

**ЭКОНОМИКА
И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ**

ISSN 2587-5981



***Периодическое издание
Выпуск № 3
Казань, 2023***

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ**

**"ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ"**

**Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»**



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2023 год

Основное заглавие: Экономика и парадигма нового времени

Параллельное заглавие: Economics and the paradigm of the new time

Языки издания: русский (основной), английский (дополнительный)

Учредитель периодического издания и издатель: Научное объединение
«Вертикаль Знаний»

Место издания: г. Казань

Формат издания: электронный журнал в формате pdf

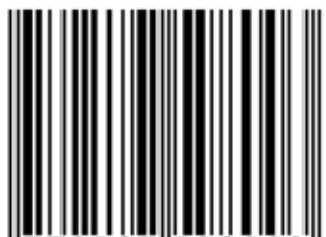
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

ISSN: 2587-5981

Редколлегия выпуска:

1. Королук Елена Владиславовна – д-р экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
2. Мезенцева Екатерина Викторовна – канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
3. Самигуллин Эльдар Валиевич – д-р экон. наук, профессор, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.
4. Гасило Елена Александровна – канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк.

ISSN 2587-5981



9 772587 598003 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Экономика и парадигма нового времени. – 2023. – № 3 (20).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

**«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Выпуск № 3 / 2023

Стр. 5 Пономаренко А.К., Баландин Е.К.

Актуальность мер государственной поддержки, направленных на развитие агропромышленного комплекса

Стр. 12 Писарева Е.А.

Интеграция в агропромышленном комплексе и перспективы её развития в условиях кооперации

Стр. 18 Антонов А.А.

Тенденции использования Agile-методологий в современной России

Стр. 24 Петрова Д.Г.

Особенности маркетинговой деятельности в строительстве

Стр. 28 Лизовская В.В.

Особенности поведения представителей поколения X на рабочем месте

Стр. 31 Глотова И.И., Шевхужева А.А.

Анализ источников доходной части бюджета Ставропольского края в современных условиях

УДК 331

**АКТУАЛЬНОСТЬ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ,
НАПРАВЛЕННЫХ НА РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО
КОМПЛЕКСА**

*Пономаренко Александр Константинович,
Национальный исследовательский ядерный
университет «МИФИ», г. Москва*

*Баландин Евгений Константинович,
Национальный исследовательский ядерный
университет «МИФИ» г. Москва*

E-mail: zhenya.balandin.03@mail.ru

Аннотация. В нашей стране на протяжении последних двадцати лет реализовывался ряд мер государственной поддержки развития агропромышленного комплекса (АПК). В рамках приоритетного национального проекта (ПНП) «Развитие АПК» 2006-2007 гг. внимание было направлено на ускоренное развитие животноводства, стимулирование развития малых форм хозяйствования в АПК и обеспечение жильем молодых специалистов. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия 2008-2012 гг. и предусматривала достижение таких целей, как обеспечение продовольственной независимости РФ, повышение конкурентоспособности продукции АПК на внутреннем и внешнем рынке, повышение финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий, устойчивое развитие территорий сельской местности. К основным проблемам, которые необходимо решить в рамках реализации Программы в 2012-2030 годы отнесены недостаточность перерабатывающих мощностей, товарных направлений и групп, зависимость от иностранных технологий и импортного семенного материала, племенной продукции в животноводстве, торговые барьеры, недостаток квалифицированных кадров.

Abstract. A number of measures of state support for the development of the agro-industrial complex have been implemented in our country over the past 20 years. Within the framework of the priority national project (PNP) "Development of the agro-industrial complex" of 2006-2007, attention was directed to the accelerated development of animal husbandry, stimulating the development of small forms of farming in the agro-industrial complex and providing housing for young professionals. The State program for the development of agriculture and regulation of agricultural products, raw materials and food markets in 2008-2012 provided for the achievement of such goals as ensuring the food independence of the Russian Federation, increasing

the competitiveness of agricultural products in the domestic and foreign markets, increasing the financial stability of agricultural enterprises, sustainable development of rural areas. The main problems that need to be solved within the framework of the Program in 2012-2030 were the insufficiency of processing capacities, product lines and groups, dependence on foreign technologies and imported seed material, breeding products in animal husbandry trade barriers; lack of qualified personnel.

Ключевые слова: сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, государственная программа, федеральный проект, национальный проект

Key words: agriculture, agro-industrial complex, state program, federal project, national project.

Введение. Развитие сельского хозяйства является одним из важных направлений государственного регулирования, так как именно от его уровня зависит качество жизни и уровень здоровья населения, национальная безопасность государства и перспективы его устойчивого развития. В нашей стране на протяжении последних двадцати лет реализовывался ряд мер государственной поддержки развития агропромышленного комплекса. Целью данной работы является анализ необходимости и актуальности разработанных и реализованных в нашей стране либо реализуемых в настоящее время данных государственных программ.

Основная часть. Начнем анализ с приоритетного национального проекта (ПНП) «Развитие АПК». Обращаясь к Федеральному собранию, Правительству и руководителям регионов, 5 сентября 2005 года Владимир Владимирович Путин, сформулировал четыре приоритетных направления «инвестиций в человека» – это сферы здравоохранения, образования, жилья и сельского хозяйства. Выделение сельского хозяйства на уровень приоритетного национального проекта было на тот момент жизненно необходимо, так как состояние агропромышленного комплекса в 1990-е годы было критическим. Как пишет Барсукова С.Ю., спад сельскохозяйственного производства был настолько силен, что показатели 1990-го были достигнуты в 2004 году. По данным на 2007 год износ производственных фондов в данной отрасли превышал 80%, выбытие из строя основных фондов в 1,5-2 раза превышало ввод новых мощностей. Инвестиции в основной капитал агропромышленного комплекса составляли около 4% от объема инвестиций в экономику страны. Средняя зарплата не превышала 43% общероссийского уровня, а 56% жителей сельской местности находились за чертой бедности. Более 30% сельских хозяйств являлись убыточными. Ежегодно увеличивалась разница между стоимостью зерна и стоимостью дизельного топлива, при этом рост цен на топливо за пять лет опередил цены на зерно почти в два раза, так в 2000-м году цена одной тонны дизельного топлива равнялась цене 3,1 тонны зерна, а в 2005-м году уже 5,6 тонны. В 2007-м году более 30% продовольствия завозилось в Россию из-за рубежа. Перечисленные выше факты четко указывали на необходимость вмешательства государства в данную сферу. Вопросы вызывали конкретные

меры поддержки и то, какие из них будут наиболее эффективны в сложившейся ситуации [5, с. 1].

Опыт льготного кредитования 1990-х годов из государственного бюджета показал свою неэффективность. Оператором данного кредитования был частный банк СБС-Агро, через него государственные транши перенаправлялись в качестве кредитов. Возврат по данным кредитам был не более 50%. После этого была предложена новая схема кредитования сельхоз производителей, по которой кредит можно было взять в любом банке, а государство компенсировало часть процентной ставки. Такая форма кредитования повышала заинтересованность банков в их возврате и ужесточала требования к заемщикам. Кредитование в рамках ПНП «Развитие АПК» отличалось от существовавшего ранее кредитования по следующим пунктам: оно распространялось на кооперативы и личные подсобные хозяйства и имело узкую целевую направленность [5, с. 2].

Следует отметить, что согласно работы Барсуковой С. Ю. в 2007-м году потребление мяса на душу населения сократилась к 1990 году на 30% (с 75 кг до 55 кг), молока на 40% (с 385 кг до 235 кг). При этом наибольшая доля производства мяса скота и птицы в 2004-м и 2005-м году приходилась на личные подсобные хозяйства 53,1% и 52,7% соответственно, на сельскохозяйственные предприятия за те же периоды 44,7% и 45,8%, на фермерские хозяйства – 2,2% и 2,5% соответственно [5, с. 4].

В рамках приоритетного национального проекта (ПНП) «Развитие АПК» было решено направить внимание на развитие малых форм хозяйствования, чему способствовало животноводство, являясь достаточно трудоемкой сферой, оно позволяло закрепить для жизни в сельской местности большее количество семей. Кроме того, именно для привлечения новых специалистов в сельскую местность было выделено отдельное направление проекта, как выдача льготного жилья молодым специалистам. Было принято решение поддержки личных подсобных хозяйств независимо от формы хозяйствования без продуктовых ограничений, а крупные агрохолдинги могли рассчитывать на кредитование в рамках данного нацпроекта только для ведения животноводческого направления. Таким образом, в 2006-2007 годах на ускоренное развитие животноводства, стимулирование развития малых форм хозяйствования в АПК и обеспечение жильем молодых специалистов на селе было выделено около 34,9 миллиарда рублей [5, с. 6].

Остановимся на результатах ПНП «Развитие АПК»: в 2006-м году увеличилось количество продукции животноводства на 3,7% и растениеводства на 2,1%. Производство мяса увеличилось на 5%, в птицеводстве на 15%, в свиноводстве на 9%. Средний надой молока на одну корову в 2006-м году составил 3600 кг, для сравнения в советские годы был не более 2800 кг. В 2006-м году было создано 2134 сельскохозяйственных кооперативов, половину из них составляли заготовительные и снабженческо-сбытовые кооперативы, треть – кредитные, минимальное количество представляли перерабатывающие

кооперативы. За два года реализации национального проекта было создано 3600 кооперативов. Но следует отметить, что созданные кооперативы могли не иметь положительных результатов деятельности и часть из них создавалась лишь с целью достижения плановых показателей по их количеству. В 2006-м году 16 225 молодых специалистов и их семей получили жилье в сельской местности [5, с. 8-10].

На наш взгляд, представленные выше результаты, можно оценить, как положительные. Однако следует сделать вывод о недостаточном развитии переработки сельскохозяйственной продукции. Именно на это следовало бы сделать акцент в дальнейшем развитии национальных проектов, чтобы путем точечных вливаний поддержать конкретное направление переработки сельхозпродукции.

Посмотрим было ли это сделано в рамках следующих мер стимулирования АПК. С 2008-го года ПНП «Развитие АПК» получил свое продолжение в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Данная Государственная программа была рассчитана на 2008-2012 годы и предусматривала достижение следующих целей:

- обеспечение продовольственной независимости и безопасности РФ;
- повышение конкурентоспособности продукции АПК на внутреннем и внешнем рынке;
- повышение финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий;
- устойчивое развитие территорий сельской местности;
- воспроизводство, повышение экологичности сельскохозяйственного производства и эффективности использования ресурсов [3].

Для достижения перечисленных выше целей были выделены следующие основные направления работы:

- устойчивое развитие территорий сельской местности за счет улучшения жилищных условий, для этого планировалось в 2012-м году увеличить в 3,7 раз количество ввода и приобретения жилья по сравнению с 2006-м годом, повысить обеспеченность населения питьевой водой до 66%, уровень газификации домов – до 60%;
- создание общих условий функционирования;
- ускоренное развитие приоритетных отраслей сельского хозяйства;
- повышение финансовой устойчивости за счет страхования посевных территорий и расширения доступа сельхозпроизводителей к льготному кредитованию;
- регулирование рынков сельскохозяйственной продукции путем сглаживания сезонных колебаний цен, разработки стандартов продукции для развития импорта [3].

Следует отметить, что именно переработке сельхозпродукции в данной Программе не уделяется должное внимание.

Общий объем финансирования Программы в 2008-2012 годах за счет средств федерального бюджета планировался в размере 551,3 млрд. рублей, в том числе:

- в 2008 году – 76,3 млрд. рублей;
- в 2009 году – 100 млрд. рублей;
- в 2010 году – 120 млрд. рублей;
- в 2011 году – 125 млрд. рублей;
- в 2012 году – 130 млрд. рублей [3].

Остановимся на целевых показателях данной Программы. Планировалось, что индекс производства продукции сельского хозяйства будет составлять ежегодно с 2008-го года по 2012 год около 104% в процентах к предыдущему году, то есть планировался ежегодный рост производства на 4% по отношению к предыдущему году, по животноводству данный показатель должен был составить 5% ежегодного роста, по растениеводству около 3%. Кроме того, планировалось увеличение доли российского производства мясной продукции с 61,6% в 2008-м году до 69,6% в 2012-м году, молочной продукции с 78,3% в 2008-м году до 81,1% в 2012-м году. Коэффициент обновления основных видов сельскохозяйственной техники должен был увеличиться по тракторам с 5,2% в 2008-м году до 10,3% в 2012-м году, по зерноуборочным комбайнам с 7,4% в 2008-м году до 13% в 2012-м году, по кормоуборочным комбайнам он должен был составить 11,8% в 2008-м году, 11,6% в 2012-м году [3].

Для оценки результативности проводимых мероприятий рассмотрим Национальный доклад о ходе и результатах реализации в 2012 г. Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы. Первое на что следует обратить внимание, что запланированное финансирование по направлению «Устойчивое развитие сельских территорий» было использовано только на 38,7%. При этом финансирование по другим направлениям превысило планируемые показатели и составило 103,5% по направлению «Создание общих условий функционирования сельского хозяйства», 116% по направлению «Развитие приоритетных отраслей», 145,8% по направлению «Достижение финансовой устойчивости», 440% по направлению «Регулирование рынка сельскохозяйственной продукции» [1].

Индекс производства сельхозпродукции в сопоставимых ценах в процентах к предыдущему году составил 103,3% в 2007-м году, 110,8% – в 2008-м году, 101,4% – в 2009-м году, 88,7% – в 2010-м году, 123% – в 2011-м году, 95,3% – в 2012-м году. Следует отметить, что в 2009-м, 2010-м и 2012-м годах наблюдалась засуха, которая повлекла за собой спад данного показателя. Сильнее засуха отразилась на растениеводстве, так в 2010-м году индекс производства сельскохозяйственной продукции составил всего 76,2%, по животноводству за тот же период данный показатель составил 100,9% [1].

Важным показателем является уровень самообеспечения сельскохозяйственной продукцией. Целевые показатели по увеличению доли

российской молочной и мясной продукции были практически выполнены: доля российского производства мясной продукции увеличилась с 66,6% в 2008-м году до 75,5% в 2012-м году, доля российской молочной продукции в 2008-м году составила 83,2%, в 2012 году 80,8% [1].

Осталась высокой доля убыточных сельскохозяйственных организаций, так в 2008-м году она составила 21,7%, в 2009-м – 27,9%, в 2010-м – 29,0%, в 2011-м – 21,8%, в 2012-м – 20,3%. Следует отметить, что наибольшее число убыточных организаций было в засушливые 2009-й и 2010-й года [1].

В связи с окончанием сроков реализации данной Программы в июле 2012-го года была принята «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия».

К основным проблемам, которые необходимо решить в рамках реализации данной Программы были отнесены:

- недостаточность перерабатывающих мощностей, товарных направлений и групп;
- зависимость от иностранных технологий и импортного семенного материала, племенной продукции в животноводстве;
- торговые барьеры;
- недостаток квалифицированных кадров [4].

Целевые показатели второго этапа данной Программы следующие:

- достижение значения индекса производства продукции сельского хозяйства (в сопоставимых ценах) в 2030-м году 114,6% по отношению к уровню 2020-го года;
- достижение значения индекса производства пищевых продуктов (в сопоставимых ценах) в 2030-м году 114,7 % по отношению к уровню 2020-го года;
- достижение уровня среднемесячной начисленной заработной платы работников сельского хозяйства (без субъектов малого предпринимательства) в 2030-м году в размере 60 857 рублей;
- достижение объема экспорта продукции агропромышленного комплекса (в сопоставимых ценах) в размере 47,1 млрд. долларов США к концу 2030-го года [4].

В 2022-м году на реализацию Программы было направлено 424 170,8 млн. рублей и были достигнуты следующие целевые показатели:

- достижение значения индекса производства продукции сельского хозяйства (в сопоставимых ценах) в 2022-м году 109,8% по отношению к уровню 2020-го года;
- достижение значения индекса производства пищевых продуктов (в сопоставимых ценах) в 2022-м году 104,6 % по отношению к уровню 2020-го года;
- достижение уровня среднемесячной начисленной заработной платы работников сельского хозяйства (без субъектов малого предпринимательства) в 2022 году в размере 47178 рублей;

– достижение объема экспорта продукции агропромышленного комплекса (в сопоставимых ценах) в размере 28,9 млрд. долларов США в 2022-м году [2, с. 8-13].

Выводы. В целом можно сделать вывод о необходимости различных мер стимулирования развития АПК. Особое внимание, на наш взгляд, помимо рассмотренных выше мер стимулирования следует обратить на создание агропромышленных кластеров. В данной организационной структуре с вертикальной интеграции требуется больше молодых специалистов с базовым высшим образованием, чем в изолированных сельских поселениях, в которых в основном преобладает начальная стадия производства сельскохозяйственной продукции и отсутствует их переработка и доведение до конечного потребителя.

Список использованных источников:

1. Национальный доклад о ходе и результатах реализации в 2012 г. Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.05.2013. – № 753.
2. Национальный доклад о ходе и результатах реализации в 2022 году Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 06.07.2023. – № 1810-р.
3. Постановление Правительства РФ от 14 июля 2007 г. №446 "О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы" (с изменениями и дополнениями) // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – ст. 4080.
4. Постановление Правительства РФ от 14 июля 2012 г. №717 "О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия" (с изменениями и дополнениями) // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 29. – ст. 4549.
5. Барсукова С.Ю. Неформальные способы реализации формальных намерений, или как реализуется приоритетный национальный проект «Развитие АПК» / С.Ю. Барсукова. – Москва: ГУ ВШЭ, 2007. – 54 с.
6. Пономаренко А.К., Баландин Е.К. Проблемы и перспективы развития конкурентоспособности Российской промышленности на примере агропромышленного кластера / Пономаренко А.К. Современные стратегии и цифровые трансформации устойчивого развития общества: сборник материалов IV международной научно-практической конференции, образования и науки. – Москва, 2022. – С. 230-235.

УДК 33

ИНТЕГРАЦИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КООПЕРАЦИИ

*Писарева Екатерина Антоновна,
Нижегородский государственный инженерно-экономический
университет, Нижегородская область, г. Княгинино*

E-mail: kate.pisareva2022@yandex.ru

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы интеграционных процессов в АПК России с учетом развития их в условиях кооперации. Рассматривается что АПК является одним из ключевых секторов российской экономики, который активно развивается благодаря использованию интеграции в рамках кооперации. При этом такая стратегия позволяет ускорить доставку качественных аграрных товаров на рынок, сокращать технологические циклы производства и минимизировать потери. Кроме того, внедрение вертикальной системы интеграции позволяет оптимизировать процессы производства и достичь лучших результатов. Важно отметить, что кооперация между аграрными предприятиями и другими участниками сельского хозяйства имеет большое значение для развития экономики страны, так как она объединяет ресурсы, специализацию и регулирует взаимоотношения. Государственное обеспечение инициатив в этой области может существенно повлиять на развитие кооперации и интеграции в целом. В результате, внедрение интеграционных структур способствует росту объемов производства, снижению затрат, повышению конкурентоспособности отрасли, ее экспортного потенциала.

Abstract. The article deals with the issues of interaction of integration processes in the agro-industrial complex of Russia, taking into account its development in terms of cooperation. It is considered that the agro-industrial complex is one of the key sectors of the Russian economy, which is actively developing through the use of integration within the framework of cooperation. At the same time, such a strategy makes it possible to accelerate the delivery of high-quality agricultural goods to the market, reducing technological cycles of production and minimizing losses. In addition, the introduction of a vertical integration system allows you to optimize production processes and achieve better results. It is important to note that cooperation between agricultural enterprises and other participants in agriculture is of great importance for the development of the country's economy, as it combines resources, specialization and regulates relationships. State support for initiatives in this area can significantly affect the development of cooperation and integration in general. As a result, the introduction of integration structures contributes to the growth of production volumes and cost reduction.

Ключевые слова: интеграция, кооперация, АПК, вертикальная интеграция, интеграционные процессы, агропромышленная интеграция, формы кооперации, сельское хозяйство.

Key words: *integration, cooperation, agro-industrial complex, vertical integration, integration processes, agro-industrial integration, forms of cooperation, agriculture.*

Введение. Аграрный сектор имеет одну из ключевых ролей в благополучии и развитии экономики множества государств. АПК является основой жизнедеятельности страны, ведь именно в АПК входят отрасли народного хозяйства, которые отвечают за итоговое производство продуктов питания. Именно состояние АПК является ключевым фактором сбережения народа. Современная Россия в настоящее время активно развивает аграрную экономику, поддерживая деятельность всех форм коммерческих организаций, включая сельскохозяйственные производственные кооперативы, ООО, акционерные общества, товарищества, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Важную роль также играют некоммерческие организации, включая сельскохозяйственные потребительские кооперативы и союзы.

Основная часть. Агропромышленный комплекс состоит из сфер и отраслей хозяйств, которые связаны общественным разделением труда и интеграцией с сельским хозяйством и промышленностью. Этот комплекс представляет собой целостную систему с экономико-социальными взаимосвязями.

Взаимодействие организаций производства и их разнообразные формы формируют многоаспектность современного аграрного сектора экономики и обуславливают необходимость в развитии кооперации и интеграции. Аграрный комплекс основывает свою деятельность на процессах агроинтеграции, которая тесно связывает сельскохозяйственные предприятия логистической системой: складами, торговыми фирмами и хранилищами продукции.

Агропромышленная интеграция – сложный и многоступенчатый процесс, который возникает на трех уровнях: национальном, региональном и отдельных предприятий. На национальном уровне осуществляется через государственную политику развития и организации агропромышленного комплекса в стране. На региональном уровне процесс включает в себя создание разнообразных агропромышленных объединений, объединяющих сельскохозяйственные, перерабатывающие и обслуживающие предприятия. А на уровне отдельных предприятий агропромышленная интеграция реализуется путем объединения сельскохозяйственного производства, перерабатывающих цехов или создания агрофирмы путем слияния сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий [1].

Эффекты экономических выгод, возникающих в результате агропромышленной интеграции, проявляются в ускорении доставки высококачественной продукции конечным потребителям. Это достигается благодаря сокращению технологического цикла и минимизации потерь. Кроме того, интеграция способствует развитию специализации и повышению концентрации как сельскохозяйственного, так и промышленного производства. В рамках комбинированного производства достигается согласованный ритм и

пропорциональность, что способствует более эффективному использованию сырья, производственных и трудовых ресурсов в целом.

Главными видами интеграции являются: горизонтальная, вертикальная и смешанная интеграция. Горизонтальная интеграция используется для объединения организаций в одной отрасли с целью оптимизации производства и достижения лучших результатов. Вертикальная интеграция предполагает объединение организаций на различных стадиях производственного цикла под руководством одной компании. Смешанная интеграция, напротив, объединяет предприятия различных отраслей без технической или технологической общности. Интеграция в агропромышленном комплексе играет важную роль в стабилизации экономики и повышении производительности труда. В предреформенный период основными формами интеграции были агропромышленные предприятия и объединения.

Развитие рыночной инфраструктуры, координация деятельности и защита интересов участников – основные функции интеграционных структур. Они не только обеспечивают контроль над экономическими взаимоотношениями, но и повышают привлекательность инвестиций и общую доходность в агропромышленном секторе. Более того, такие структуры способны сконцентрировать ресурсы для развития, внедрения научно-технических достижений и решения социальных вопросов.

Аграрные производители, вовлеченные в процесс интеграции и кооперации, обеспечивают себе стабильный рынок сбыта для своей продукции, что гарантирует им получение справедливой экономической прибыли от конечного продукта. Более того, такая интеграция и кооперация предоставляют надежную базу для выбора рыночной стратегии и прогнозирования объемов производства. С другой стороны, перерабатывающие предприятия в свою очередь получают возможность обеспечить оптимальную и стабильную поставку сырья, а также эффективную систему посредничества товаров, что позволяет им иметь стабильный доход.

Интеграция в сельскохозяйственной отрасли проявляется на различных уровнях и в разных направлениях. В практике выделяются несколько основных направлений [3] :

1. Кооперация между сельскохозяйственными предприятиями и компаниями, занимающимися обслуживанием и переработкой. Такое сотрудничество позволяет объединить усилия всех участников для достижения общих целей.

2. Объединение всех участников в единый холдинг, основанный на общей собственности. Такой подход способствует более эффективному управлению, совместному развитию и использованию ресурсов.

3. Создание ассоциаций, охватывающих всю цепочку производства продукции. Это позволяет установить тесные связи и сотрудничество между различными звеньями производства, начиная с поставщиков сырья и заканчивая розничными продавцами.

4. Формирование финансово-промышленных групп. Такая интеграция документально-финансовой и промышленной деятельности обеспечивает более

эффективное управление и координацию деятельности компаний. Таким образом, интеграция в сельскохозяйственной отрасли может осуществляться по различным направлениям, уровням и методам, всегда нацелена на совместное развитие, сотрудничество и достижение общих целей.

Кооперация, переводимая с латинского как "сотрудничество", является сложным и широко распространенным социально-экономическим явлением в сфере хозяйственной деятельности. Она представляет собой форму экономического взаимодействия между физическими и юридическими лицами, основанную на объединении трудовых, материально-технических, земельных и финансовых ресурсов с целью удовлетворения социально-экономических потребностей своих членов и участников.

При развитии различных форм кооперации, таких как горизонтальная и вертикальная, и установлении партнерских отношений в бизнесе, частная собственность постепенно трансформируется в более эффективную, интегрированную форму собственности. Это происходит в связи с объективной тенденцией к концентрации капитала, что приводит к расширению сферы кооперативной собственности.

Кооперация между аграрными производителями и другими участниками сельскохозяйственного сектора играет важную роль в экономике. Оно открывает новые перспективы: объединение производственных ресурсов, получение выгод от расширения специализации и роста концентрации в аграрной сфере, формирование различных предпринимательских структур на основе долевого участия в капитале, регулирование экономических взаимодействий между хозяйствами, координацию деятельности всех участников сотрудничества и защиту их интересов.

Во многих организациях и крестьянских хозяйствах все ещё наблюдается нежелание сотрудничать и развивать кооперацию из-за личных амбиций и желания обогащаться на партнерах. Тем не менее, существуют перспективы в развитии таких форм сотрудничества. Этого можно достичь через инициативу одного или нескольких субъектов хозяйствования и поддержку со стороны государства в создании эффективных форм кооперации. Такая поддержка способствует экономической эффективности и открытию новых рынков. Кроме того, агропромышленная интеграция и кооперация помогают уменьшить количество посредников, что в конечном итоге позволяет снизить цены на продукцию и получить максимальную прибыль.

Стоит отметить что существует факт недоверия, которое испытывается по отношению к разным кооперативным организациям в сфере хозяйства. Это недоверие – результат отрицательного опыта, случившегося в прошлом. В период с 1960-х по 1980-е годы было создано несколько кооперативных и агропромышленных образований, которые потребовали значительных финансовых вложений со стороны хозяйств. Однако со временем они начали работать только на свои собственные интересы, а не интересы своих участников. Как результат, эти организации были переданы под контроль государственных органов управления. Такое положение дел поспособствовало, что существующая кооперативная система управления в сельском хозяйстве не предоставила

возможность полноценного развития межхозяйственного взаимодействия. В итоге, эти организации были реорганизованы без учета достижений сельхозпредприятий, а часть их акций была несправедливо передана работникам, которые не вносили должные взносы, что, в свою очередь, дискредитировало дальнейшие усилия по развитию системы.

В современной рыночной экономике сельскохозяйственные товаропроизводители все более осознают необходимость кооперации. Это становится не только экономической необходимостью, но и ключевой частью организации аграрного рынка и защиты интересов предприятий и крестьянских хозяйств. Однако путь к сотрудничеству и осознанию его значимости является сложным и требует времени, инвестиций и изменения нравственных установок руководителей и специалистов. Также необходимо создание кооперативной этики и культуры. Хозяйствующие субъекты должны научиться работать не только на себя, но и на своих членов, используя заработанные деньги для общего развития и процветания.

Однако с разгосударствлением экономики, приватизацией предприятий агропромышленного комплекса и реформами в сельхозпредприятиях, процессы интеграции и сотрудничества были поставлены на второй план и начали разрушать хорошо налаженные межхозяйственные и агропромышленные структуры. Появились отрицательные явления, такие как усиление изоляции, возрастание противоречий и разобщенности в агропромышленном комплексе, субъектах аграрного рынка, сельскохозяйственных товаропроизводителях, предприятиях переработки и агросервисных организациях. Вместо объединенных систем кооперативных связей, хозяйственные субъекты аграрного сектора оказались разрозненными и изолированными друг от друга, что требует устранения негативных явлений и восстановления взаимодействия.

Экономические связи между государством и бизнесом остались неизменны, но значительно ослабли. Все чаще государство не в состоянии поддерживать эти связи даже в случаях, когда должно. В результате, на первый план выходят экономические отношения между крестьянскими хозяйствами и организациями, которые стремятся установить взаимовыгодные долгосрочные связи друг с другом, а также развивать различные формы горизонтальной и вертикальной кооперации без посредничества государства.

Исследования показывают, что реализация потенциала рынка в границах интеграционных структур возможна благодаря применению разнообразных методов присущие вертикальной интеграции. Это связано с уменьшением затрат на транзакции путем установления технологических связей и повышения их надежности. Внедрение интеграционных структур способствует увеличению объема производства сельскохозяйственной продукции и повышению уровня занятости в агропромышленном секторе. Учитывая, что затраты на транзакции составляют более четверти общего финансирования в сельскохозяйственном секторе, необходимо провести полный анализ и оптимизацию этих расходов.

Агропромышленное производство включает разнообразные формы интеграции: аграрные, аграрно-промышленные, аграрно-торговые и аграрно-промышленно-торговые объединения. Основная цель таких формирований заключается в объединении производства, переработки и торговли.

Некоторые сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия создают многопрофильные объединения, которые объединяют технологические процессы производства продуктов питания. Кроме того, создаются аграрные финансово-промышленные группы, ассоциации и союзы сельхозпроизводителей, охватывающие всю цепочку производства. В рамках агропромышленного комплекса также формируются объединения предприятий, основанные на одном или двух взаимосвязанных продуктовых подкомплексах, таких как мясной, молочный, плодоовощной, свеклосахарный. Еще одной распространенной формой интеграции является создание холдингов, объединяющих сельхозпроизводителей и базирующихся на общей собственности. При выборе конкретной формы интеграции учитываются состояние регионального продовольственного рынка, производственно-экономическая обстановка и другие факторы.

Выводы. Таким образом, развитие кооперации и интеграции в аграрном секторе играет важную роль в экономике России. Кооперация между аграрными производителями и участниками сельскохозяйственного сектора позволяет объединить ресурсы и создать эффективные предпринимательские структуры. Внедрение интеграционных структур помогает увеличить объем производства и снизить затраты на транзакции. Однако для успешного развития интеграции необходимо активное участие государства, долгосрочная стратегия и сотрудничество между различными участниками агропромышленного комплекса. Только взаимодействие и взаимная поддержка могут привести к достижению общих целей и повышению эффективности отрасли.

Список использованных источников:

1. Алиева В.М. Интеграция в агропромышленном комплексе и ее роль в развитии сельского хозяйства / В.М. Алиева. – М.: Издательство Московского университета, 2014. – 168 с.
2. Горшков М.К. Кооперация в агропромышленном комплексе: современные подходы и перспективы развития / М.К. Горшков, А.В. Седов. – М.: Издательство “Экономика”, 2016. – 240 с.
3. Дементьева И.Н. Интеграция агропромышленного комплекса региона в условиях кооперации. – М.: Издательство “Экономист”, 2017.
4. Яковлев В.Н. Интеграционные процессы в агропромышленном комплексе и их влияние на снижение продовольственной безопасности страны / В.Н. Яковлев. – М.: Издательство “Энергосоюз”, 2015. – 176 с.
5. Федосов В.Г. Управленческий аспект развития агропромышленного комплекса / В.Г. Федосов, И.П. Коротеев. – М.: Издательство “КНОРУС”, 2017. – 192 с.
6. Капелюшников Р.И. Интеграция и конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий. – М.: Издательство “Инфра-М”, 2015.

УДК 339.137.2

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ AGILE-МЕТОДОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Антонов Антон Андреевич,

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва

E-mail: yrist_krd@mail.ru

Аннотация. В статье поднимается вопрос применения и распространения Agile-методологий в стремительно меняющихся реалиях. Автор поясняет, почему прогрессивные компании отдают предпочтение Agile-подходам. Кроме того, указываются сложившиеся тренды применения гибких методологий, приводятся их достоинства.

Abstract. The article raises the issue of applying and disseminating Agile methodologies in rapidly changing realities. The author explains why progressive companies prefer Agile approaches. In addition, established trends in the use of flexible methodologies are indicated and their advantages are given.

Ключевые слова: проектный менеджмент, гибкие методологии, Agile, законы Agile.

Key words: project management flexible methodologies, Agile, Agile laws.

Введение. В современном мире каждый предприниматель стремится улучшить качество своих товаров и услуг, чтобы преуспевать в условиях стремительно растущей конкуренции. Однако для успешного управления бизнесом необходимы квалифицированные специалисты. Менеджеры сегодня должны обладать навыками использования современных управленческих подходов, создания эффективных команд и генерации новых идей. Менеджмент требует от руководителей высокого уровня интеллекта и управленческих навыков. В этой связи, любой менеджер должен иметь особую систему мышления и деятельности, чтобы быстро и эффективно внедрять инновации в процессы управления своей сферой.

Гибкие методологии управления проектами, также известные как Agile-методологии, представляют собой набор принципов и практик, которые используются для управления проектами в ИТ-сфере. Эти методологии основаны на итеративном и инкрементном подходе, где требования к продукту определяются и реализуются поэтапно, а не в виде единого крупного релиза.

Теоретическая часть. С момента разработки Agile-манифеста в 2001 году эта методология изучалась многими специалистами, как практиками, так и теоретиками. Из относительно свежих публикаций интересна статья Имамова М.М., где автор отмечает направление развития гибких методологий проектного управления и их важность в российских условиях.

Однако, в настоящее время не только ИТ-сфера применяет Agile-подход. Все больше отечественных ученых поднимают вопрос о внедрении гибких

методологий проектного управления в государственные структуры. Так, Потапова Е.Г. разработала методические рекомендации по практическому применению данных методологий в управлении цифровых проектов, которых становится все больше.

Основная часть. Ключевые принципы гибких методологий включают:

– уважение к изменяющимся требованиям: Agile-методологии предполагают гибкость и адаптивность к изменениям в требованиях со стороны заказчика или пользователей;

– работа в коротких циклах или итерациях. Проекты разбиваются на короткие циклы, называемые спринтами, по завершении которых команда получает рабочий инкремент продукта. Это позволяет быстрее получать обратную связь от заказчика и вносить необходимые изменения;

– фокусировка на коммуникации и сотрудничестве. Agile-подход подчеркивает важность активного общения и сотрудничества между всеми участниками проекта – от разработчиков до заказчика;

– раннее и частое получение обратной связи. В Agile-методологиях обратная связь получается часто и на ранних этапах разработки, что позволяет команде быстро реагировать на возникающие проблемы и улучшать качество продукта.

В последние годы ИТ-сфера является едва ли не самой быстрорастущей и перспективной в экономике Российской Федерации [1]. Вместе с тем наблюдаются определенные проблемы, связанные с уходом с российского рынка крупнейших производителей высокотехнологичных комплектующих, используемых в подавляющем числе девайсов. С целью устранения слабых сторон и потенциальных угроз российской высокотехнологичной отрасли необходимо совершенствовать и развивать инновационную экосистему. Одним из главных параметров усовершенствования является оптимизация ресурсов, которая включает в себя модель инновационного проектирования. Эта модель предполагает внедрение усовершенствований, которые в будущем могут значительно повысить конкурентоспособность продукции, производимой российскими предприятиями. Также важно создать условия для импортозамещения. Здесь и приходит на помощь Agile-подход.

В конце каждого цикла (спринта) проектная команда оценивает результаты и при необходимости меняет приоритеты перед началом следующего этапа. После завершения каждого этапа создается рабочая версия продукта с определенным набором функций. Результат всей этой работы предоставляется стейкхолдерам либо конечным пользователям для принятия решения о релизе продукта или отправлении его на доработку [2, с. 50].

К преимуществам Agile-подхода относятся: высокий уровень сотрудничества между участниками проекта, быстрое получение рабочих версий продукта (спринтов), возможность оперативного внесения изменений и улучшения конечного продукта на протяжении всего процесса разработки. Кроме того, Agile-методы предполагают активное участие заказчика и других заинтересованных сторон в процессе проектирования [3, с. 340].

С момента разработки Agile Manifesto в 2001 году методология включает в себя основные ценности: «люди и взаимодействия важнее процессов и инструментов», «работающий продукт важнее документации и отчетности»,

«сотрудничество с заказчиком важнее соблюдения формальных условий» и «готовность к изменениям важнее, чем следование плану» [2, с. 56]. Как видим, эти принципы вполне отвечают современным требованиям проектного менеджмента, отрицая применение единого шаблона в управлении.

Отметим, что Agile – не единственный популярный гибкий подход к управлению. Существуют и другие гибкие методы, такие как управление по целям (SMART), сбалансированная система показателей (партиципативность) и управление производством (Kanban, JIT, TQM). Все эти методы направлены на достижение организацией определенных целей или показателей. Agile, согласно двум основным принципам Манифеста, подчеркивает важность наличия подробной документации и следования плану, что подтверждает его связь с концепцией системного планирования.

Распространение гибких методологий управления проектами в крупных организациях, особенно в рамках гибридных подходов, приводит к появлению определенных тенденций [4, с. 127].

Одной из них является использование облачных Agile-систем. Облачные вычисления (cloud computing) стали новым подходом в проектном менеджменте, который все больше используется в инновационных и технологических компаниях. Технология гибкой разработки предусматривает тестирование на каждом этапе управления проектом, что способствует повышению качества конечного продукта, гибкости фреймворка, снижению затрат, более быстрому реагированию на потребности рынка и удовлетворению клиентов.

Следующая тенденция – применение технологий искусственного интеллекта (AI) и машинного обучения (ML), которые обеспечивают автоматизацию и большую точность для поддержки подхода, основанного на больших данных, и позволяют оптимизировать процесс принятия решений на основе исследований, что значительно снижает риск множественных корректировок на разных этапах управления проектом.

Среди следующих тенденций можно назвать непрерывное тестирование продукта. Так, Agile-команды оценивают качество результатов после каждого цикла, что ускоряет обратную связь и позволяет быстро обнаруживать проблемы в проекте, минимизируя необходимость в корректировках. Для эффективного контроля и других этапов управления проектом с использованием гибридных методологий необходимо постоянное повышение квалификации и расширение тематического кругозора членов проектной команды.

Еще одной тенденцией является акцент на бизнес-ценностях в проектной организации. То есть команда проекта фокусируется на определенных факторах гибкости, таких как оценка различных метрик, включая окупаемость инвестиций, чистый рейтинг промоутера, операционную стабильность и другие. Эти и другие метрики помогают повысить эффективность прогнозирования бизнес-ценности пользовательских историй – наименьших единиц работы в Agile.

Кроме того, наблюдается тенденция к развитию дизайн-мышления, которая акцентирует внимание на разработке продукта на основе знаний о клиенте. Это ставит перед командой проекта задачу разработать проект, соответствующий его

требованиям. Это дает возможность понять основной запрос, на основе которого команда может определить и реализовать новые стратегии поиска решений для обеспечения нового подхода к управлению проектами.

Однако, существует и ряд проблем. Так, некоторые компании в своей работе изобретают собственные подходы. Зачастую они включают в себя гибкие практики и методологии, добавляя лишь некоторые новые элементы. Например, в 2021 году меньше половины компаний пользовались Agile [5], что говорит о его неуниверсальности. Этот подход наиболее эффективен в ИТ-компаниях, потому очень распространен именно в этой сфере. Исходя из принципов Agile он не подвластен бюрократическим процедурам, присущим, в частности, муниципальному и государственному секторам экономики. В то же время данный подход мог бы существенно упростить работу государственных гражданских служащих.

Организации, применяющие гибкий подход, могут быстрее расширять ассортимент продукции или предлагаемых услуг, а также обновлять их. Такой подход способствует более организованной и упорядоченной работе сотрудников, отделов и компании в целом. Гибкий метод работы также способствует более продуктивному и тесному взаимодействию с конечными потребителями услуг или продуктов, что выражается в постоянном тестировании предлагаемых нововведений [6, с. 29].

Однако некоторые исследователи указывают на возможные трудности и проблемы, связанные с применением Agile-подхода в промышленности. Одна из них – необходимость значительных изменений в организационной культуре и структуре компании, что не всегда осуществимо легко и быстро [7, с. 11].

Стоит отметить, что гибкие подходы предполагают высокую степень самоорганизации рабочих групп, что может вызвать сопротивление со стороны руководителей, привыкших к более традиционной иерархической структуре управления [8, с. 92]. Некоторые исследования указывают на сложности адаптации Agile-методологии к промышленным процессам, где не всегда возможно быстрое проведение итераций и требуется более долгосрочное и предсказуемое планирование [9, с. 28].

Более того, важным недостатком Agile-методологий можно отнести то, что в связи с отсутствием конкретных формулировок результатов, бывает сложно оценить объем трудозатрат и стоимость требуемой разработки.

По мнению экспертов, если организация просто следует модным тенденциям, не совсем четко понимая, каких результатов хочет достичь, инвестиции в гибкую методологию могут оказаться бесполезными и очень затратными. В течение первых месяцев применения гибкого подхода в компаниях часто возникает хаос. В среднем, на начальный этап перехода компании тратят около 10 миллионов рублей [10].

В целом при переходе на Agile-методы наблюдаются следующие трудности.

1. Необходимые изменения организационной культуры и структуры предприятия сложны и занимают много времени.

2. Сопротивление со стороны руководства и сотрудников, привыкших к традиционным методам управления.

3. Адаптация Agile-метода к промышленным процессам может быть сложной, особенно в случаях, где быстрые итерации невозможны, и требуется более длительное планирование.

4. Сложность оценки трудозатрат и стоимости требуемой разработки из-за отсутствия четких критериев результатов.

5. Негативное отношение сотрудников к изменениям, которые могут восприниматься как трата времени и дискомфорт.

6. Сопротивление менеджеров, теряющих возможность контролировать выполнение своих задач.

7. Парадокс внедрения Agile по каскадной методологии, когда руководители просто приказывают отделам провести Agile-трансформацию без реального понимания необходимости изменений.

Выводы. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1) Растет интерес к Agile-методологиям. В последние годы, гибкие методологии стали все более популярными в России, особенно среди ИТ-компаний. Это связано с тем, что эти методологии позволяют быстро и эффективно разрабатывать программное обеспечение, учитывая изменения в требованиях и предпочтениях пользователей.

2) Развитие Agile-образования: чтобы поддерживать рост Agile-культуры, многие российские компании организуют тренинги и семинары для своих сотрудников. Кроме того, университеты и другие учебные заведения предлагают курсы по Agile-методам.

3) Интеграция Agile-методов в традиционные методологии. Многие компании в России начали интегрировать Agile-практики в свои традиционные методы управления проектами. Это позволяет им повысить эффективность работы, улучшить коммуникацию между различными отделами и сделать процесс разработки более прозрачным.

4) Применение Agile-методик в других отраслях. Хотя Agile изначально был разработан для ИТ-индустрии, он начал применяться и в других отраслях, таких как производство, маркетинг и дизайн. Это позволило компаниям улучшить качество своей продукции и услуг, а также снизить затраты на их разработку.

В ближайшем будущем Agile-подходы продолжают развиваться и адаптироваться к новым условиям и отраслям. Также ожидается увеличение числа компаний, использующих Agile, особенно в сфере ИТ и разработки продуктов. Возможно, государственные структуры начнут активнее использовать Agile для улучшения своей работы.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» (вместе с «Концепцией технологического развития на период до 2030 года») // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2023. – № 22. – Ст. 3964.

2. Навигатор цифровой трансформации: Agile-подход в государственном управлении: электронное издание; под ред. Е.Г. Потаповой. – М.: РАНХиГС, 2019. – 162 с.
3. Умеренков Д.И. Проблемы и способы улучшения гибкой методологии разработки SCRUM // E-Scio. – 2022. – № 4 (67). – С. 334-349.
4. Имамов М.М. Гибкие методологии проектного менеджмента: условия и перспективы применения в новых реалиях // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 8. – С. 125-128.
5. Отчет о ежегодном исследовании «Agile Russia 2021» [Электронный ресурс] // ScrumTrek. – Режим доступа: <https://scrumtrek.ru/blog/agile-scrum/7205/otchet-issledovanie-agile-v-rossii-2021/>
6. Михайлов С.С. Анализ использования гибких методов управления проектами в российских ИТ-компаниях // Вестник науки. – 2023. – № 7 (64). – С. 26-34.
7. Conforto E.C., et al. Agile project management and stage-gate model-A hybrid framework for technology-based companies // Journal of Engineering and Technology Management. – 2014. – № 40. – p. 1-14.
8. Dikert K., Paasivaara M., Lassenius C. Challenges and success factors for large-scale agile transformations: A systematic literature review // Journal of Systems and Software. – 2016. – № 119. – p. 87-108.
9. Lindvall M., et al. Agile software development in large organizations // Computer. – 2004. – № 37 (12). – p. 26-34.
10. Бизнес по Грефу: как российские компании становятся гибкими [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/own_business/14/04/2017/58ee1c2d9a7947d172c83066

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

*Петрова Диана Геннадьевна,
Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет, г. Санкт-Петербург*

E-mail: ladydi42@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности маркетинговой деятельности в строительстве. В работе применялись как общенаучные методы исследования (диалектика, анализ, синтез, системность, комплексность), так и другие специальные приемы, и процедуры. Управление маркетинговой деятельностью интересует как директоров, так и профессиональных управленцев. При этом эффективная маркетинговая деятельность всегда входила в число наиболее сложных вопросов корпоративного и стратегического управления. В статье выделены особенности строительного маркетинга и обозначены проблемы, которые решаются за счет грамотно выстроенной маркетинговой деятельности организации.

Abstract. The article discusses the features of marketing activities in construction. The work used both general scientific research methods (dialectic, analysis, synthesis, consistency, complexity) and other special techniques and procedures. Marketing activity management is of interest to both directors and professional managers. At the same time, effective marketing activities have always been among the most difficult issues of corporate and strategic management. The article highlights the features of construction marketing and identifies the problems that are solved through competently structured marketing activities of the organization.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, строительство, маркетинг, маркетинговая система, строительная организация, управление маркетинговой деятельностью, рынок строительных услуг.

Key words: marketing activity, construction, marketing, marketing system, construction organization, marketing activity management, construction services market.

Введение. На сегодняшний день во всем мире маркетинг в строительстве становится важнейшим элементом повышения конкурентоспособности строительной организации и как следствие инструментов увеличения прибыли и объемов продаж. Наиболее эффективная маркетинговая система позволяет компаниям превзойти конкурентов и добиться наивысших результатов в своем направлении деятельности.

Актуальность для строительных организаций эффективного маркетингового управления обусловлена тем, что оно создает основу для успешной деятельности организации в условиях действующих рыночных ограничений и изменяющихся условиях внешней среды. Так как предпочтения потребителей характеризуются постоянной изменчивостью, связанной с большим количеством факторов, а строительная отрасль характеризуется высокой конкуренцией на совершенствование маркетинговой деятельности должно быть направлено внимание как крупных строительных компаний, так и организаций бизнеса малого и среднего размера.

Одной из важнейших задач маркетинговой деятельности является обеспечение коммерческого успеха компании, ее товаров или услуг на рынке, а этого можно достигнуть за счет увеличения объемов продаж в натуральном и денежном выражении. Важно отметить, что в зависимости от условий в определенной организации цели и задачи маркетинговой деятельности могут быть и другими.

Основная часть. Маркетинг в сфере строительства занимается решением таких задач, как расчет объема строительства и его направления, когда и как использовать капитальные вложения, определение лучших условий финансирования, определение рекламной политики и др. Наиболее эффективная маркетинговая система позволяет превзойти конкурентов и добиться наивысших результатов.

Уникальность маркетинга в строительной отрасли имеет прямую связь с осуществлением самого процесса строительства и имеет следующие особенности:

1. Строительные организации и их подразделения могут представлять собой достаточно обширную сеть, как на одной территории, так и в разных городах и даже регионах.

2. Строительные работы могут носить сезонный или временный характер, поэтому подразделения должны быть мобильными и по требованию заказчика быстро переключаться на другой объект.

3. Технология производства строительных работ обширна и включает множество типов работ и услуг. А именно: земляные, железобетонные работы, отделочные работы, а также разработка дизайна и благоустройство территории;

4. Факторами, которые достаточно сильно могут корректировать сроки выполнения заказов, а также прогнозы по завершению строительства на том или ином объекте, являются климатические и природные условия территории строительства;

5. Также дополнительные расходы может потребовать доставка расходных материалов для строительства, таких как щебень, песок или глина. Анализ рынков говорит о том, что больше всего расходов приходится на транспортную логистику;

6. Сдача объекта в эксплуатацию сопровождается большим количеством различных видов работ и услуг (монолитная работа, строительномонтажная работа, столярная работа, отделочная работа);

7. Организуя рыночное участие, строительные компании несут большие затраты;

8. Отрицательным фактором для результатов деятельности строительных компаний, могут быть – недостаток оборотных средств, неравномерное распределение СМР, наличие неплатежеспособных заказчиков, а также несовершенное регулирование строительной сферы со стороны государства.

Данные и другие проблемы в деятельности строительная организация может решить за счет инструментов и методик современного маркетинга. При выборе инструментов и стратегий маркетинговой деятельности, строительные компании должны опираться на следующие принципы маркетинга строительной организации:

1. Всестороннее изучения состояния и динамики спроса на строительную продукцию на всех стадиях ее жизненного цикла;
2. Обеспечение высокой степени адаптивности строительного производства к требованиям рынка;
3. Активное воздействие на платежеспособный спрос покупателей;
4. Вовлечение в достижение маркетинговых целей как работников строительной организации, так и смежников (субподрядчиков), за счет развития творческого подхода к решению проблем потребителей;
6. Постоянное повышение качества обслуживания, завоевывая тем самым все новые сегменты рынка строительной продукции;
7. Формирование целостной системы управления маркетингового строительства как процессом, включающим научные разработки, проектирование, строительство, сервис;
8. Правильное распределение денежных средств в расходах на маркетинг;
9. При решении тактических задач не забывать о достижениях стратегических целей маркетинга.

Маркетинг в строительстве обладает такой важной особенностью, что он осуществляется на основе всё более комплексного освоения строительного рынка, охвата исключительно широкого круга строительных работ и сопутствующих (эксплуатационных, пусконаладочных и др.) услуг, связанных со строительством. Только такая модель маркетинга в строительстве может обеспечить эффективный сбыт строительной продукции на отраслевом рынке.

Рынок строительных услуг отличается высокой конкуренцией. Так в 2022 году среди многоквартирного строительства появилось 534 новых застройщика, что на 47% больше чем в прошлом году. Тысячи организаций предлагают свои услуги по строительству зданий и сооружений по всей стране. Однако, в таких условиях можно выделиться на фоне конкурентов, для этого необходимо хорошо понимать структуру рынка, регулярно проводить анализ деятельности конкурентов, прогнозировать увеличение или падение цен, проводить анализ внешней и внутренней среды компании. Все это является возможным при комплексном маркетинговом продвижении.

Выводы. Таким образом, при управлении маркетинговой деятельностью организации в строительстве стоит учитывать особенности маркетинга этой сферы, так как они оказывают серьезное влияние на эффективность проводимых мероприятий. При продвижении строительной продукции главными особенностями являются: высокая конкуренция на рынке со стороны вторичной

недвижимости; отложенное начало потребления строительной продукции; уровень социально-экономического развития влияет на рынок подрядных работ; постоянное финансирование, обоснованные проектные решения и верный расчет продолжительности строительства оказывает непосредственное влияние на продолжительность создания продукции; жизненный цикл товара ограничен отдельным заказом; большое количество участников, вовлеченных в создание строительной продукции.

Маркетинг в строительстве выступает в качестве одного из ключевых инструментов развития строительного бизнеса и повышения конкурентоспособности строительной фирмы. Превзойти своих конкурентов имеют возможность строительные компании, которые создадут наиболее эффективную систему маркетинга.

Список использованных источников:

1. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник / И.Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2010. – С.512.
2. Баранников А.Ф. Теория организации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – С.700.
3. Велиев Э.Ф. Особенности маркетинга в строительстве / Э.Ф. Велиев // Молодой ученый. – 2018. – № 10 (196). – С. 92-94.
4. Виноградова О.А. Разработка системы классификации рисков с учётом особенностей строительной отрасли / О.А. Виноградова // Вопросы современной науки и практики, университет им. В.И. Вернадского. – 2014. – № 3. – С. 33-36.
5. Гусева М.Н. Управление качеством в маркетинговой деятельности строительной компании // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 11. – С. 52.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2012. – С. 944.
7. Голубков Е.П. О некоторых аспектах концепции маркетинга и его терминологии / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 6. – С. 34-39.
8. Матанцев А.К. Стратегия, тактика и практика маркетинга / А.К. Матанцев. – М.: Юрист, 2011. – С. 378.
9. Козырьков С.Ю. Коммерческие аспекты продвижения маркетинговой продукции на российском рынке // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1997. – № 5 (11). – С. 34.
10. Бери Л. Особенности маркетинга услуг / Л. Берри // Маркетинг услуг. – 2011. – № 3. – С. 250-264.

УДК 331.108

**ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
ПОКОЛЕНИЯ X НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ**

*Лизовская Вероника Владимировна,
Санкт-Петербургский университет технологий,
управления и экономики, г. Санкт-Петербург*

E-mail: lizovskaya.vv@mail.ru

Аннотация: *Сегодня рынок труда представлен представителями четырех поколений, при этом каждое поколение может как принести пользу для деятельности компании в целом, так и совместная деятельность представителей разных поколений может вызвать определенные сложности в случае отсутствия взаимопонимания. Представители поколения X сейчас являются одной из наиболее многочисленной группой и, в силу особенностей их поведения на рабочем месте, могут принести много выгод для компании. В статье проанализированы основные характеристики представителей поколения X, и как результат, выделены рекомендации для их привлечения и удержания на рабочем месте.*

Abstract. *Today, the labor market is represented by representatives of four generations, while each generation can both benefit the company as a whole, and joint activities of representatives of different generations can cause certain difficulties in case of absence of mutual understanding. Representatives of Generation X are now one of the largest groups and, due to the characteristics of their behavior in the workplace, can bring many benefits to the company. The article analyzes the main characteristics of representatives of generation X, and as a result, recommendations are highlighted for attracting and retaining them in the workplace.*

Ключевые слова: *поколение X, рынок труда, рабочая сила, рабочее место, карьерная лестница.*

Key words: *generation X, labor market, workforce, workplace, career ladder.*

Введение. Любая организация представляет собой группу людей с их запросами, требованиями и ожиданиями. А их коммуникации, совместимость, квалификация, уровень конфликтности, групповое поведение и настроения влияют на социально-психологический климат коллектива в организации, что в дальнейшем отражается и на экономической эффективности предприятия.

Основная часть. Согласно исследованиям, наилучших результатов достигают компании, имеющие в своем кадровом составе представителей разных поколений. Каждая возрастная группа имеет свои сильные стороны, может учиться у другой возрастной группы и, таким образом, совместная деятельность специалистов различных возрастных групп, дополняющих друг друга, может способствовать успеху бизнеса в целом. Благодаря грамотной организационной структуре и корпоративной культуре, которые поощряют сотрудничество между работниками компании, можно создать привлекательную рабочую среду, которая будет стимулировать обмен знаниями и развитие новых идей.

На рынке труда сейчас представлены четыре поколения, при этом, по данным статистики на 2021 год, 77% рабочей силы представлена

представителями поколения X и Y, рожденными в 1964-1980 и 1981-1996 годах соответственно [1]. Доля бэби-бумеров на рынке труда составляла всего 17%, и она постоянно уменьшается. И только 6% рабочей силы относилось к представителям поколения Z, доля которых с каждым годом растет.

При этом, позиции представителей разных поколений на рынке труда отличаются. Так, данные показывают, что поколение X занимает более 51% руководящих должностей в глобальном масштабе, а профессионалы поколения X зарабатывают больше, чем представители других поколений. Таким образом, поколение X по-прежнему поднимается на вершину корпоративной лестницы и напрямую влияет на организационную культуру. Сегодня поколение X – это опытные менеджеры и бизнес-лидеры, которые ищут возможности продолжать обучение на протяжении всей жизни и обеспечивать профессиональное развитие.

Поколение X имело уникальную возможность стать свидетелями великих исторических моментов и достижений. И несмотря на то, что представители данного поколения начали осваивать информационные технологии не так рано, как последующие, именно поколение X продвигает цифровую трансформацию [2].

Поколение X очень самодостаточно, находчиво и профессионально. Исследование Ernst and Young показало [4], что представители поколения X обладают такими качествами, как «адаптируемость, способность решать проблемы, сотрудничество и эффективно управлять», представители поколения X считают гибкость рабочего места самым важным «преимуществом» и с большей вероятностью откажутся от возможностей трудоустройства там, где гибкость не является частью уравнения. На рабочем месте поколение X проявляет наибольшую креативность и занимается решением проблем.

В отличие от своих преемников и предшественников, поколение X понимает ценность самостоятельности, личного роста и баланса между работой и личной жизнью. А удовлетворение от работы представители поколения X ищут не за счет оплаты труда, а от своей роли в коллективе и в компании в целом. Для них важно, какой вклад они могут внести на своей нынешней должности, что ждет впереди и как это вписывается в бизнес-стратегию компании. Это также включает в себя возможность обучения, которые помогут им в выполнении их нынешних и будущих функций. При этом, представители поколения X ценят чувство безопасности на своих должностях, в организации и на карьерном пути [3].

Сотрудникам поколения X важно сбалансировать множество личных и профессиональных приоритетов, чтобы все работало, таким образом гибкий график для них является предпочтительным. Кроме того, они поддерживают общественные цели и задачи, поэтому миссия выбранной ими компании должна соответствовать их собственным жизненным целям и ориентирам, а также отражать их индивидуальные потребности. Они готовы меняться и положительно относятся к изменениям в компании, если эти изменения соответствуют меняющимся рыночным условиям и движущим силам отрасли. Представители поколения X амбициозны и постоянно ищут возможности, которые могут помочь им продвинуться по карьерной лестнице.

Разнообразная и равноправная культура на рабочем месте – это тот ключевой фактор, который заставляет поколение X оставаться на работе дольше и обеспечивает его долгосрочную приверженность.

С учетом понимания особенностей трудового поведения представителей поколения X, можно выделить основные аспекты программ найма и удержания,

которые будут привлекательны для этого поколения. Такие программы должны включать следующие элементы [3]:

1. Обучение и развитие. Поскольку поколение X хочет видеть общую картину и найти свой карьерный путь, предлагаемая компанией программа обучения и развития может стать решающим аргументом в пользу выбранной специалистом фирмы, если она стремится привлечь и удержать талантливых специалистов.

2. Программы наставничества. Поколение X может действительно извлечь выгоду из этих возможностей как в качестве наставников, так и в качестве подопечных. Для тех, кто ищет руководящие должности, наличие хорошего наставника может стать огромной возможностью для профессионального развития. Для других – возможность наставлять молодых сотрудников может оказаться весьма полезным занятием и подать отличный пример лидерства.

3. Гибкий социальный пакет. Представители поколения X ценят программы медицинского страхования и прочие элементы поддержки сотрудников, гибкий график работы и возможность профессионального обучения.

4. Программы материального и нематериального стимулирования. Сотрудники поколения X обычно хорошо воспринимают программы вознаграждения, ориентированные на достижение целей и доходов. Для поколения X финансовое вознаграждение важно, но не меньшую важность имеет и признание их заслуг в виде грамот, благодарностей и прочих элементов нематериального стимулирования.

5. Поддержка в развитии карьеры. Помогая сотрудникам поколения X наметить правильные шаги в карьере, поддерживая их, компания будет способствовать ощущению роста и стабильности этих специалистов.

Выводы. Таким образом, целью сохранения поколения X является преодоление разрыва между поколениями и создание инклюзивной культуры на рабочем месте, которая создает сплоченные команды, способствующие росту и успеху. Даже для молодого коллектива представители поколения X смогут внести свой полезный вклад, если их индивидуальные особенности позволят им эффективно работать с представителями других поколений.

Список использованных источников:

1. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2022 Стат. сб. / Росстат. – М., 2022. – 151 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Rab_sila_2022.pdf (дата обращения: 07.11.2023).

2. Generation X – not millennials – is changing the nature of work [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnn.com/2018/04/11/generation-x-not-millennials-is-changing-the-nature-of-work.html> (дата обращения: 07.11.2023).

3. Reaching Generation X: Authenticity in Advertising [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/insights/2012/reaching-generation-x-authenticity-in-advertising/> (дата обращения: 06.11.2023).

4. The 2022 EY US Generation Survey: Addressing diverse workplace preferences [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ey.com/en_us/diversity-inclusiveness/the-2022-ey-us-generation-survey (дата обращения: 06.11.2023).

УДК 332

**АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Глотова Ирина Ивановна,
Шевхужева Алина Аслановна,
Ставропольский государственный аграрный
университет, г. Ставрополь

E-mail: alya.shevkhuzheva@bk.ru

Аннотация. В рамках данной статьи рассматривается проблематика источников доходной части бюджета Ставропольского Края в современных условиях. Рассматривается специфика влияния экономической конъюнктуры на доходы региональных бюджетов, значимость изучения их состояния, динамики и структуры для целей оптимизации путей регионального развития. Проведен анализ бюджета Ставропольского края за период 2020-2022 гг., а также отклонений доходов в 2022 г. по сравнению с предыдущими периодами и выявление причин таких изменений. Обращается внимание на налоговые и неналоговые доходы и их структуру, как ключевой источник доходов бюджета, на который можно активно повлиять с целями стабильного увеличения доходной части бюджета Ставропольского края.

Abstract. Within the framework of this article, the problems of the sources of the revenue part of the budget of the Stavropol Territory in modern conditions are considered. The specifics of the influence of the economic conjuncture on the revenues of regional budgets, the importance of studying their state, dynamics and structure for the purpose of optimizing the ways of regional development are considered. The analysis of the budget of the Stavropol Territory for the period 2020-2022, as well as income deviations in 2022 compared to previous periods and identification of the reasons for such changes. Attention is drawn to tax and non-tax revenues and their structure as a key source of budget revenues, which can be actively influenced with the goals of a stable increase in the revenue side of the budget of the Stavropol Territory.

Ключевые слова: региональный бюджет, доходная часть бюджета, расходная часть бюджета, налоговые доходы, неналоговые доходы.

Key words: regional budget, revenue part of the budget, expenditure part of the budget, tax revenues, non-tax revenues.

Актуальность работы обоснована тем, что последствия распространения коронавирусной инфекции в 2020-2021 годах и начало СВО в 2022 г. отражаются на всех сферах жизни общества, в том числе и на показателях бюджета субъекта Российской Федерации, оказывая огромное влияние на его доходную и расходную части. В особенности это касается изменения источников доходов, поскольку изменение экономической конъюнктуры оказывает прямое влияние на налоговые и неналоговые доходы и тенденцию к их изменению в

бюджетных планах [3]. Поэтому изучение того, как видоизменялись динамика и состояние доходной части регионального бюджета крайне значимо для целей регионального развития и совершенствования возможностей получения доходов региона.

Целью исследования является рассмотрение источников доходов бюджета Ставропольского края за период 2020-2022 гг., а также отклонений доходов в 2022 г. по сравнению с предыдущим периодом и выявление причин таких изменений.

Основная часть. Для финансирования расходов бюджета края, в первую очередь необходимо иметь определенную сумму доходов, перечисляемых в данный бюджет. Так, за 2022 год в краевой бюджет поступило доходов 139 782,91 млн. рублей или 102,47 процента к годовым плановым назначениям, в том числе:

- налоговые и неналоговые доходы – 66 448,32 млн. рублей, что составляет 47,54 процента доходов;
- безвозмездные поступления – 73 334,59 млн. рублей, что составляет 52,46 процента доходов.

Важно отметить то, что несмотря на зависимость регионального бюджета от безвозмездных поступлений, они как правило идут на национальные проекты и статьи расходов, связанные с выплатами федерального значения и редко связаны с расходами на инфраструктуру региона или инвестициями в его экономику, поэтому для развития и воспроизводства региональной экономики ключевым фактором выступает повышение налоговых доходов, более того необходима стабильная, устойчиво положительная динамика их роста. В современных условиях, социально-экономической нестабильности бюджет выступает как один из ключевых источников инвестиций, прежде всего для реального сектора экономики (особенно в условиях высокой процентной ставки, которая приводит к удорожанию кредита), что напрямую обуславливает потенциал экономического роста региона [2].

При этом, важно отметить то, что соотношение налоговых и неналоговых источников доходов бюджета напрямую определяет финансовую стабильность региона, его самодостаточность и потенциал развития, в частности обеспечивая инвестиции непредусмотренные национальными проектами [3; 4]. Так же крайне важным нюансом является то, что налоговые доходы, в отличие от остальных источников доходов наиболее стабильны и прогнозируемы, поэтому увеличение их доли в доходной части бюджета является стабилизирующим фактором экономической безопасности региона, что крайне важно в условиях неблагоприятной экономической ситуации в силу геополитических тенденций [3]. Поэтому повышение налоговых доходов и их общей доли в доходах бюджета является одной из наиболее значимых макроэкономических целей развития экономики Ставропольского края.

Рассмотрим динамику налоговых доходов Ставропольского края более детально, графически состояние и динамика налоговых доходов представлены на рисунках 1-2. Общая сумма налоговых доходов бюджета Ставропольского края снизилась в 2022 году по сравнению с 2021 г. на 3,42%. Это в основном

можно связать со снижением доходов от налога на прибыль организаций на 17,4%, снижением акцизов на 6,98%, уменьшением суммы налогов на имущество организаций на 5,12%, иных доходных источников на 15,62%. Подобная динамика доходов от налоговых поступлений является прямым следствием экономического спада связанного с пандемией 2020-2021 годов, который серьёзно повлиял на налогооблагаемую базу края, однако уже в 2020 году ситуация стала улучшаться, несмотря на негативные последствия санкционного давления.

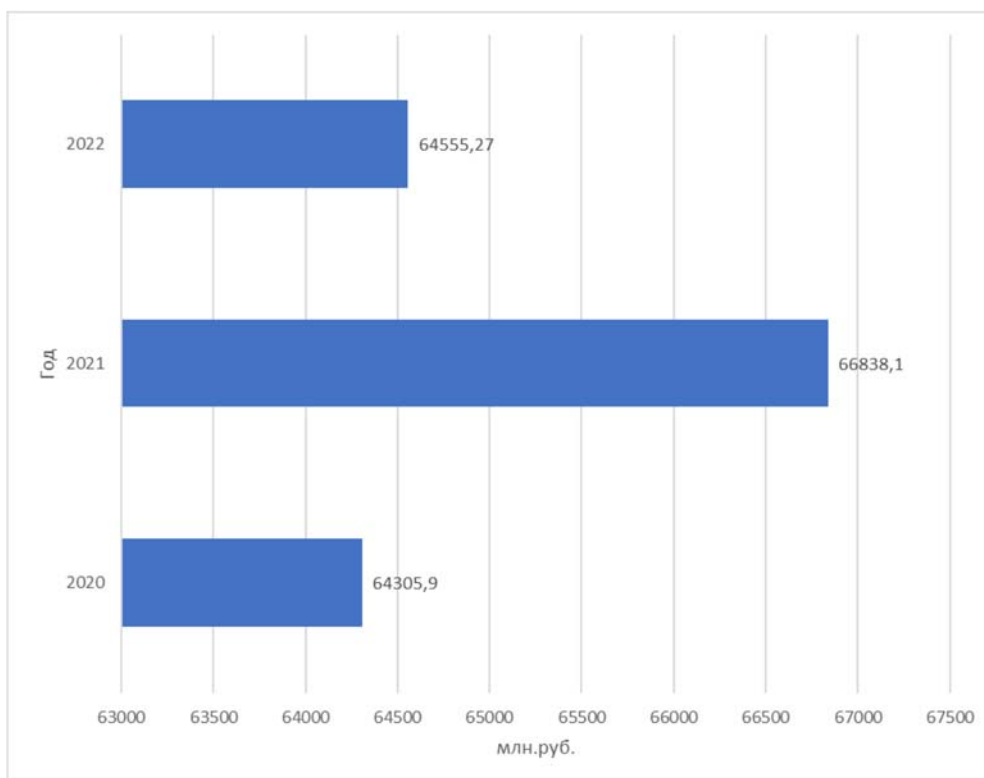


Рис. 1 График налоговых доходов бюджета Ставропольского края за 2020-2022 гг.

В общей сумме налоговых доходов бюджета Ставропольского края выделяется несколько налоговых доходов, формирующих большую часть дохода. Так, в 2022 г. в структуре налоговых доходов наибольший удельный вес составляют 4 вида налогов: налог на доходы физических лиц (33,77%), налог на прибыль организаций (25,40%), акцизы (17,08%), налог на имущество организаций (10,78%). Наименьший удельный вес в 2022 отчетном году имеют следующие налоги: НДС (0,09%) и транспортный налог (3,39%)

Колебания общей суммы налоговых доходов бюджета Ставропольского края и отдельных статей ярко прослеживаются на графиках. Представленные графики демонстрируют снижение большинства показателей, за исключением выделяющихся среди общей тенденции к снижению транспортного налога (который вырос в 2022 г. на 14,53%), налога на доходы физических лиц (+8,82%).

Таким образом, налоговые доходы бюджета Ставропольского края за 2022 год составили 64 555,27 млн. руб. (на 3,42% меньше, чем в 2021 г.). Это связано с

уменьшением налога на прибыль, по сравнению с 2021 годом поступления от налога на прибыль уменьшились на 17,4%. Этот тренд уже рассматривался ранее, уменьшение связано с влиянием пандемии и является отложенным эффектом ситуации 2020 года, ко второму кварталу 2023 года ситуация существенно выровнялась по рассматриваемому показателю, поэтому снижение доходов от налога на прибыль лишь краткосрочный тренд, вызванный временным снижением прибыли налогооблагаемой базы.

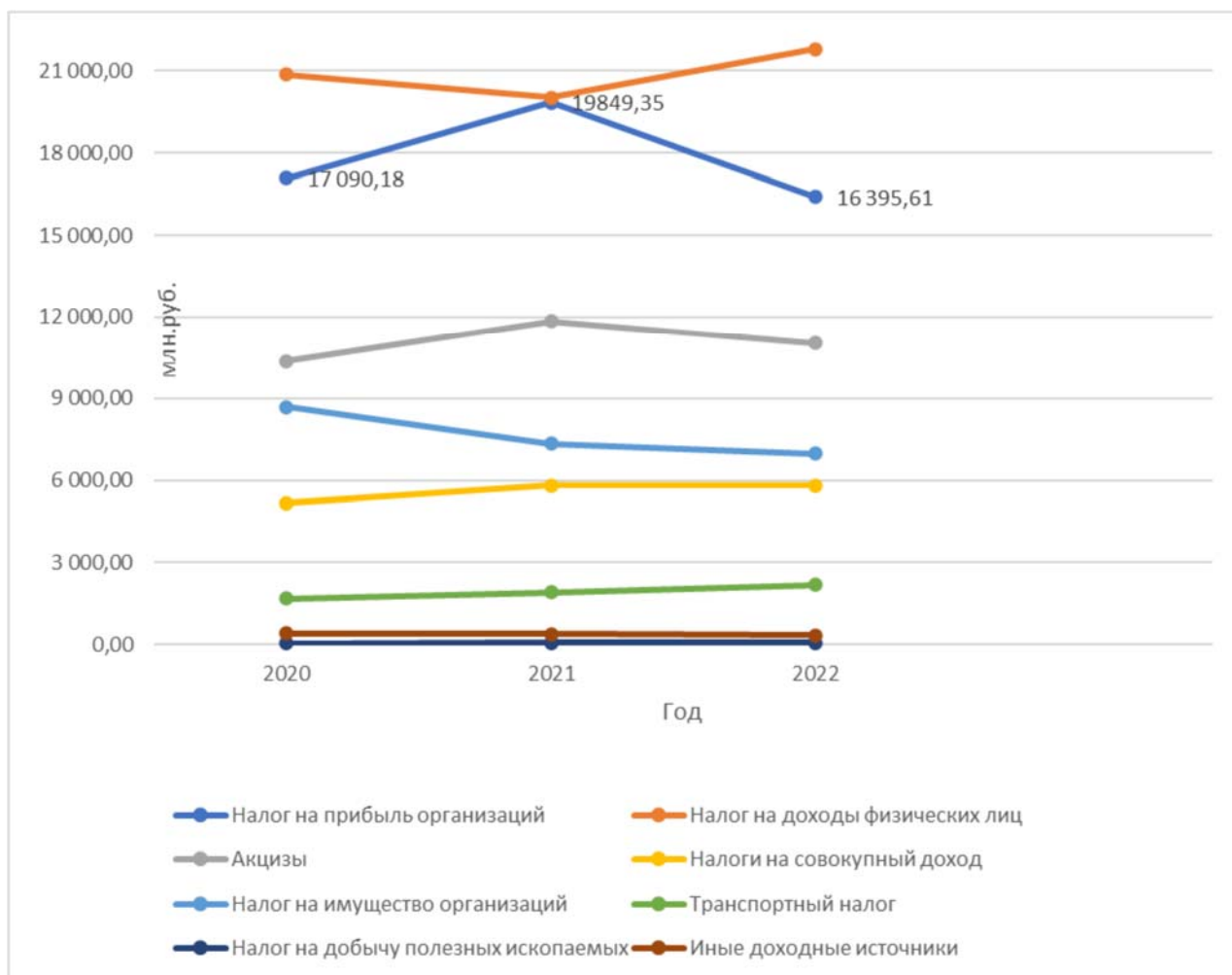


Рис. 2 График статей налоговых доходов бюджета Ставропольского края за 2020-2022 гг.

Поступления от акцизов снизились на 6,98% по сравнению с предыдущим периодом (связано со снижением объемов производства подакцизных товаров в 2020-2022 г. и видоизменением норматива распределения доходов от акцизов бюджет). С 2023, в силу санкционного давления в крае ожидается существенное увеличение производства подакцизных товаров, особенно алкогольной продукции, в силу чего доля данного вида доходов должна существенно повыситься.

В 2020-2022 году доходы от налога на имущество организаций снизились на 5,12% (в связи с предоставлением налоговых преференций в период пандемии)

На общее снижение налоговых доходов бюджета Ставропольского края в 2022 г. по сравнению с 2021 г. значительно не смогло повлиять увеличение суммы налога на доходы физических лиц на 8,82%, увеличение транспортного налога на +14,53%, а также увеличение суммы, полученной в качестве налога на добычу полезных ископаемых на +14,70%.

Выводы. На наш взгляд, увеличение доходов регионального бюджета Ставропольского края должна быть нацелена прежде всего на повышение налоговых доходов путем интенсификации развития малого и среднего бизнеса в крае, в частности в сфере АПК и пищевой промышленности, что позволит существенно расширить налогооблагаемую базу. Одним из путей оптимизации так же выступает внедрение системы налогового мониторинга для средних и крупных предприятий, что позволит поддерживать высокий уровень налоговой дисциплины без излишнего давления на бизнес.

Список использованных источников:

1. Бюджет для граждан 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://openbudsk.ru/upload/2023/Бюджет_длясайта.pdf?ysclid=looga8on8h766549334 (дата обращения: 07.11.2023).
2. Забнина Г.Г., Сорокин И.И. Сущность бюджетной политики региона // Научный результат. Экономические исследования. – 2021. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-byudzhethnoy-politiki-regiona> (дата обращения: 07.11.2023).
3. Кривова Т.А., Захарова М.В., Губернаторова Н.Н. Бюджетная политика и понятие бюджетного процесса в Российской Федерации // Студенческий электрон. научн. журн. – 2018. – № 11 (31) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/journal/student/31/110033> (дата обращения: 04.11.2023).
4. Соловьева Н.Е., Забнина Г.Г., 2019. Бюджетно-налоговая политика: учебное пособие / Н.Е. Соловьева, Г.Г. Забнина. – Белгород: ИД "Белгород" НИУ "БелГУ", 2019. – 76 с.

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 3 / 2023

Подписано в печать 15.11.2023

Рабочая группа по выпуску журнала

Главный редактор: Барышов Д.А.

Верстка: Сятынова А.В.

Корректор: Хворостова О.Е.

Издано при поддержке

Научного объединения

«Вертикаль Знаний»

Россия, г. Казань

Научное объединение «Вертикаль Знаний» приглашает к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, а также других лиц, занимающихся научными исследованиями, опубликовать рукописи в электронном журнале **«Экономика и парадигма нового времени»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

