалистов различных уровней, начиная с тренерского состава, обладающего необходимой квалификацией для работы с населением, медицинских работников с опытом работы именно в спортивной сфере и знанием ее особенностей, заканчивая управленческими кадрами в сфере физической культуры и спорта для правильного и отлаженного регулирования всех рабочих процессов, происходящих как внутри, так и вне объекта и обеспечения его успешного функционирования и, безусловно, профессионалов с юридическим образованием для обеспечения соответствия законодательным нормам в области физической культуры и спорта.

Только при наличии правильно выстроенных отношений между государством, обществом и бизнесом возможна успешная реализация проектов в сфере инфраструктуры массового спорта. В связи с этим необходимо отметить, что предприниматели должны иметь необходимую поддержку государства при инвестировании в строительство и реконструкцию объектов спортивной инфраструктуры.

Для того, чтобы побороть образовавшуюся ситуацию необходимо информировать местных и региональных служащих, о том, как можно и нужно взаимодействовать с представителями бизнеса, не нарушая при этом норм законодательства Республике Беларусь. Указанные действия приведут к тому, что будет возможно обеспечить эффективное функционирование объекта спортивной инфраструктуры, получение прибыли предпринимателем и беспрепятственное осуществление его основных функций, экономии государственного бюджета и сил властей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день имеются эффективные методы решения проблем низкого уровня физического развития молодых людей и понижения эффективности образовательного процесса по физическому воспитанию студентов в высших учебных заведениях. Применение индивидуализированных программ обучения, лично-ориентированный подход могут дать положительный эффект в отношении молодых людей к занятиям физической культурой и спорта, а также популяризировать здоровый образ жизни.

Список использованной литературы

1. **Бегидова, Т. П.** Теория и организация физической культуры / Т. П. Бегидова. – М. : Юрайт, 2021 – 192 с.
2. **Бишаева, А. А.** Физическая культура : учеб. / А. А Бишаева, А. А. Малков. – М. : КноРус, 2020. – 312 с.
3. **О Государственной** программе «Физическая культура и спорт» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 г., № 54 // Эталон. Законодательство Республики Беларусь / Национальный центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2024.

ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИЗИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНТОВ

Здоровье является основой жизнедеятельности человека, его материального благополучия, трудовой активности, творческих успехов и долголетия. Оно отражает уровень жизни и благополучия страны, непосредственно влияет на производительность труда, экономику, обороноспособность, нравственные принципы. Оздоровительная физическая культура, рассматривающая здоровье человека в тесной взаимосвязи с уровнем его двигательной активности и образом жизни, становится одним из жизненно важных приоритетов современного человека.

Health is the basis of human life, his material well-being, work activity, creative success and longevity. It reflects the standard of living and well-being of the country, directly affects labor productivity, the economy, defense capability, and moral principles. Health-improving physical culture, which considers human health in close connection with the level of physical activity and lifestyle, is becoming one of the vital priorities of modern man.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительная технология; физическое здоровье студентов; педагогический процесс; оздоровительная физическая культура; оздоровление.

Key words: physical education and health technology; physical health of students; pedagogical process; health-improving physical culture; health improvement.

Современная учебная деятельность студентов учреждения высшего образования (УВО) носит интенсивный характер учебного труда. Все это приводит к значительным психофизическим перегрузкам студентов, что в конечном итоге сказывается на качестве усвоения учебного материала. Данное положение еще усугубляется тем, что студенты нерационально используют режим учебного труда и активного отдыха, у них не сформирована культура поддержания и укрепления психофизического состояния здоровья средствами физической культуры и спорта. Здоровье является основой жизнедеятельности человека, его материального благополучия, трудовой активности, творческих успехов и долголетия. Оно отражает уровень жизни и благополучия страны, непосредственно влияет на производительность труда, экономику, обороноспособность, нравственные принципы. Оздоровительная физическая культура, рассматривающая здоровье человека в тесной взаимосвязи с уровнем его двигательной активности и образом жизни, становится одним из жизненно важных приоритетов современного человека.

Изучение направлений и видов, современных физкультурно-оздоровительных технологий и комплексных программ оздоровления свидетельствует, что одним из основных факторов здорового образа жизни современного человека является рациональная двигательная активность, проявляемая в виде естественных движений, игровых дисциплин, силовых и гимнастических комплексов, тренажерных систем, а также различных традиционных и нетрадиционных упражнений, как правило, инновационного характера.

В законе об образовании также подчеркивается необходимость развития содержания высшего образования, ориентированного, прежде всего на интеграцию и взаимосвязь двигательной и умственной деятельности студентов УВО как необходимого условия продуктивности учебного процесса, подготовки компетентных специалистов, обладающих крепким здоровьем, хорошей профессионально-прикладной подготовленностью и сформированной спортивной культурой [1]. В этом видится социальный заказ государства, направленный на формирование профессиональной ответственности студенческой молодежи, на повышение эффективности и качества учебной деятельности во взаимосвязи с активными занятиями физической культурой и спортом в УВО. Такая направленность современного учебного процесса студентов УВО, будет способствовать укреплению физического здоровья студентов, активизации учебного труда молодежи, конечным результатом которого будут физически активные и компетентные специалисты для экономики страны.

Цель данной статьи рассмотреть развитие современных оздоровительных технологий применяемых в процессе физического воспитания студентов, их особенности, специфику и расширить знания о современных физкультурно-оздоровительных технологиях.

В оздоровительной физической культуре можно выделить как минимум три аспекта: деятельностный, предметно-ценностный и результативный.

Рассмотрим основные термины и понятия, которые употребляются с прилагательным физкультурно-оздоровительный: физкультурно-оздоровительная технология, физкультурно-оздоровительная деятельность, физкультурно-оздоровительная работа, физкультурно-оздоровительные мероприятия, физкультурно-оздоровительная система.

По сути, физкультурно-оздоровительная технология – это способ реализации деятельности, направленной на достижение и поддержание физического благополучия и на снижение риска развития заболеваний средствами физической культуры и оздоровления. Это основные правила использования специальных знаний и умений, способов организации и осуществления конкретных действий, необходимых для выполнения физкультурно-оздоровительной деятельности.

Сегодня физкультурно-оздоровительные технологии не являются достоянием личного опыта редких специалистов, а разрабатываются в соответствии с достижениями научно-исследовательской работы и развитием инновационных передовых технологий. Любая физкультурно-оздоровительная технология включает в себя постановку цели и задач оздоровления, и собственно реализацию физкультурно-оздоровительной деятельности в той или иной форме. Технология включает в себя не только реализацию оздоровительной программы, но и определение уровня здоровья, и тестирование физической подготовленности, а также вопросы управления и администрирования.

Таким образом, физкультурно-оздоровительная технология – это способ осуществления разнообразной физкультурно-оздоровительной деятельности. Это та база, на которой строится так называемая оздоровительная индустрия и физкультурно-оздоровительная работа.

Под современными физкультурно-оздоровительными технологиями подразумевается комплексный педагогический процесс, включающий содержание, средства и методы физической культуры: шейпинг, аэробика, стретчинг, бодифитнес, калланетик, гимнастика, йога, аквааэробика и т. д., способствующих физическому совершенствованию, профилактике и укреплению здоровья студентов в условиях высшего образования по дисциплине «Физическая культура». Физкультурно-оздоровительные технологии могут осуществляться по самым разным направлениям: шейпинг, аэробика, фитнес, бодибилдинг, калланетик, изотон, стретчинг, воркаут (workout), кроссфит (crossfit), пилатес, йога и прочие виды деятельности, которые используются в досуговой деятельности.

Сегодня весь арсенал средств физкультурно-оздоровительного воздействия, направленных на достижение и поддержание физического благополучия, принято обозначать термином «оздоровительный фитнес» [1].

Его появление и популярность объективно отражают ситуацию принципиального реформирования сферы физического воспитания в условиях сегодняшней действительности, когда забота о должном уровне психофизической подготовленности становится личным делом человека.

Развитие современных оздоровительных технологий и комплексных программ оздоровления населения связано с появлением американской системы «фитнес» (fitness).

Этот термин в переводе с английского языка означает:

- 1) физическая подготовленность;
- 2) годный, пригодный, соответствующий чему-либо.

И то, и другое значение отображает содержание системы фитнес, поскольку в основе этого движения лежит необходимость регулярных занятий физическими упражнениями для укрепления здоровья.

Система фитнес в мире [1] понимается как оздоровительные занятия, базирующиеся на средствах и методах бодибилдинга. Американские специалисты преобразовали систему тренировки фитнес в комплексную программу оздоровления населения, где используются виды двигательной активности, прямо не соотносящиеся со спортом. Фитнес рассматривается также как образ жизни, составленный из трех частей тренировки, современного оборудования и изысканной одежды. Все это вместе означает фитнес-моду.

В настоящее время фитнес развивается в двух направлениях – спортивном и оздоровительном.

Анализируя и систематизируя имеющиеся пока немногочисленные материалы по фитнесу, можно сделать вывод, что фитнес – это вся система оздоровительной физической культуры, включающая здоровый образ жизни (рациональное питание, отказ от вредных привычек, психотренинг и т. п.). Понятие «фитнес» в настоящее время уже достаточно прочно вошло в жизнь. Поскольку оздоровительная аэробика – это один из видов оздоровительной гимнастики, в част-

ности, и оздоровительной физической культуры, можно с уверенностью сказать, что аэробика – это часть системы фитнеса.

В современной аэробике существует, по данным некоторых авторов, более 200 видов, и это далеко не предел [2]. Современная аэробика и фитнес – это очень мобильные подвижные системы, постоянно обновляющие арсенал используемых средств, поскольку они представляют из себя кроме всего прочего блестящую коммерческую идею, соединяющую оздоровительные занятия с модой, рациональным питанием, конкурсами и т. п.

Современная оздоровительная аэробика – это очень динамичная структура, которая постоянно обновляет арсенал используемых средств. Появляются все новые и новые виды «аэробических» занятий (по западной терминологии) с использованием различных предметов, тренажеров и других устройств.

Воздействие каждого из этих занятий носит специфический, если не сказать специальный, характер. По данным социологических исследований, многие женщины и сами считают, что для того, чтобы занятия были более интересными, необходимо постоянное обновление программ.

По мнению некоторых авторов, оздоровительная аэробика – это международное обобщенное название двигательной активности оздоровительной направленности, под которым в настоящее время объединено более двухсот различных направлений и течений.

Оздоровительные виды гимнастики условно разделяются на три группы.

В первую входят виды, включающие танцевальные движения. Это ритмическая гимнастика, женская гимнастика, аэробика и другие, содержащие в названии конкретный танцевальный стиль (джаз-гимнастика, диско-гимнастика, модерн-гимнастика).

Во вторую группу входят виды, предназначенные для целенаправленного развития форм тела или преимущественного развития определенных функций организма. Это атлетическая гимнастика, фитнес, калланетика, шейпинг, стретчинг, различные дыхательные, косметические виды гимнастики.

В третью группу объединяются виды гимнастики, образовавшиеся на основе восточных философских систем, важнейшей частью которых всегда было совершенствование тела посредством специальных гимнастических упражнений. Это йога, тайцзицзюань, цигуни др.

При этом аэробика разделяется на аэробiku спортивную и оздоровительную, оздоровительная же аэробика подразделяется на виды по признаку различной степени интенсивности:

- супераэробика (аэробика высокой интенсивности продолжительностью до 1,5 ч);
- аэробика высокой интенсивности (аэробика с активным использованием бега и прыжков);
- аэробика низкой интенсивности (прыжки и бег исключаются, а преимущество отдается упражнениям в ходьбе и пружинистым движениям в полуприседах).

Отдельно стоит фанк-аэробика, степ-аэробика, гидроаэробика.

Калланетика и фитнес относятся к атлетической гимнастике и считаются ее разновидностями. Стретчинг обозначается как «гимнастика», за счет которой обеспечиваются наилучшие условия для растягивания различных мышечных групп.

Многие авторы [2; 3] весь набор видов гимнастики, появившихся в массовой физкультурно-оздоровительной работе в последние десятилетия, относят в раздел нетрадиционных. Таким образом, в одном разделе «нетрадиционных» видов оказались ритмическая гимнастика, аэробика, гимнастика йогов, гимнастика ушу, дыхательная гимнастика и др.

Но со временем принцип «традиционности», очевидно, начнет видоизменяться и многие отнесенные в этот разряд виды оздоровительной гимнастики изменят свой статус и станут «традиционными». Следовательно, нам кажется, что в качестве принципов классификации видов следует использовать другие критерии. Дополнительно следует также отметить, что понятие «традиционности» в данном смысле не совсем корректно, так как может рассматриваться и в этнотерриториальном аспекте, т. е. для какого-то государства, нации и так далее, а также во временном.

Еще в середине 80-х гг., когда аэробика была несколько другой по характеру используемых движений и носила в нашей стране название «ритмическая гимнастика», рядом авторов [2; 3] была разработана классификация средств ритмической гимнастики, которая легла в основу ее видов.

При этом в качестве отправных точек были поочередно взяты такие основополагающие признаки, как внешняя форма движений, цель занятий аэробикой (ритмической гимнастикой), воздействие занятий на функциональные возможности организма.

В результате по внешнему признаку средства ритмической гимнастики были разделены на следующие виды [3]: упражнения стоя, в партере, у опоры, без предмета, с предметами и отягощениями.

По функциональному признаку были выделены упражнения на сердечно-сосудистую и дыхательную системы, упражнения на мышцы и суставы, упражнения на нервную систему.

По целевому признаку все средства ритмической гимнастики были разделены на упражнения, развивающие различные физические качества, психические качества, танцевальность (пластичность, грациозность), а также музыкальность.

В зависимости от применения этих средств аналогично классифицировались и виды ритмической гимнастики (аэробики).

В настоящее время в танцевальной аэробике утвердилась классификация применяемых в основной части занятия упражнений по принципу так называемой «ударности», которая в данном случае является критерием интенсивности.

Упражнения по технике выполнения делятся на «безударные» (superlowimpact) и «низкоударные» (lowimpact), а также «высокоударные» (highimpact).

Упражнения «низкоударные» характеризуются тем, что при их выполнении хотя бы одна нога находится на опоре и выполняет пружинистые движения в голеностопном суставе.

При «безударной» технике движений вся подошва хотя бы одной ноги постоянно находится в контакте с полом. Вариант «высокоударной» техники выполнения упражнений характеризуется наличием безопорной фазы, т. е. включает элементы бега и прыжков.

Таким образом, в настоящее время происходит внедрение в образовательный процесс и в процесс подготовки специалистов по адаптивной физической подготовке современных оздоровительных технологий и комплексных программ оздоровления.

Знание будущим специалистом современных оздоровительных технологий и их применение в профессиональной деятельности с учетом уровня здоровья обучаемых – определяет уровень профессионализма преподавателя.

Выводы. Одним из основных факторов здорового образа жизни современного человека является рациональная двигательная активность, проявляемая в виде естественных локомоций (ходьба, бег, плавание, езда на велосипеде), игровых дисциплин, силовых и гимнастических комплексов, тренажерных систем, а также различных нетрадиционных упражнений, как правило, инновационного характера. Регулярная физическая активность значительно улучшает физическое здоровье, особенно состояние опорно-двигательной и сердечно-сосудистой систем, повышают иммунитет, положительно влияют на общий тонус человека.

Сохранение и укрепление здоровья детей – сложная комплексная социально-педагогическая проблема, требующая переориентации целей образования и воспитания. Быстро надвигающаяся эра не просто оздоровления, а именно здоровьесберегающих и здоровьесоздающих технологий имеет направление, характерной особенностью которого является улучшение качества тела через профилактику движений, т. е. модификация упражнений направлена не на коррекцию мышц, а на коррекцию движений – ее суставную кинематику. Это означает, что одним из базовых элементов современных здоровьесберегающих технологий должен стать «стиль новых движений», применение которого позволяет максимально выработать содержащийся в любом конкретно взятом упражнении технический потенциал.

Список использованной литературы

1. **Мякинченко, Б. Б.** Оздоровительная тренировка по системе ИЗОТОН / Б. Б. Мякинченко, В. Н. Селуянов. – М. : Спорт Академ Пресс, 2001. – 68 с.
2. **Методические** рекомендации: Здоровьесберегающие технологии в общеобразовательной школе: методология анализа, формы, методы, опыт применения / под ред. М. М. Безруких, В. Д. Сонькина. – М. : ИВФ РАО, 2002. – 181 с.
3. **Физическое** воспитание детей дошкольного возраста / сост. Л. В. Русакова, Л. И. Бакаенкова. – М. : Просвещение, 1982.