

**ЭКОНОМИКА
И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ**

ISSN 2587-5981

Периодическое издание
Выпуск № 9
Казань, 2024

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

**"ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ"**

Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2024 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

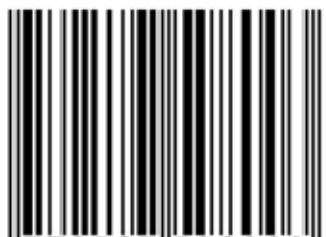
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

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. – 2024. – № 9 (30).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

**«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Выпуск № 9 / 2024

Стр. 5 Васильев П.В.

Управление медиакомпанией: онлайн и трансформации современных мультимедийных систем

Стр. 18 Марквa Т.Д.

Вызовы и подходы к регулированию технологии блокчейн

Стр. 24 Марквa Т.Д.

Децентрализованные финансы и их роль в создании новых финансовых инструментов и услуг

Стр. 30 Химченко К.Л.

Понятие и сущность цифрового государства

Стр. 35 Биткина И.К., Герасимова Т.А.

Оценка финансовой устойчивости коммерческих банков на основе методики В. Кромонава

Стр. 40 Тимошин А.А., Третьяков К.А.

Теоретические основы анализа конкурентоспособности производства

Стр. 47 Князев М.К., Попова И.Н.

Управление стратегической эффективностью как основа конкурентоспособности организации

Стр. 35 Щербук К.А.

Экологическая модернизация нефтеперерабатывающего актива на примере Омского НПЗ в контексте реализации федерального проекта «Чистый воздух»

Стр. 56 Дубровский В.Ж., Третьяков К.А.

Виды мотивации персонала для повышения эффективности деятельности промышленного предприятия

Стр. 60 Саадулаева Т.А., Вишневская А.А.

Совершенствование практики выбора объектов контроля в таможенных органах на этапе после выпуска товаров

УДК 65

УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОМПАНИЕЙ: ОНЛАЙН И ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ СИСТЕМ

*Васильев Петр Всеволодович, Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

Аннотация. В предыдущих статьях цикла «Управление медиакомпанией» были проанализированы задачи руководства финансово-экономическим и хозяйственным блоками, обеспечения бесперебойного процесса в рамках выполнения главного производственного задания по выпуску информационно-тематического контента для мультимедийных редакций (ТВ, РВ, оф- и онлайн), обеспечения безубыточности предприятия и повышения внебюджетной доходности, а также некоторые приёмы управления творческими трудовыми коллективами.

Четвертая статья цикла рассматривает онлайн не только как самостоятельное направление производства и распространения медиаконтента, но и как иной способ взаимодействия с аудиторией, иные формы репрезентации, иные производственные модели. Веб оказался не только мегахранилищем контента всех видов и форматов, он радикально повлиял на приемы и способы его создания и потребления, особенно с появлением систем искусственного интеллекта (ИИ).

Abstract. In previous articles of the media company management series, we discussed the tasks of managing financial, economic, and business blocks to ensure an uninterrupted process of fulfilling the main production task of creating content for multimedia editorial offices (TV, radio, offline and online). We also discussed break-even management, ways to increase profitability, and methods of managing creative teams.

The fourth article explores online media not only as an independent channel for the content production and distribution, but also as a unique way to interact with the audiences, explore different forms of representation, and adopt new production models. The internet has become not only a vast repository of content in all forms and formats, but it has also drastically influenced methods and techniques of content creation and consumption, particularly with the advent of AI systems.

Ключевые слова: медиаменеджмент, стратегии медиабизнеса, цифровые медиа, онлайн-медиа, интернет СМИ, ИИ.

Key words: Media management, media business strategies, digital media, online production, Internet, AI.

Актуальность. Цифровизация современных медиасистем сформировала новые способы репрезентации и аудиторного потребления производимого контента. Смысл существования веб-сайта оказался во взаимодействии с ним пользователей, а в идеале в многократном возвращении к

ресурсу как источнику информации. Именно в этом заключается главное отличительное свойство новой цифровой среды – «постоянно доступной на цифровых устройствах и подразумевающей активное участие пользователей в создании и распространении контента», утверждает Рассел Нойман, профессор Мичиганского университета [1]. «Умножающиеся последствия цифровых трансформаций медиа ставят перед академической наукой новую задачу понимания природы и принципов функционирования медиасистемы, особенностей взаимодействия медиаканалов и медиатекстов между собой и с аудиторией, масштаба и специфики эффектов репрезентации социальной реальности в онлайн-среде», развивает тезис профессор Вартанова Е.Л. [2].

Введение. Ряд исследователей современных тенденций развития медиасистем отмечают, что под влиянием новых медиа и технологий многие СМИ подверглись значительным трансформациям. «Во-первых, меняется то, как журналисты делают свою работу. Во-вторых, новые медиа становятся причиной реструктуризации журналистских организаций и институций. В-третьих, растет количество новых форм медийного контента. В-четвертых, происходит перестройка отношений между журналистами, журналистскими организациями и связанными с ними социальными группами, особенно следующими пятью: читательская аудитория, источники, регулирующие государственные органы, инвесторы и конкуренты», пишет профессор Джон Вернон Павлик (John Vernon Pavlik) – американский исследователь новых медиа и их влияния на журналистику (цит. по [3]). Профессор Вартанова Е.Л. предлагает свой взгляд на цифровую журналистику: «... это и есть журналистика с ее традиционными целями и ценностями, только существующая в технологически новых условиях, которые, преобразуя ее инструментарий, не могут изменить ее социально значимой природы и сущности» [4]. Право на существование имеют оба подхода и вот почему. Менеджмент медиасистем по-прежнему предполагает использование достаточно традиционного набора инструментов управления: «планирования, конструирования процессов, анализа, учета, оптимизации, мотивации, контроля и коррекции на всех этапах деятельности» [5]. Казалось бы, правильнее было говорить об эволюции технологий редакционного производства, приёмов и способов репрезентации контента при сохранении базовых задач медиапредприятий. Так ли это на самом деле?

Основная часть: сайт как самостоятельное СМИ. Сайт для медиакомпания не просто некое зеркальное отображение её основного профиля работы в рамках ТВ- и РВ-вещания или издательской деятельности по размещению контента в иной среде – в онлайн. Сайт – это самостоятельное СМИ, благодаря которому и посредством которого компания способна решать несколько принципиально важных на сегодня медийных задач основного производства.

Первое. Полноценный интернет-сайт (портал) позволяет его обладателю существенно расширить аудиторные границы, выйти на новые аудиторные группы и рынки, повысить оперативность, скорость распространения контента и его доступность. Аудитория получает возможность смотреть любую программу или материал в любое время, в любых условиях и месте с учетом обновлений и дополнений, а также имеет постоянный доступ ко всем архивным материалам.

Второе. Собственный сайт (портал) с устойчивым трафиком – суточной посещаемостью свыше 10 тыс. оригинальных посетителей, как показывает практика, становится рекламно-привлекательным и начинает формировать доходность для своего владельца.

Третье. Сайт – лицо компании, визитная карточка. Первое, куда зайдет любой человек, пытающийся что-либо узнать о вас, будет ваш сайт. Именно по нему судят о компании, об основной деятельности в целом. Именно в онлайне сегодня самая быстрорастущая в мире аудитория [6].

Фактически каждая медиакомпания проходит три этапа осознания производственной значимости онлайн в своей основной деятельности. Схематично их можно представить так:

Создание своего сайта в сети. Интернет-группа занимается перепечаткой, в лучшем случае адаптацией материалов основной редакции в онлайне.

Постепенно интернет-редакция начинает выпуск собственных материалов. В результате возникает избыточность в производстве и конкуренция в редакции с дискуссией: «чей контент важнее», «чьих читателей больше» и т.п.

Объединение в единую редакцию. Вводится единое инфопланирование (тем, сюжетов, форматов и т.п.). Платформа выступает как система распространения, задача – наилучшим образом донести контент до максимально широкой аудитории, получив при этом максимальные рейтинги и доход [7].

Традиционный вопрос, которым задается любой обладатель веб-ресурса, каким должен быть сайт? Каких-либо жестких, раз и навсегда апробированных правил на этот счет, не существует. Сайт может быть создан на основании одного из общедоступных шаблонов, может быть написан разработчиками специально для вас. Может быть выбран иной вариант его конструирования. Принципиально другое: ресурс должен быть надежным, стильным, понятным и удобным по навигации, неперегруженным по размещенным на нем материалам – текстов, фото, видео и т.п. У него должен быть движок с достаточным запасом прочности, который не будет требовать апгрейда и переделок каждый год, а также надежный хостинг (от англ. host, hosting – хозяин, ведущий) – сервис, позволяющий организациям и частным лицам размещать собственный контент в интернете и рассчитывать на стабильную работу ресурса. Цветовая гамма, шапка и тело сайта должны быть выдержаны в корпоративной стилистике.

В каждой профессии (деле или искусстве) свои традиции. В случае с сайтами – это газеты. «Газеты появились задолго до онлайн. Именно газеты могут объяснить многие принципы веб-дизайна – от принципа Гутенберга (Gutenberg Principle) до сеточных систем (grid systems) компоновки и размещения важнейшего контента «выше линии сгиба» (above the fold line)» [8]. Выражение «выше линии сгиба» означает контент, который вы видите в первую очередь, когда заходите на веб-страницу (без прокрутки или скролла). «Из-за своих размеров газеты выкладывались на прилавки сложенными пополам, поэтому термин «над сгибом» буквально подразумевал контент, видимый над местом сгиба. Это первое, что видят потенциальные читатели» [9].

Главная проблема дизайна сайтов сегодня – разрешение экрана гаджета и его геометрия (вертикальная или горизонтальная). В мире масса компьютерных мониторов разных моделей и размеров, поэтому так сложно сделать общий above-the-fold дизайн. До появления веб-браузеров было обычным делом просматривать сайты по классическим правилам дизайна (above-the-fold) и не знать, куда двигаться дальше. Сегодня задача заставить посетителя остановиться на конкретном элементе, который может быть не только выше «линии сгиба». «У пользователя занимает всего пару секунд посмотреть на один участок сайта, поэтому вовсе не обязательно располагать всё в пределах одной области» [10]. Дизайн вашего ресурса должен учитывать то обстоятельство, что подавляющее большинство переходов (до 90 %) на него будет осуществляться с телефонов и планшетов, а не со стационарных компьютеров или ноутбуков, поэтому важно адаптировать дизайн именно к мобильным версиям. Для посетителя принципиально, чтобы сайт легко и быстро грузился, фрагментарно «не разваливался», когда куски текста или фото «разъезжаются» за границы экрана.

Проектируя сайт, важно ориентироваться на так называемую карту зон распределения посетительского внимания или тепловую карту - мест на портале, на которые чаще всего (и прежде всего) обращают внимание посетители. «Вы можете посмотреть, по каким ссылкам они переходят, как далеко скроллят страницу, на какие элементы интерфейса обращают внимание, а какие – игнорируют. С помощью карты кликов можно обнаружить неработающие и некликабельные ссылки, незаметные для пользователей кнопки и призывы к действию, проанализировать эффективность всплывающих окон» [11]. Специфика онлайн заключается в том, что пользователи не читают, а сканируют сайт взглядом. В среднем менее 2 секунд уходит на принятие решения, открыть или нет какой-либо материал или элемент. «Мы говорим об этом с 1997 года: люди редко читают в интернете – они гораздо чаще сканируют, чем читают слова по порядку. Это одна из основополагающих истин поведения при поиске информации в интернете, которая не изменилась за 23 года», к таким выводам в результате многолетних исследований пришла Nielsen Norman Group [12]. Скользя глазами по странице, пользователи хотят найти контент, который им интересен, но не тратить время на чтение всего материала. «При этом траектория движения взгляда пользователя по экрану графически напоминает латинские буквы F и Z (известны как F и Z pattern или «Диагональ Гутенберга») [13].

Люди не будут вопреки своему желанию тратить время или силы в сети, поэтому единственный путь владельца сайта – не пытаться заставить пользователя прочитать контент, а направить его к той информации, которую читатель хочет найти. Проведенное компанией Майкрософт (Microsoft Corp.) исследование в 2015 году показало, что среднее время концентрации внимания современного человека составляет 8,25 секунды (в 2000 году это время равнялось 12 сек.) [14]. 8-секундный интервал получил название «феномена золотой рыбки» (Goldfish Attention Span) [15] и говорит о том, что среднестатистический пользователь через мгновение уйдет на другой ресурс, если не получит то, что его заинтересует [16].



Рис. 1

Парадоксально, но факт, статистика онлайн-просмотров говорит о том, что большинство зашедших на статью даже не начинают читать ее. «У статей в интернете есть три ключевых показателя – доскроллы, прочтения и время, проведенное читателем на странице» [17]. Доскроллы показывают, на какой части текста читатель перестал читать и закрыл страницу (по статистике, во второй доскролл идет меньше 40% посетителей). Прочтения – комбинированный показатель времени нахождения посетителя на странице и якобы дочитываний, установить точное количество которых не представляется возможным. Причин преждевременного ухода, как правило, две: плохой текст с ошибками и несоответствие заявленной темы в заголовке и лиде содержанию материала [17].

Онлайн-журналистика по своим профессиональным подходам радикально отличается от теле-, радио- или классической газетной. И тут профессор Дж. Павлик прав, когда пишет, про две разных по своим рабочим приёмам журналистики. Дело вовсе не в стилистических или жанровых различиях, все гораздо сложнее. Общеизвестный гуру новых медиа профессор Калифорнийского университета в Сан-Диего Лев Манович утверждает, что язык новых медиа – цифровой код. «Все объекты новых медиа представляют собой в конечном счете цифровой код, т. е. последовательность нулей и единиц, из чего следует, что:

- объекты новых медиа могут быть описаны математически;
- объекты новых медиа могут быть трансформированы при помощи алгоритмов, т. е. среда программируема [18; 38].

Суть онлайн и его принципиальное отличие от классической журналистики – это полностью программируемая среда. Алгоритмы поисковой выдачи настроены на выбор ключевых слов как единиц текста, по которым в ленте рейтинуются сайты и материалы. Одни попадают в топы поисковой выдачи, получая трафик, другие остаются фактически незамеченными. Скачкообразное развитие интернета в конце XX века привело к засилью в нем недобросовестных материалов – спама. «Это и заставило поисковики развивать

алгоритмы в сторону отслеживания спама. В результате сейчас часто именно спамеры с их все новыми и новыми методами диктуют тенденции развития поисковых алгоритмов» [19].

Успешность работы в онлайне зависит от умения так выстроить текст, чтобы добиться максимального «попадания» в рабочие алгоритмы поисковых систем, иначе ваш материал (даже самый гениальный) трафика никогда не соберет. Кен Доктор – аналитик лаборатории Nieman Journalist Lab, активно исследующий медиа и форматы донесения информации, автор книги «Ньюсономика» (2013) – утверждает: «Выигрывает тот, у кого правильный формат». «Важно не размер текста или длина видео, а удобство. Если человеку удобнее посмотреть видео с места событий, а не прочитать репортаж, он выберет видео» [20]. Закономерен вопрос, что же важнее для современной онлайн журналистики: композиционная стройность, логика повествования, грамотная речь (письменная и устная), образность, авторский стиль, эксклюзивные источники информации и т.п. или эмодзи и соответствия критериям алгоритмов поисковой выдачи? Хотите трафик – ответ очевиден!

Присутствие в поисковиках и другие приемы веб-продвижения.

Дизайн для сайта выбран, доменное имя зарегистрировано, с хостингом определились. Или у вас уже есть сайт, но чем-то вас не устраивает. Что делать? Как «прокачать» ресурс и нарастить трафик, необходимый для решения производственных задач? Важно попасть в основные поисковые системы. В России это Яндекс и Google. Обе платформы формируют качественную выдачу, используя для этого сложные алгоритмы и нейронные сети. Для попадания в топы выдачи Яндекса и Google необходима качественная внешняя оптимизация, технологии продвижения и другие приёмы, которые обеспечат рост позиций и органического трафика в ежемесячном цикле [21]. Без них материалы (новости) с вашего сайта никто нигде не увидит, кроме как на нём самом. Основные поисковики в соответствии со своими правилами начнут брать ваши материалы только после определенного периода проверки и при соблюдении ряда общих требований к размещаемым материалам, в частности, соблюдения авторских прав на иллюстрирующие фото и картинки к публикациям. Также важно обеспечить соответствие вашего сайта техническим требованиям поисковых систем для целей своевременного и корректного его индексирования и присутствия в поисковой выдаче [6].

Сам по себе информационно-тематический портал – это лишь некий постоянно обновляющийся «склад информации», которая в зависимости от ваших действий может оказаться невостребованной или нарасхват. Принципиальна доставка контента до конечного потребителя, что обеспечивает вам единицу трафика, то есть переход посетителя на сайт. Трафик в случае интернет-СМИ это и есть единица конверсии, которая перетекает в том числе в дальнейшую монетизацию [22]. Рост трафика гарантирует попадание вашего контента в новостную выдачу:

– новостных агрегаторов федерального масштаба, таких как «Яндекс-новости», «Google-новости», «Новости Майл.ру» и др.;

– рекомендательных систем «Яндекс. Дзен» и Google Discover (отправка контента в эти системы может происходить в автоматическом режиме при соблюдении технических требований). Доля трафика из рекомендательных систем достигает 50% и более всего трафика;

– региональных (краевых и областных) новостных агрегаторов;

– а также популярных социальных сетей в форме и пропорциях, актуальных как для формата и аудитории социальной сети, так и с учётом востребованности той или иной соцсети в вашем регионе [6].

Следует зарегистрироваться в объединенном счетчике статистики LiveInternet. Там есть разделы для разных категорий онлайн СМИ, например, «Региональные СМИ» и другие, где легко отслеживать ваши рейтинговые позиции относительно других ресурсов.

Для успешного продвижения сайта важен детальный анализ путей прихода трафика на ресурс и оценки информационной составляющей популярности у читателей новостных единиц относительно друг друга (тематика, заголовки, лиды и пр.). Эти данные можно получить, пользуясь системами аналитики «Яндекс. Метрика» и Google Analytics. Без этих шагов по вашей «метриковой легализации», вы никогда не попадете в замеры (рейтинги) «Медиалогии» – российской компании-разработчика автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей в режиме реального времени. Следовательно, не сможете претендовать на участие в конкурсных процедурах на получение госконтрактов, грантов и т.п. Участие в рейтингах «Медиалогии» неизменно содержится в перечне обязательных условий допуска к заключению подобных контрактов [6].

Поисковая оптимизация SEO или Search Engine Optimization – под этим термином понимается комплексное развитие сайта и его продвижение на одну из топовых позиций в выдаче поисковиков. SEO-продвижение можно определить и несколько иначе, а именно как канал привлечения на сайт трафика и инструмент воздействия на поисковых роботов с целью достичь лидерства в поисковой выдаче [23]. Задача такого специалиста – предложить эксклюзивную программу поэтапного продвижения, а также лично работать с выпускающими редакторами и журналистами, поскольку успешность попадания в топы поисковиков во многом зависит от приемов написания заголовков, лидов к материалам, самих текстов, подписей к фотографиям и т.п. Попадание в топы поисковиков даст вам возможность пикового «скачка» по трафику и позволит упрочить свои рейтинговые позиции, следовательно, коммерческую привлекательность [24].

В современном мире нередко можно встретить предложения по так называемому «росту трафика», попросту «накрутке» посещаемости. Очень неоднозначная практика, которая легко поставит под угрозу обнуления всех рейтинговых показателей, если поисковики заподозрят вас в использовании запрещенных приемов продвижения.

Для крупных и развитых сайтов маркетинг в соцсетях SMM или Social Media Marketing давно стал самостоятельным направлением деятельности, без которого не мыслится полноценное развитие интернет-проекта. Это часть маркетинговой и коммуникационной стратегии, а не только условный «сбор

лайков» по соцсетям. Важность работы по продвижению сайта в соцсетях определяется тем, что рост вашего трафика в результате переходов из соцсетей может быть до 30% и даже выше [25]. Принципы интернет-измерений таковы, что каждый условный клик приравнивается к условному рекламному рублю. Чем больше кликов себе организуете, тем привлекательнее станете с точки зрения рекламных перспектив.

Управление онлайн производством в мультимедийной компании. В плане организации работы интернет-подразделения важно учитывать ряд обстоятельств:

- сайт – это особое СМИ с режимом работы 24/7, то есть круглосуточно и постоянно – у посетителей перерывов между заходами может не быть. Есть так называемые пики и спады посещаемости: утро – день – вечер;

- производственной задачи «обогнать» по количеству материалов ТАСС или Интерфакс перед вами никто не ставит. Более того, много размещенных материалов вовсе не означает автоматический рост трафика;

- грамотность – залог успешной работы. Ошибки, опечатки, небрежности и т.п. способны навсегда оттолкнуть посетителей.

Принимая во внимание вышесказанное, необходимо так выстроить рабочие смены (в редакции и дистанционно), чтобы всегда был сотрудник ответственный за конкретный производственный отрезок, включая вне рабочее время, выходные, праздничные дни, периоды отпусков и т.п. Как и возможность для выпускающих редакторов работать удаленно в случае форс-мажора, а не тратить время на дорогу до редакции.

Для каждого сотрудника должна быть установлена своя норма суточной отработки с учетом опыта и профессиональных компетенций. Для региональных мультимедийных компаний средней нормой ежедневной обновляемости портала может считаться размещение 10-15 оригинальных материалов (естественно, полноценных, не в 5 строк). С учетом того, что сотрудники интернет-группы должны «резать» и размещать на сайте материалы ваших же ТВ- и РВ-выпусков или иного контента, при этом успевать обрабатывать их, писать грамотные интернет-заголовки, лиды и прочее, средней нормой ежедневной так называемой редакторской отработки (за базовую часть зарплаты) может считаться подготовка 5-6 авторских материалов. Грамотность касается всех элементов сайта – заголовков, лидов, самих текстов, подписей к фото, справочных боксов и т.п. Необходимо обеспечить также полное соблюдение авторских прав при размещении любых материалов, фото, видео, ссылок и гиперссылок, цитировании и использовании заимствованных фрагментов [6]. Эти факторы оказывают сильное влияние на посещаемость, способны привлечь или отвернуть трафик от сайта, серьезно понизив пользовательскую вовлеченность.

В теории и практике онлайн-исследований ведется много споров по поводу того, какие метрические показатели считать главными, а какие нет, в частности, чем и как определять вовлеченность. При этом многим предложенным определениям недостает конкретики общепринятых средств измерений [26]. Самым, пожалуй, точным оказывается характеристика, данная Филиппом Наполи, который рассматривает вовлеченность как комплексное многосоставное

явление: «Сначала у аудитории формируется узнавание темы и интерес, в процессе взаимодействия с медиатекстом включается внимание аудитории, появляются лояльность и эмоции, в итоге остаются воспоминания, оценка контента, формируется к нему отношение. Следствием же этих процессов является поведение аудитории в медиа – внимательное или поверхностное чтение» [27]. Понятно, что, если сайт не привлекает внимание пользователей, он не работает, следовательно, бесполезен. Метриковые показатели традиционно учитывают показы, открытия и дочитываемость материалов, которая зависит от трёх факторов:

- уровня мотивации;
- цели поиска;
- привлекательности материала [28].

Суммарно метрики говорят о посетительской вовлеченности – «это показатель того, сколько времени пользователи проводят на вашем сайте. Они могут скачивать контент, оставлять комментарии, переходить по ссылкам, делать репосты в социальных сетях и т.д.» [29]. Именно поэтому первоочередной задачей, согласно опросу McKinsey, считается создание стратегии обеспечения взаимодействия посетителей с сайтом [30].

Однако есть ряд вопросов, которые обязаны быть заданы. Как редакции относиться к взаимодействию с посетителями, частью которого оказывается вольное комментирование материалов на сайте, заставляющее порою усомниться в адекватности некоторых реплик, их информационной ценности для медиаресурса, приводящих лишь к его заспамленности? Как относиться к рекомендательным онлайн-технологиям по «оживлению» и «окартиниванию» текстов, фактически работающих на их фрагментацию, клиповость и примитивизацию? Как оценивать журналистские тексты с дочитываемостью в 20% и ниже, в чем крайне неохотно признаются сами редакции? Кстати, нейросети стали бесплатно предлагать весьма любопытный сервис – проверка текста на ожидаемую дочитываемость в онлайн [31].

Выводы: нейросети и журналистика. В 2018 году онлайн ресурсы стали главным источником информации для 39% аудитории, такую цифру приводит Франческо Маркони в книге «Создатели новостей: искусственный интеллект и будущее журналистики» (Francesco Marconi. Newsmakers. Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press, 2020) [32]. И цифра продолжает быстро расти. Многие медиа-исследователи соглашаются с тем, что к концу нынешнего десятилетия искусственный интеллект вытеснит человека из многих процессов и даже профессий, в частности, из журналистики. Профессор Кристиан Хаммонд (Kristian Hammond, professor of Computer Science and Journalism at Northwestern University, USA) полагает, что к концу 2020-х более 90% всех новостных текстов будут генерироваться ИИ [33].

Более того, 78% медиаруководителей, опрошенных Институтом исследования журналистики Reuters (2019) по теме внедрения ИИ-технологий в медиаотрасль, отнеслись к идее с одобрением, посчитав процесс неизбежным [34]. Возможности ИИ уже существенно упростили ряд рутинных, но при этом

трудоемких операций в редакционном процессе, таких как подбор, проверка и систематизация бэкграундов, фактчекинг, подготовка и написание хроникальных заметок, анализ пользовательских комментариев, ведение топиковых или «нишевых» информационных лент, распознавание речи для расшифровок, переводы, работу с фото- и видеоматериалами и т.п. [35]. Количество делегируемых нейросетям редакционных задачи и поручений стабильно растет. При этом многие эксперты-практики, как и исследователи ИИ отмечают то обстоятельство, что нейросети быстро совершенствуются и, если вчера сгенерированный ими текст требовал серьезной редактуры, а порой и доработки, сегодня качество материалов заметно выросло. Особенностью и важным преимуществом нейросетей является их быстрое эволюционирование, гораздо более быстрое, чем у любых систем обучения или повышения квалификации человека.

При этом у ИИ-моделей на сегодня есть очевидный минус – неопределенность их правового статуса. «Подобный контент назвать авторским нельзя, его создатель – не человек. Продавать права на такой контент пока нельзя», – заявляет Кирилл Меньшов, старший вице-президент «Ростелекома» по ИТ [36]. Есть также вопросы этического порядка. Однако тренд формируется, генеративные модели текста и картинок бесплатно распространяются в интернете, фактически закрепляя превращение онлайн-контента в однородную коммерциализированно-клиповую массу. Значит ли это, что классическая журналистика останется только в сегменте медленных новостей (Slow News – Slow Media) [37] или нейросети и оттуда её вытеснят? Но это уже тема отдельного исследования.

Список использованных источников:

1. Никитенко В.А. Сравнительный анализ понятий «новые медиа» и «социальные медиа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyu-analiz-ponyatiy-novye-media-i-sotsialnye-media?ysclid=ly13rrvijy539116441> (дата обращения: 20.07.2024).

2. Вартанова Е.Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-posledstviyah-tsifrovoy-transformatsii-mediasredy> (дата обращения: 20.07.2024).

3. Сабирова Е. Перевод статьи «Журналистика новых медиа». Pavlic J. V. New Media Journalism // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Vol. 1-2. / Ed. by William F. Eadie. Los Angeles, 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_8/voz_newmedia.htm?ysclid=lxwxna0ap0864251023 (дата обращения: 28.06.2024).

4. Вартанова Е.Л. Цифровая журналистика и медиакommunikационная среда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.journ.msu.ru/downloads/2022/MediaTrends_87.pdf (дата обращения: 20.07.2024).

5. Васильев П.В. Управление медиакомпанией: главное производственное задание и редакционные центры ответственности / П.В. Васильев // Экономика и парадигма нового времени. – 2024. – № 7 (27). – С. 5-16.
6. Интернет-вещание филиала: системный подход к организации информационного и тематического производства и продвижения собственного интернет-сайта (портала). Дистант-курс №7. Цикл практических семинаров повышения профессионального мастерства для руководящего состава и кадрового резерва филиалов ВГТРК / Составитель: Васильев П.В. – Москва, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/book/617834730/> (дата обращения: 27.06.2024).
7. New York Times объединяет газетную и интернет редакции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/287214/> (дата обращения: 20.07.2024).
8. Как «линия сгиба» веб-страницы влияет на поведение пользователей? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/04/21/kak-liniya-sgiba-veb-stranicy-vliyaet-na-povedenie-polzovatelej/> (дата обращения: 20.07.2024).
9. От газет к веб-дизайну: чему могут научить нас печатные издания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2019/11/25/ot-gazet-k-veb-dizajnu-chemu-mogut-nauchit-nas-pechatnye-izdaniya/> (дата обращения: 23.07.2024).
10. Золотова М. Правила композиции: большой разбор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/design/composition/> (дата обращения: 23.07.2024).
11. Лучшие инструменты для анализа кликов и поведения пользователя на WordPress сайте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-plaginy-i-instrumenty-wordpress-dlya-analiza-klikov-i-povedeniya-polzovateley#:~:text=Тепловая%20карта%20сайта%20-%20это,внимание%2C%20а%20какие%20-%20игнорируют> (дата обращения: 23.07.2024).
12. Как читают тексты на сайте: новый обзор исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pr-cy.ru/news/p/7124-kak-v-2018-godu-chitayut-teksty-na-sayte-5-issledovaniy?ysclid=lyjv3lbh52797101331> (дата обращения: 23.07.2024).
13. Проектирование экранов сайта по диаграмме Гутенберга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://askusers.ru/blog/pravila/diagramma-gutenberg/?ysclid=lsu7khrwke198612149> (дата обращения: 23.07.2024)..
14. Лакодин В. У тебя 8 секунд, чтобы меня соблазнить или я уйду к другой рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/u-tebya-sekund-chtoby-menya-soblaznit-ili-ya-uydu-k-drugoy-reklame.html?ysclid=lyjvi96hub553154397> (дата обращения: 23.07.2024).
15. Kevin McSpaden. You Now Have a Shorter Attention Span Than a Goldfish [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://time.com/3858309/attention-span-goldfish/> (дата обращения: 22.07.2024).

16. Черкасов А. Как увеличить конверсию на своем сайте? 11 принципов веб-дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://delovoymir.biz/kak-uvlichit-konversiyu-na-svoem-sayta-11-principov-veb-dizayna.html> (дата обращения: 22.07.2024).
17. Поляков А. Аналитика постов на Хабре: почему доскроллы и прочтения в 2-3 раза отличаются от просмотров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/698170/> (дата обращения: 20.07.2024).
18. Манович, Лев. «Язык Новых медиа» (Manovich L. The Language of New Media. The MIT Press, 2002) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://djvu.online/file/bkkXqQm62bBDL?ysclid=lyto8rldfd868085614>
19. Как оставаться в топе при изменениях поисковых алгоритмов (руководство начинающего сеошника). Habr.com 24.03.2018. URL: <https://habr.com/ru/articles/351930/> (дата обращения: 20.07.2024).
20. Ермолин Е. Современный журналист как кочевой медиатор. Современные медиа: процессы и контексты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/31080021/Современный_журналист_как_кочевой_медиатор_Современные_медиа_процессы_и_контексты_Ярославль_2016_С_5_13 (дата обращения: 20.07.2024).
21. Трушкова М. Обзор поисковых систем интернета. Особенности, различия и принципы работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/promopult/328862/> (дата обращения: 20.07.2024).
22. Карпова К. Что такое трафик в интернете. Как привлечь его и как на нем заработать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skil-web-dev.ru/blog/chto-takoe-trafik?ysclid=lywv76nm91978698665> (дата обращения: 20.07.2024).
23. Еремин С. Что такое SEO-продвижение? И как это работает? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yandex.ru/q/question/chto_takoe_seo_prodvizhenie_kak_eto_95547dac/?ysclid=lyvaaxa19s348240505 (дата обращения: 20.07.2024).
24. Сургай В. Что такое поисковая выдача, и как в нее попасть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://surgay.ru/blog/poiskovaya-vydacha/?ysclid=lyvak7ilsf418270558> (дата обращения: 20.07.2024).
25. Черная А. Что такое SMM и как это работает? Зачем нужен маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_takoe_smm_i_kak_eto_rabotaet/?ysclid=lyvb0we2c4541205210 (дата обращения: 20.07.2024).
26. Любимцева М.А. Факторы, влияющие на время чтения и дочитываемость материалов онлайн-медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyauschie-na-vremya-chteniya-i-dochityvaemost-materialov-onlayn-media-keys-lady-mail-ru?ysclid=lyve0htv9v921977941> (дата обращения: 20.07.2024).
27. Napoli, Philip M. Audience Measurement and Media Policy: Audience Economics, the Diversity Principle and Local People Meter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://research.library.fordham.edu/mcgannon_working_papers/4/ (дата обращения: 20.07.2024).

28. Шумовский М. Как оформить статью, чтобы ее дочитали: чек-лист и примеры внутри [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/kak-oformit-statyu-chtoby-ee-dochitali-chek-list-i-primery-vnutri.html> (дата обращения: 20.07.2024).
29. Купренко В. Как измерить и повысить вовлеченность пользователей сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://searchengines.guru/ru/articles/2049253> (дата обращения: 10.07.2024).
30. Brooke Boyarsky, Will Enger, and Ron Ritter. Developing a customer experience strategy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/developing-a-customer-experience-vision> (дата обращения: 20.07.2024).
31. Проверить текст на дочитываемость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://turbocheck.ru/full?ysclid=lyxw22phwy647945552> – (дата обращения: 23.07.2024).
32. Искусственный интеллект в журналистике: помощник или конкурент? Francesco Marconi. Newsmakers. Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://supernova.is/editorial/iskusstvennyj-intellekt-v-zhurnalistike> (дата обращения: 13.07.2024).
33. Can an Algorithm Write a Better Story Than a Human Reporter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wired.com/2012/04/can-an-algorithm-write-a-better-news-story-than-a-human-reporter/> (дата обращения: 03.07.2024).
34. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2019. Reuters Institute [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-01/Newman_Predictions_2019_FINAL.pdf (дата обращения: 10.07.2024).
35. Топ-10 иностранных СМИ по искусственному интеллекту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webiomed.ru/blog/top-10-smi-po-iskusstvennomu-intellektu/?ysclid=lbt0a15lxm255252899> (дата обращения: 03.07.2024).
36. Как использовать ИИ в журналистике, не теряя доверие аудитории. Инновации в медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ijnet.org/ru/story/как-использовать-ии-в-журналистике-не-теряя-доверия-аудитории> (дата обращения: 17.07.2024).
37. Drok, Nico, Hermans, Liesbeth. Is There a Future for Slow Journalism. Journalism Practice 10(4): 1 -16, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/283621468_Is_there_a_future_for_slow_journalism (дата обращения: 03.07.2024).
38. Полеухин А. Принципы новых медиа по Л. Мановичу // Образовательный центр Gonzo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gonzo-design.ru/education/articles/newmediaprinciples?ysclid=lytobp06ov752193430> (дата обращения: 20.07.2024).

УДК 004.75

**ВЫЗОВЫ И ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ
ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН**

Марква Тихон Дмитриевич,
Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

Аннотация. В данной статье рассматриваются текущие подходы к регулированию технологии блокчейн и криптовалютной индустрии в различных странах и юрисдикциях. Анализируются основные тенденции и практики, такие как лицензирование криптобирж и кошельков, регулирование ICO, создание «регулятивных песочниц» для тестирования инноваций, налогообложение криптоактивов и другие аспекты. Освещаются примеры разных подходов в ЕС, США, Швейцарии, Сингапуре, Японии и Китае. Обсуждаются ключевые вызовы для эффективного регулирования, включая необходимость баланса между инновациями и рисками, международную координацию, привлечение экспертизы и исследований, защиту потребителей. Предлагаются рекомендации по использованию "регулятивных песочниц", открытого диалога с индустрией, гибкого регулирования на основе науки. В заключении делается вывод о постепенном переходе к более согласованным глобальным стандартам регулирования блокчейна и криптовалют.

Abstract. This article discusses current approaches to regulating blockchain technology and the cryptocurrency industry in various countries and jurisdictions. The main trends and practices are analyzed, such as licensing of crypto exchanges and wallets, regulation of ICOs, creation of "regulatory sandboxes" for testing innovations, taxation of crypto assets and other aspects. Examples of different approaches in the EU, USA, Switzerland, Singapore, Japan and China are highlighted. The key challenges for effective regulation are discussed, including the need for a balance between innovation and risk, international coordination, involvement of expertise and research, and consumer protection. Recommendations are offered on the use of "regulatory sandboxes", an open dialogue with industry, and flexible regulation based on science. In conclusion, it is concluded that there is a gradual transition to more consistent global standards for regulating blockchain and cryptocurrencies.

Ключевые слова: блокчейн, криптовалюты, регулирование, лицензирование, ICO, криптобиржи, налогообложение криптовалют, международная координация, защита потребителей, инновации, риски. детализировать.

Key words: blockchain, cryptocurrencies, regulation, licensing, ICO, crypto exchanges, taxation of cryptocurrencies, international coordination, consumer protection, innovation, risks. to detail.

Введение. Актуальность. Появление блокчейна и криптовалют стало одним из самых значительных технологических сдвигов последнего десятилетия, бросив вызов существующим финансовым моделям и

нормативным рамкам. Децентрализованная природа этих инноваций создает новые возможности, но также порождает ряд правовых вопросов и рисков, требующих эффективного регулирования. В данной статье рассматриваются основные вызовы, стоящие перед регуляторами, и анализируются существующие подходы к нормативно-правовому регулированию индустрии блокчейна и криптовалют.

Основная часть. Что такое блокчейн и криптовалюты? Блокчейн – это распределенная база данных или реестр, состоящий из цепочки связанных блоков транзакций. Благодаря децентрализации, неизменяемости и криптографической защите, блокчейн обеспечивает высокий уровень прозрачности и безопасности данных. Криптовалюты, такие как биткоин и эфир, представляют собой цифровые активы, основанные на технологии блокчейн и используемые для безопасных финансовых операций.

Блокчейн и криптовалюты порождают целый ряд существенных проблем и рисков, требующих пристального внимания со стороны регуляторов. Одной из главных проблем является анонимный характер криптовалютных транзакций, затрудняющий отслеживание происхождения средств и создающий благоприятную почву для отмывания денег и финансирования незаконной деятельности. Децентрализованные публичные блокчейны, такие как у биткоина, обеспечивают высокий уровень анонимности пользователей, скрывая их личности за цифровыми адресами кошельков. Это может использоваться злоумышленниками для сокрытия следов преступных финансовых операций.

Отсутствие эффективных механизмов защиты прав потребителей и инвесторов на криптовалютном рынке является еще одним серьезным вызовом для регуляторов. Индустрия остается в значительной степени нерегулируемой, что создает высокие риски для розничных инвесторов, которые могут пострадать от мошеннических схем, взломов криптобирж и волатильности криптовалютных курсов. Отсутствие унифицированных стандартов раскрытия информации и требований по управлению рисками также создает предпосылки для недобросовестных практик со стороны участников рынка.

Вопросы налогообложения операций с криптовалютами остаются неразрешенными во многих юрисдикциях. Неопределенность налогового статуса таких активов, нечеткие правила их учета, налогообложение при обмене разных криптовалют – все эти проблемы требуют прояснения для предотвращения уклонения от уплаты налогов и обеспечения равных условий на рынке [5, с. 64].

Неясным остается и нормативный статус криптовалют в большинстве стран. Криптовалюты не являются официальными валютами, эмитируемыми государствами, но и не всегда классифицируются как ценные бумаги. Такая неопределенность создает правовую неопределенность для многих аспектов криптовалютного рынка.

Обеспечение комплаенса и соответствия нормативным требованиям к отмыванию денег (AML) и «знай своего клиента» (KYC) вызывает сложности для криптовалютных компаний в силу децентрализованного характера технологии. Идентификация пользователей, проверка источников средств – все это плохо сочетается с основными принципами работы блокчейн сетей.

Наконец, перед блокчейном и криптовалютами стоит проблема масштабируемости для промышленного применения. Многие существующие блокчейн-сети имеют ограниченную пропускную способность и не могут эффективно справляться с большими объемами транзакций в реальном времени. Это сдерживает их использование в качестве базовой технологии для различных областей, включая финансы, логистику и государственный сектор.

Регуляторы столкнулись с беспрецедентными вызовами, пытаясь найти оптимальный подход для управления рисками в сфере блокчейна и криптовалют без подавления потенциала этих революционных инноваций. Эффективное регулирование должно защищать интересы потребителей и инвесторов, противодействовать незаконной деятельности и финансовой нестабильности, но в то же время стимулировать безопасное внедрение новых технологий.

Текущие подходы к регулированию технологии блокчейн и криптовалютной индустрии отличаются значительным разнообразием в разных странах и юрисдикциях. Перед регуляторами стоит непростая задача создания эффективных норм, которые обеспечат баланс между стимулированием инноваций и защитой от потенциальных рисков. На данный момент, можно выделить следующие основные тенденции в подходах:

На повестке дня многих регуляторов вопрос регулирования криптовалютных бирж, кошельков и других сервис-провайдеров. В целях противодействия отмыванию денег, финансированию терроризма и соблюдения правил комплаенса, такие компании зачастую вынуждены получать специальные лицензии и имплементировать процедуры идентификации клиентов (KYC) и верификации их данных. Подобные требования уже действуют, например, в США, Японии, Сингапуре и ряде других стран. [3, с.316]

Еще одной распространенной практикой стало регулирование первичных биржевых размещений криптовалют или ICO, приравнивая их к выпуску ценных бумаг. Данный подход применяется, к примеру, Комиссией по ценным бумагам и биржам США (SEC) в целях защиты интересов инвесторов. ICO компаний, привлекающие инвестиции, должны соответствовать требованиям к раскрытию информации, подавать регистрационные заявки и т.д.

В некоторых юрисдикциях регуляторы создают специальные «регулятивные песочницы» – контролируемые условия для тестирования инновационных блокчейн и криптовалютных продуктов и услуг. Подобные программы есть в Сингапуре, Швейцарии, Бахрейне и позволяют компаниям экспериментировать в надзорной среде до полного внедрения.

Также активно развивается законодательная база для налогообложения операций с криптоактивами, определения их правового статуса, лицензирования криптобизнеса и других аспектов. Страны вводят различные формы лицензирования компаний, работающих с криптовалютами, устанавливают нормы отчетности, правила учета и налогообложения.

Впрочем, отдельные юрисдикции продолжают занимать весьма жесткую позицию в отношении блокчейн и криптовалютной индустрии. Наиболее ярким примером является Китай, где оборот криптовалют существенно ограничен, а криптобиржам и майнинговым операциям фактически запрещено работать.

В целом на текущий момент регуляторные подходы чрезвычайно неоднородны в разных странах, отражая разные взгляды властей на баланс

между рисками и возможностями инноваций. Однако уже прослеживается тренд на постепенное выстраивание более четкой правовой среды, отвечающей сложному многогранному характеру блокчейн экосистемы. Для создания эффективных международных стандартов координация усилий между различными юрисдикциями критически важна [4, с. 564].

В разных странах и регионах подходы к регулированию блокчейна и криптовалют существенно различаются. Рассмотрим некоторые примеры:

Европейский союз предпринимает шаги по выработке согласованной правовой базы для криптоиндустрии на наднациональном уровне. В 2020 году была предложена инициатива MiCA (Markets in Crypto-Assets) – законодательный пакет для регулирования выпуска и оборота криптоактивов на территории ЕС. Проект MiCA предусматривает требования по лицензированию криптовалютных бирж, кошельков и эмитентов токенов, установлению правил защиты инвесторов, мер противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма. Принятие данного регламента ожидается к 2024 году.

США подходят к регулированию криптовалют фрагментированно через различные ведомства. Комиссия по торговле товарными фьючерсами (CFTC) рассматривает криптовалюты как биржевые товары, Федеральная резервная система изучает возможность выпуска цифрового доллара, а Комиссия по ценным бумагам и биржам (SEC) применяет к некоторым криптоактивам правила для ценных бумаг. При этом отсутствует единая федеральная стратегия. На уровне штатов подходы также сильно разнятся.

Швейцария позиционирует себя в качестве ведущего хаба для криптовалютных и блокчейн-компаний благодаря благоприятной регуляторной среде. В стране приняты законы о блокчейне и криптобизнесе, урегулировавшие вопросы правового статуса криптовалют, цифровых прав, налогообложения и другие аспекты. Также создана специальная лицензионная категория для блокчейн-банков.

Сингапур, стремясь стать ведущим инновационным хабом, выстроил гибкую регулятивную среду для криптоиндустрии. Денежно-кредитное управление Сингапура ввело требования по получению лицензий для криптобирж и других посредников, одновременно запустив специальную регулятивную «песочницу» для тестирования блокчейн-решений в контролируемых условиях.

Япония, напротив, приняла достаточно жесткие законодательные нормы. Здесь действует обязательная процедура лицензирования для всех криптовалютных бирж и строгие требования по выполнению правил комплаенса, верификации клиентов и противодействию отмыванию денег. После целой серии хакерских атак на биржи, Япония усилила надзорные требования в индустрии.

В Китае власти заняли наиболее консервативную позицию, по сути запретив широкое распространение криптовалютных операций. Криптовалютные биржи и майнинговые компании вынуждены были свернуть деятельность. Однако Китай активно развивает государственную цифровую валюту на базе блокчейна.

Регуляторам предстоит решить ряд серьезных вызовов для создания эффективной и сбалансированной нормативно-правовой базы в этой быстро развивающейся области.

Одним из ключевых вызовов является необходимость обеспечить баланс между стимулированием инноваций и минимизацией рисков, связанных с блокчейном и криптоактивами. Чрезмерно жесткое регулирование может задушить новые технологии, в то время как излишняя либеральность чревата системными рисками для финансовой стабильности и защиты потребителей. Требуется гибкий подход, позволяющий экспериментировать с инновациями в контролируемых условиях.

Критически важной задачей является международная координация и выработка согласованных стандартов регулирования криптовалютной индустрии. Разрозненные национальные подходы создают регуляторный арбитраж и неопределенность для глобальных участников рынка. Усилия организаций вроде FATF, ОЭСР и других направлены на согласование правил в разных юрисдикциях [1, с. 107].

Нехватка глубоких научных исследований фундаментальных технических аспектов работы блокчейна, алгоритмов консенсуса, криптографии замедляет процесс выработки обоснованного регулирования. Необходимо налаживать тесное сотрудничество между регуляторами и ведущими академическими институтами.

Еще одним вызовом выступает привлечение отраслевых экспертов и основных участников криптосообщества к открытому диалогу и обсуждению нормативных актов. Это позволит учесть разные перспективы и сформировать наиболее взвешенные подходы с учетом реалий индустрии.

Защита прав и интересов потребителей криптовалютных услуг и продуктов – один из главных приоритетов для регуляторов. Необходимы четкие требования к раскрытию информации, управлению рисками, кибербезопасности и другим аспектам для предотвращения мошенничества и потерь средств инвесторов.

Одной из рекомендованных лучших практик является создание так называемых «регулятивных песочниц» – контролируемых условий для тестирования новых блокчейн и криптовалютных решений под надзором регулятора до их полного внедрения. Это позволит оценивать риски и выработать адекватные нормы регулирования.

В целом, по мере дальнейшего развития отрасли регулирование блокчейна и криптовалют должно стать более гибким, скоординированным на глобальном уровне, опирающимся на академические исследования, открытым к диалогу с индустрией и нацеленным на защиту интересов потребителей. Соблюдение этих принципов позволит максимизировать выгоды от распространения столь инновационных технологий [2, с. 69].

Выводы. Регулирование технологий блокчейна и криптовалютной индустрии на текущий момент характеризуется значительным разнообразием подходов в разных странах и юрисдикциях. Это отражает неопределенность относительно рисков и преимуществ данных инноваций, а также разные взгляды властей на необходимый баланс между стимулированием развития новых технологий и обеспечением безопасности.

Вместе с тем, прослеживается общая тенденция на постепенное формирование более четких правовых норм и требований для участников криптоиндустрии. Широко распространяются практики лицензирования бирж,

кошельков и других поставщиков услуг, вводятся требования по выполнению правил комплаенса, верификации клиентов и т.д. Активно развивается законодательная база по налогообложению криптооперацию, определению правового статуса криптоактивов и другим аспектам.

Однако разнородные подходы на национальном уровне создают регуляторный арбитраж и неопределенность для глобальных игроков рынка. Поэтому международная координация усилий регуляторов критически важна для выработки согласованных стандартов и обеспечения устойчивого развития отрасли.

Ключевыми вызовами для эффективного регулирования блокчейна и криптовалют являются обеспечение баланса между инновациями и рисками, привлечение исследований и экспертизы индустрии, защита интересов потребителей, устранение разрозненности национальных подходов путем международной гармонизации норм.

Для решения этих проблем рекомендуется использовать практику «регулятивных песочниц», открытый диалог с отраслевым сообществом, адресную оценку рисков и выгод новых решений, выстраивание гибкого регулирования на основе современных научных исследований.

Таким образом, по мере дальнейшей эволюции отрасли можно ожидать постепенного перехода от разрозненных национальных подходов к более скоординированному согласованному регулированию на глобальном уровне с акцентом на открытость, гибкость норм и защиту потребителей. Это позволит максимально реализовать широкий инновационный потенциал блокчейна и криптовалют при одновременной минимизации рисков.

Список использованных источников:

1. Бирих Э.В. и др. Исследование вопросов повышения уровня защищенности органов исполнительной власти // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании (АПИНО 2018). – 2018. – С. 107-110.
2. Ковцур М.М. и др. Исследование способов удаленного перехвата трафика в корпоративных сетях // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия. – 2021. – Т. 1. – С. 68-75.
3. Гельфанд А.М. и др. Оценка рисков и угроз безопасности в среде «умный дом» // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании (АПИНО 2020). – 2020. – С. 316-321.
4. Катасонов А.И., Цветков А.Ю. Анализ механизмов разграничения доступа в системах специального назначения // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании (АПИНО 2020). – 2020. – С. 563-568.
5. Шемякин С.Н., Ахметшина М.Э., Катасонов А.И. Поиск функций, обладающих наилучшими характеристиками в классе от 4 переменных // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 1: Естественные и технические науки. – 2020. – № 4. – С. 61-65.

УДК 336

**ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЕ ФИНАНСЫ И ИХ РОЛЬ В СОЗДАНИИ
НОВЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И УСЛУГ**

Марква Тихон Дмитриевич,
Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В данной статье исследуется концепция децентрализованных финансов (DeFi) и ее роль в создании новых финансовых инструментов и услуг на базе технологии блокчейна и смарт-контрактов. Рассматривается текущее состояние индустрии DeFi, анализируются ключевые категории инновационных решений, таких как децентрализованные биржи, кредитование без посредников, синтетические активы и деривативы, стейкинг, стабильные монеты и другие продукты. Исследуются преимущества DeFi по сравнению с традиционными финансами, включая открытость, прозрачность, отсутствие посредников и глобальную доступность услуг. Вместе с тем, выявляются основные риски и проблемы, с которыми сталкивается индустрия DeFi сегодня, включая сложность использования, ограниченную масштабируемость, вопросы безопасности, угрозы мошенничества и отсутствие четкого регулирования. В работе анализируются потенциальные пути решения этих проблем и дальнейшего развития децентрализованных финансов, такие как улучшение юзабилити, внедрение технологий масштабирования, повышение безопасности, установление нормативно-правовых рамок, а также фундаментальные исследования в области консенсусных протоколов, криптографии и смежных областях. В заключении обсуждается трансформационный потенциал DeFi для модернизации традиционной финансовой системы.

Abstract. This article explores the concept of decentralized finance (DeFi) and its role in creating new financial instruments and services based on blockchain technology and smart contracts. The current state of the DeFi industry is considered, key categories of innovative solutions are analyzed, such as decentralized exchanges, lending without intermediaries, synthetic assets and derivatives, staking, stable coins and other products. The advantages of DeFi over traditional finance are explored, including openness, transparency, lack of intermediaries and global accessibility of services. At the same time, the main risks and challenges facing the DeFi industry today are identified, including the complexity of use, limited scalability, security issues, fraud threats and lack of clear regulation. The paper analyzes potential ways to solve these problems and further develop decentralized finance, such as improving usability, implementing scaling technologies, improving security, establishing regulatory frameworks, as well as fundamental research in the field of consensus protocols, cryptography and related fields. In conclusion, the transformational potential of DeFi for the modernization of the traditional financial system is discussed.

Ключевые слова: децентрализованные финансы, DeFi, блокчейн, смарт-контракты, финансовые инновации, криптовалюты, децентрализованные биржи, кредитование, синтетические активы, масштабируемость, безопасность, регулирование.

Key words: decentralized finance, DeFi, blockchain, smart contracts, financial innovations, cryptocurrencies, decentralized exchanges, lending, synthetic assets, scalability, security, regulation.

Введение. Актуальность. В последние годы на волне стремительного развития технологии блокчейна и криптовалют зародилось новое перспективное направление – децентрализованные финансы (DeFi). DeFi представляет собой экосистему финансовых приложений и сервисов, построенных на базе открытых, децентрализованных и прозрачных блокчейн-протоколов. В основе DeFi лежат смарт-контракты – автоматизированные алгоритмы, которые обеспечивают выполнение финансовых операций без участия традиционных посредников, таких как банки, брокеры или биржи.

Основная часть. Концепция DeFi базируется на ключевых принципах блокчейна – децентрализации, неизменности данных и отсутствии единого центра управления. Все финансовые операции, от кредитования до торговли деривативами, могут осуществляться напрямую между участниками в одноранговой сети на основе заранее определенных условий и правил, заложенных в смарт-контракты. Это открывает путь к созданию принципиально новых финансовых инструментов и моделей за пределами традиционных централизованных систем.

Одним из основных преимуществ DeFi является открытый и прозрачный характер децентрализованных протоколов. Код смарт-контрактов полностью открыт для аудита, а все транзакции записываются в распределенный реестр блокчейна, обеспечивая подотчетность и устраняя потребность в доверенной третьей стороне. Кроме того, децентрализованные финансовые сервисы доступны любому участнику из любой точки мира без географических или иных ограничений.

Растущее принятие DeFi объясняется потенциалом этой инновационной концепции оптимизировать, демократизировать и расширить доступ к широкому спектру финансовых услуг. DeFi открывает новые возможности для моделирования и создания таких финансовых инструментов, как кредитование без посредников, децентрализованные биржи, синтетические деривативы, алгоритмические стабильные монеты и многих других.

В данной статье мы рассмотрим текущее состояние и тенденции развития рынка децентрализованных финансов. Мы проанализируем ключевые инновационные продукты и услуги, создаваемые в рамках DeFi-экосистемы, оценим их преимущества и недостатки по сравнению с традиционными финансовыми инструментами. Также будут рассмотрены основные риски и проблемы, с которыми сталкивается индустрия DeFi сегодня, и возможные пути их решения. В целом, данная работа призвана дать всестороннее представление о текущем состоянии и перспективах развития децентрализованных финансов и их роли в потенциальной трансформации финансового сектора.

За последние несколько лет рынок децентрализованных финансов (DeFi) продемонстрировал экспоненциальный рост и привлек значительное внимание как криптосообщества, так и традиционных финансовых кругов. Хотя DeFi все еще находится на относительно ранней стадии развития, статистика красноречиво свидетельствует о быстро растущей капитализации и принятии этого нового класса финансовых приложений.

По данным аналитической платформы DeFi Pulse, на пике в конце 2021 года общая стоимость криптоактивов, заблокированных в различных DeFi-протоколах, достигла впечатляющих 180 миллиардов долларов. Несмотря на последующую коррекцию рынка, эта цифра остается значительной и в настоящее время составляет около 50 миллиардов долларов, что само по себе является показательным достижением для такой молодой индустрии.

Значительная часть капитализации DeFi-рынка сосредоточена в ведущих протоколах и платформах. Среди наиболее крупных проектов можно выделить протокол кредитования Aave с заблокированной стоимостью активов около 7 миллиардов долларов, протокол Maker для выпуска стабильной монеты DAI (6,5 млрд долларов), платформу Compound для кредитования и займов (4,5 млрд долларов), а также протоколы Curve, Lido, Uniswap и другие лидеры отрасли.

Децентрализованные финансы охватывают весьма широкий спектр продуктов и услуг, каждый из которых стремится воспроизвести и оптимизировать определенный аспект традиционного финансового мира. К основным категориям DeFi-решений относятся:

- кредитование и займы на блокчейне (протоколы Aave, Compound, Maker и др.);
- децентрализованные криптобиржи (Uniswap, Curve, SushiSwap и т.д.);
- синтетические активы, индексы и деривативы (Synthetix, UMA, DYdX);
- стейкинг и доходные фермы (Lido, Yearn, Curve и др.);
- стабильные монеты и платежные системы (DAI, USDC, DeFi-ZKSYNC и др.);
- страховые продукты и хеджирование рисков (Nexus Mutual, InsurAce);
- децентрализованные автономные организации (DAO).

Помимо растущей капитализации, важной метрикой становится фактическое использование DeFi-протоколов. Например, в марте 2022 года торговый объем только на децентрализованной бирже Uniswap превысил 50 миллиардов долларов. Совокупный торговый оборот всех DEX составил около 120 миллиардов долларов за тот же месяц.

В целом, несмотря на недавнее падение крипторынков, индустрия DeFi продолжает демонстрировать устойчивый рост и привлекать как финансовые ресурсы, так и интерес со стороны разработчиков, инвесторов и пользователей. Оставаясь молодой и высокоперспективной отраслью, DeFi раскрывает огромный потенциал финансовых инноваций и развивается стремительными темпами.

Несмотря на огромный потенциал и перспективы развития, индустрия децентрализованных финансов (DeFi) в настоящее время сталкивается с рядом серьезных рисков и проблем, ограничивающих ее массовое внедрение. Одной из

ключевых проблем является сложность интерфейсов и низкая удобство использования многих децентрализованных приложений. Их пользовательские интерфейсы часто имеют высокий порог входа для новичков, требуя технических знаний для взаимодействия со смарт-контрактами, управления криптокошельками и прочими DeFi-инструментами. Это создает существенные препятствия для массового принятия решений в области децентрализованных финансов.

Другой серьезной проблемой является ограниченная масштабируемость большинства базовых блокчейн-сетей, таких как Ethereum, на которых построены DeFi-приложения. Невысокая пропускная способность и высокие комиссии за транзакции сдерживают развитие децентрализованных финансовых продуктов, требующих высокой производительности от underlying инфраструктуры. Риски безопасности и сохранности средств также представляют собой один из ключевых вызовов для DeFi. Смарт-контракты, будучи относительно новой технологией, уязвимы к ошибкам в коде и потенциальным багам, которые могут приводить к потере средств пользователей. Кроме того, децентрализованные приложения подвержены различным кибератакам и эксплоитам протоколов [5, с. 563].

В условиях пока еще слабого регулирования в сфере DeFi существуют серьезные риски мошенничества и недобросовестных проектов, использующих анонимность для манипуляций рынком, финансовых пирамид и отмывания денег через децентрализованные протоколы. С этим тесно связана проблема отсутствия правовой определенности и четких нормативных рамок для индустрии DeFi в разных юрисдикциях, что создает риски для институциональных игроков и ограничивает интеграцию с традиционными финансами.

Высокая волатильность крипторынков и подверженность DeFi-инструментов ценовым колебаниям криптовалют также представляет собой источник рисков, негативно влияющих на стабильность децентрализованных финансовых протоколов. Наконец, по мере развития DeFi-экосистемы и роста взаимодействия между различными протоколами возрастает так называемая композиционная сложность, которая может приводить к повышению системных рисков и затруднять аудит безопасности [4, с. 63].

Для преодоления этих рисков и проблем требуются комплексные усилия со стороны индустрии DeFi, направленные на улучшение удобства использования приложений, решение вопросов масштабируемости, повышение безопасности и формальной верификации кода, выработку правовых норм и стандартов, а также проведение фундаментальных исследований в области лежащих в основе DeFi технологий. Только таким образом возможно будет раскрыть полный инновационный потенциал децентрализованных финансов [2, с. 571].

Для обеспечения дальнейшего роста и широкого принятия децентрализованных финансов необходимо преодолеть ряд существующих проблем и ограничений. Одним из ключевых направлений является улучшение юзабилити DeFi-приложений и их интеграция с традиционными финансовыми инструментами и сервисами. Децентрализованные протоколы зачастую имеют

сложные интерфейсы, высокий порог входа и требуют технических знаний для взаимодействия со смарт-контрактами и управления крипто-кошельками. Создание более интуитивно понятных и дружелюбных пользовательских интерфейсов, а также бесшовной интеграции DeFi с привычными финансовыми инструментами может значительно расширить аудиторию и ускорить массовое внедрение.

Не менее важной задачей является разработка решений по масштабированию и повышению производительности блокчейн-сетей, лежащих в основе DeFi-приложений. Ограниченная пропускная способность и высокие комиссии на существующих блокчейнах, таких как Ethereum, сдерживают развитие DeFi-продуктов с высокими требованиями к скорости транзакций. Перспективными направлениями являются технологии шардинга, каналов состояния, оптимистических и ZK-роллапов и другие подходы к оптимизации нагрузки на базовую блокчейн-сеть при сохранении децентрализации и безопасности. Масштабируемость систем имеет решающее значение для дальнейшего развертывания DeFi-приложений в финансовой сфере [3, с. 2].

Критически важным аспектом успеха децентрализованных финансов является обеспечение безопасности финансовых активов и защиты от кибератак и эксплойтов протоколов. Требуются постоянные усовершенствования в сфере аудита и формальной верификации кода смарт-контрактов, разработка новых криптографических протоколов и инструментов. Также необходимо внедрять более надежные механизмы резервного копирования, восстановления средств и борьбы с мошенничеством. Повышение киберустойчивости DeFi-экосистемы является залогом доверия и широкого использования децентрализованных финансовых сервисов.

Ключевой проблемой, ограничивающей интеграцию DeFi с традиционными финансами, остается отсутствие четких правовых рамок и регулирования для этой отрасли. Важно выработать нормативные требования, которые защищали бы права пользователей и инвесторов, обеспечивали соблюдение правил по борьбе с отмыванием денег и прочих стандартов, но при этом не подавляли бы инновации в DeFi-секторе. Налаживание диалога индустрии с регуляторами и поиск компромиссных решений будет способствовать здоровому развитию DeFi и его интеграции с традиционной финансовой системой. Кроме того, важна определенная степень стандартизации протоколов для обеспечения совместимости [1, с. 73].

Наконец, для реализации полного потенциала DeFi жизненно необходимы фундаментальные научные исследования и технические разработки в таких областях, как теория консенсусных протоколов, криптография с доказательствами с нулевым разглашением, формальная верификация и других фундаментальных основах этих систем. Только совместными усилиями ученых разных дисциплин, криптографов, разработчиков блокчейнов и финансовых экспертов станет возможным продвижение DeFi и раскрытие его трансформационных возможностей для всей мировой финансовой сферы. Преодоление технических, правовых и организационных проблем откроет путь к широкому созданию инновационных финансовых продуктов и услуг на базе прозрачных децентрализованных протоколов.

Выводы. Децентрализованные финансы (DeFi) представляют собой экосистему финансовых приложений, построенных на базе открытых блокчейн-протоколов и смарт-контрактов, работающих на принципах децентрализации и прозрачности. DeFi открывает путь к созданию финансовых инструментов нового поколения, лишенных ограничений традиционных централизованных систем. В статье рассмотрены ключевые решения индустрии DeFi, включая децентрализованные биржи, протоколы кредитования без посредников, синтетические активы, деривативы и новые экономические модели. Преимущества DeFi – открытость кода, отсутствие доверенных третьих сторон, глобальная доступность услуг, прозрачность. Однако имеются проблемы: ограниченная масштабируемость, вопросы безопасности, сложность использования, риски мошенничества, отсутствие правового регулирования. Для развития DeFi необходимо улучшить удобство использования, внедрить решения для масштабирования блокчейнов, повысить кибербезопасность и формальную верификацию кода, установить нормативно-правовые рамки, вести фундаментальные исследования. Несмотря на сложности, DeFi обладает потенциалом модернизации финансовой системы, уже наблюдается стремительный рост рынка. В будущем ожидается появление новых DeFi-решений, которые не только воспроизведут, но и усовершенствуют традиционные финансовые сервисы. Синергия децентрализованных технологий и классических инструментов создаст инновационные возможности во многих областях финансов. DeFi имеет междисциплинарный характер, требующий объединения достижений разных сфер.

Список использованных источников:

1. Пестов И.Е. Методика разработки управляющего воздействия на инстансы облачной инфраструктуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 1: Естественные и технические науки. – 2020. – № 4.
2. Суворов А.М., Цветков А.Ю. Исследование атак типа переполнение буфера в 64-х разрядных unix подобных операционных системах // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании (АПИНО 2018). – 2018.
3. Кирилова К.С. и др. Проблема обезвреживания руткитов уровня ядра в системах специального назначения // I-methods. – 2020. – Т. 12. – №. 3.
4. Штеренберг С.И. Компьютерные вирусы / С.И. Штеренберг, А.В. Красов, А.Ю. Цветков. Том Часть 1. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, 2015. – EDN CMMEML.
5. Катасонов А.И., Цветков А.Ю. Анализ механизмов разграничения доступа в системах специального назначения // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании (АПИНО 2020). – 2020.

УДК 338.2:004

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЦИФРОВОГО ГОСУДАРСТВА*Химченко Клим Львович,**Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва*

Аннотация. Тенденция цифровизации на сегодняшний день все больше охватывает все сферы общественной жизни. В наше время протекает стремительное развитие информационных технологий и, как следствие, общественных отношений в информационном пространстве. В связи с возникновением такой сферы жизнедеятельности общества появляются новые правоотношения. Следовательно, образуются и новые субъекты права, участвующие в данных правоотношениях. Последнее десятилетие общественные отношения выходят на новый уровень – цифровой. Достаточно активно трансформируются государственные, политические, социальные и экономические институты. Цифровизация охватывает и сферу права. Изменения касаются форм, механизмов и действия права. Перед государством стоит нелегкая задача – реорганизовать все государственно-правовые институты под новые реалии. Процесс цифровизации – это не сформированный результат, который необходимо отрегулировать нормативно, а непрерывающийся процесс объективной реальности. В связи с этим государству придется подстраиваться под все новые тенденции цифровой реальности.

Ключевые слова: цифровизация, государство, экономика, право, технологии.

Abstract. The trend of digitalization today increasingly covers all spheres of public life. Nowadays, there is a rapid development of information technologies and, as a result, public relations in the information space. In connection with the emergence of such a sphere of social activity, new legal relations are emerging. Consequently, new legal entities involved in these legal relations are also being formed. Over the past decade, public relations have reached a new level – digital. State, political, social and economic institutions are being actively transformed. Digitalization also covers the field of law. The changes relate to the forms, mechanisms and operation of law. The state faces a difficult task – to reorganize all state legal institutions to meet new realities. The process of digitalization is not a formed result that needs to be regulated normatively, but an ongoing process of objective reality. In this regard, the state will have to adapt to all new trends in digital reality.

Key words: digitalization, state, economy, law, technology.

Введение. Что же следует понимать под цифровым государством в современной реальности? В юриспруденции достаточно много мнений относительно понятия «цифровое государство». Так, Э.А. Золаев считает, что

«цифровое государство – это информационно-технологическая организация политико-правового взаимодействия граждан и органов публичной власти» [2].

Актуальность. В данном контексте следует отметить, что цифровое государство – это платформа для правоотношений не только граждан, общественных и коммерческих организаций и органов публичной власти, но и органов власти между собой. Представляется, что «внутреннее» взаимодействие в рамках информационного пространства органов публичной власти между собой – это одно из главных направлений в цифровом государстве (например, межведомственное электронное взаимодействие).

Основная часть. Концепция «Умный город» представляет интеграцию традиционных коммуникационных технологий в цифровую платформу для управления городским имуществом и сервисами с целью улучшения качества жизни горожан путем повышения качества их обслуживания. Например, интеллектуальное видеонаблюдение, которое не просто фиксирует и сохраняет материал на серверах, а обладает функцией распознавания лиц, номеров, может помочь правоохранительным органам в рамках оперативно-розыскной деятельности.

Таковыми технологиями, как правило, оснащены центральные места городов и районов. Другим примером может служить «умное освещение» в рамках проекта «Умный город», которое используется через датчики и системы управления, чтобы регулировать освещение в режиме реального времени. Датчики могут обнаруживать наличие движения, уровень освещенности и другие параметры, что позволяет оптимизировать использование света и снизить энергопотребление. Такая система может сократить потребление электроэнергии практически вдвое. Помимо этого, существуют следующие концепции: «цифровое правосудие»; «цифровые избирательные технологии»; «цифровой общественный мониторинг над государственным и муниципальным управлением». Думается, что все эти концепции претерпевают определенные организационнотехнологические изменения в связи с развитием как самих общественных отношений в той или иной области, так и с модернизацией цифровых технологий.

Политический режим может измениться, например, вследствие достаточной прозрачности государственно-правовых институтов. Или, наоборот, вследствие установления механизма постоянного контроля, режим может авторитаризироваться. Речь идет о реализации информационной функции государства. Например, обжалование действий и решений органов государственной власти и их должностных лиц через электронные государственные системы.

Определенная демократизация политического режима прослеживается при применении электронного голосования. Дистанционное электронное голосование представляет из себя онлайн голосование. Оно дает возможность избирателю реализовать свое активное избирательное право без посещения избирательного участка. Например, на выборах Президента Российской Федерации 2024 года дистанционное электронное голосование предусмотрено в

29 регионах. Бесспорно, что дистанционное электронное голосование позволяет повысить общую явку на выборах и вовлечь наибольшее количество избирателей в процесс.

Подводя итог различным точкам зрения относительно определения «цифровое государство», отметим, что интересный подход прослеживается в западных концептах. Например, «Digital State» и «Electronic Governments» (E-Governments) – данные определения четко показывают различие между государством в широком смысле – Digital State и государством в узком смысле E-Governments, как электронное правительство. «Digital State» в переводе на русский язык означает цифровое государство, осуществляющее управление при помощи цифровых инструментов и технологий, в котором прослеживаются взаимоотношения между государством и гражданами («government to employee»); государством и бизнесом («government to business»); между государственными органами – «government to government»). Во втором случае за основу взят английский вариант «Electronic Governments».

При этом термин «governments» переводится как управление, руководство, регулирование; государственная власть; политический строй; форма правления; правительство. Таким образом, термин E-Governments (электронное правительство) более узкий, чем цифровое государство, предполагающий цифровизацию всего государственного аппарата, а также создание взаимодействия между ними.

Некоторые авторы выделяют термин «правительство онлайн» (government on-line) [9]. Данный термин на первый взгляд схож с термином «электронное правительство». Однако «правительство онлайн» – это по сути сайты государственных структур, которые содержат лишь общую информацию о работе данного органа власти. Некоторые сайты дают возможность гражданам и юридическим лицам провести некоторые операции, например, проверку и оплату налоговой задолженности.

Проанализировав представленные точки зрения, говорить о единстве взглядов на понятие «цифровое государство» в настоящее время не приходится. Сложность для формирования определения «цифровое государство» вносит активное формирование его институтов и структурных элементов ежедневно в современных реалиях. Говоря о понятии «государство», в современной теории государства и права сложились два подхода: широкий и узкий. При широком подходе под государством понимают определенным образом организованное общество, при узком подходе – определенную политическую организацию [10].

В самом общем виде цифровизация – это внедрение современных информационных технологий в аппарат публичной власти, применение органами государственной и муниципальной власти цифровых инструментов. Представляется, для того, чтобы раскрыть понятие «цифровое государство», необходимо начать с определения его признаков. В данной статье мы будем различать признаки цифрового государства в широком смысле и признаки цифрового государства в узком смысле.

В теоретическом понимании цифровое государство также не безгранично и в идеале должно иметь четко определенную территорию, совпадающую с границами государства. Но, как верно отметила Шахновская И. В., границы цифрового государства имеют «размытый характер» [12]. Цифровое государство представляет собой политический союз. В данном случае речь идет о том, что члены такого государства находятся между собой в определенных политических взаимоотношениях, чаще всего разделяясь на определенные группы, классы и т.д.

Информационное государство – это организация, которая представляет и осуществляет публичную власть в лице соответствующих органов государственной власти при помощи цифровых инструментов и технологий. Так, например, Федеральная налоговая служба Российской Федерации планомерно ведёт работу по интеграции пилотных проектов по работе в автоматизированных информационных системах; по организации услуги предоставления отчетности через Интернет. Цифровое государство должно иметь свои ярко выраженные границы. В данном контексте это приобретает огромное значение в связи с обеспечением информационной безопасности.

В этой связи важно отметить необходимость принятия соответствующей декларации и заключения международных договоров. Данный вопрос крайне актуален в современном мире. Помимо этого, встает вопрос и о закреплении в Конституции Российской Федерации определения «информационный суверенитет», а также провозглашение информационной безопасности других государств.

Эта организация, осуществляющая публичную власть в целях создания и поддержания в обществе определенного правопорядка. Главной целью любого государства является обеспечение в обществе комфортного существования его граждан. Разработка, внедрение, апробация и функционирование всех государственных информационных систем Российской Федерации (Портал государственных и муниципальных услуг, Электронные сервисы Федеральной налоговой службы) в первую очередь направлены на автоматизацию работы органов публичной власти. И, как следствие, исполнение государственных и муниципальных услуг быстрее и качественнее для членов общества.

Высшее образование, государственное управление, правоохранительная деятельность и судебная система – это основные сферы юридической деятельности, в которых цифровизация оказывает наибольшее воздействие в настоящее время. В этой связи и право, как один из видов регуляторов общественных отношений, развивается по-новому. В свете активного развития общественных отношений институтов цифрового государства важно уметь подстроиться и составить свой вектор развития, который будет удачным именно для нашей страны. Данная тенденция преследует весь развивающийся и цивилизованный мир.

Список использованных источников:

1. Арнаутков Д., Белая О.В., Вехов В.Б. и др. Цифровая экономика. Проблемы правового регулирования: монография / Ответственные редакторы В.В. Зайцев, О.А. Серова. – М.: Кнорус, 2019. – 120 с.
2. Золаев Э.А. Цифровое государство как новый этап развития общества // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 5. – С. 1583-1594.
3. Шахновская И.В. Понятие и признаки цифрового государства // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2022. – № 6. – С. 135.
4. Понкин И.В. Концепт цифрового государства: понятие, природа, структура и онтология // Государственная служба. – 2021. – Т. 23, № 5 (133). – С. 47-52.
5. Осипов В.С. Дорога из желтого кирпича к цифровому государству // Цифровое право. – 2020. – № 1(2). – С. 28.
6. Баранов Д.Н. Сущность и содержание категории «цифровая экономика» // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Сер. 1. Экономика и управление. – 2018. – № 2 (25). – С. 16.
7. Арзамасов Ю.Г., Арзамасов В.Ю. Цифровое государство: понятие, основные направления деятельности // Вестник Гуманитарного университета. – 2023. – № 4 (43). – С. 33.
8. Азизов Р.Ф. Электронное правительство как элемент электронного государства: теоретико-правовой аспект // Труды XIV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». – СПб., 2011. – С. 153.
9. Пьянов Н.А. Консультации по теории государства и права: учеб. пособие. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – С. 50.
10. Сухов Е.И. Информационное общество как новое общество // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 7. – С. 101.
11. Шахновская И.В. Понятие и признаки цифрового государства // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2022. – № 6. – С. 135.
12. Пьянов Н.А. Консультации по теории государства и права: учеб. пособие. Изд. 3-е, перераб. и доп. Иркутск. – Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – С. 51.
13. Шахновская И.В. Понятие и признаки цифрового государства // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2022. – № 6. – С. 135.

УДК 338.242.2

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ОСНОВЕ МЕТОДИКИ В. КРОМОНОВА

*Биткина Ирина Константиновна, Герасимова Татьяна Алексеевна,
Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Волгоград*

Аннотация. В данной статье рассматривается финансовая устойчивость коммерческих банков на основе методики В. Кромонова. Объектом исследования являются региональный банк Центр-инвест и федеральный банк Альфа-Банк. Периодом для исследования является 2020-2022 год. В результате данного анализа финансовая устойчивость коммерческих банков была оценена как низкая, поскольку большинство используемых в расчете показателей не достигают идеальных значений в рамках данной методики. Также в результате анализа были определены слабые места в деятельности рассмотренных коммерческих банков. В частности, было определено, что выбранные коммерческие банки имеют недостаточные объемы привлеченных средств клиентов и собственных средств, а также малое количество вложений в недвижимость и оборудование.

Abstract. This article examines the financial stability of commercial banks based on V. Kromonov's methodology. The object of the study is the regional bank Center-invest and the federal bank Alfa-Bank. The period for the study is 2020-2022. As a result of this analysis, the financial stability of commercial banks was assessed as low, since most of the indicators used in the calculation do not reach ideal values within the framework of this methodology. Also, as a result of the analysis, weaknesses in the activities of the commercial banks under consideration were identified. In particular, it was determined that the selected commercial banks have insufficient amounts of attracted customer funds and their own funds, as well as a small number of investments in real estate and equipment.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, коммерческий банк, В. Кромонов, показатель надежности.

Key words: financial stability, commercial bank, V. Kromonov, reliability indicator.

Введение. Актуальность. На современном этапе развития именно банковский сектор оказывает ключевое влияние на деятельность экономической системы в целом и отдельных хозяйствующих субъектов. В связи с этим следует особое внимание уделять устойчивости коммерческих банков. Этим обусловлена актуальность проводимого исследования.

Основная часть. В банковском секторе на 1 августа 2024 года существует 318 действующих банков [6], что свидетельствует о существенной конкуренции в данном сегменте, однако потребители при выборе банка в основном ориентируются на предлагаемые условия, а также маркетинговый ход, осуществляемый банком, не ориентируясь на другие экономические показатели

банка. Сам коммерческий банк определяет свое положение на основе внутренних методик и рекомендаций Центрального банка, которые могут не учитывать некоторые показатели, необходимые для полноценного анализа стабильности. В связи с этим в статье будет рассмотрена методика Кромонава, которая подойдет для анализа со стороны клиентов банка, поскольку в ней присутствуют показатели, находящиеся в открытом доступе и не требующие сложных расчетов, а также со стороны коммерческого банка за счет уникальных показателей, в том числе защищенного капитала и работающих активов, которые не участвуют в других общепринятых методик.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что ее теоретические положения и выводы могут быть полезны для дальнейшего исследования финансовой устойчивости коммерческих банков

Практическая значимость исследования проявляется в том, что проведенный анализ может быть использован клиентами при выборе банка, а также самим коммерческим банком для выявления слабых сторон.

Многие исследователи изучали финансовую устойчивость, в том числе рассматривали методику В. Кромонава. Среди них Бобыль В., Гусев А.Е., Горский М.А., однако в данных работах в анализе не учитывалась тенденции банковского сектора. Одной из проблем в банковском секторе является возрастающая конкуренция федеральных банков на региональных рынках банковских услуг.

В связи с сокращением количества региональных коммерческих банков и большей их подверженности риску отзыва лицензии при их существенном положительном влиянии на функционирование региона[5] работа будет построена на сравнении финансовой устойчивости регионального банка Центр-инвест и федерального банка Альфа-Банк.

Одной из распространенных методик для анализа финансовой устойчивости является методика В. Кромонава.

Она построена на расчёте формулы надёжности (1), которая включает в себя 6 показателей, и имеет следующий вид [1]:

$$N = 45 * K1 + 20 * K2 + 10/3 * K3 + 15 * K4 + 5 * K5 + 5 / 3 * K6 \quad (1)$$

где

N – степень надёжности банка;

K1 – генеральный коэффициент надёжности;

K2 – коэффициент мгновенной ликвидности;

K3 – кросс-коэффициент;

K4 – генеральный коэффициент ликвидности;

K5 – коэффициент защищённости капитала;

K6 – коэффициент капитализации прибыли.

Генеральный коэффициент надёжности рассчитывается как отношение капитала к рисковому активам. Он показывает, в какой степени рискованные вложения банка в работающие активы защищены его собственным капиталом, которым будут погашаться возможные убытки.

Коэффициент мгновенной ликвидности равен отношению ликвидных активов к сумме обязательств до востребования и показывает, в какой мере клиенты могут претендовать на получение процентов по остаткам на расчетных и текущих счетах, а также, в какой мере их платёжные поручения обеспечены возможностью банка быстро совершать платёжные операции.

Кросс-коэффициент показывает, какую степень риска допускает банк при использовании привлечённых средств и рассчитывается как отношение общей суммы обязательств к работающим активам.

Генеральный коэффициент ликвидности представляет собой сумму ликвидных активов и защищённого капитала, делённую на величину всех обязательств. Данный показатель характеризует способность банка при невозврате выданных займов удовлетворить требования кредиторов в предельно разумный срок, необходимый его руководству для принятия решения и завершения операций по продаже имущества и ценностей, принадлежащих банку.

Коэффициент защищённости капитала равен отношению защищённого капитала к собственному и показывает, в какой мере банк учитывает инфляцию и какую долю своих активов вкладывает в недвижимость, ценности и оборудование.

Коэффициент капитализации прибыли представляет собой отношение собственного капитала к уставному фонду и характеризует способность банка наращивать собственный капитал за счёт заработанной прибыли, а не за счёт проведения дополнительных эмиссий акций.

Показатель надёжности N является основным анализируемым показателем в данной методике. Он характеризует степень безопасности данного коммерческого банка для вкладчиков. Пороговое значение этого показателя, ниже которого анализируемый банк считается финансово неустойчивым, приравнивается к 50. Максимальным его значением, равным 100, обладают «идеальные» банки. [2] При этом банк имеет высокий уровень финансовой устойчивости, когда рассмотренные коэффициенты приравниваются к следующим значениям: $K1=1$, $K2=1$, $K3=3$, $K4=1$, $K5=1$, $K6=3$ [1]

Данная методика достаточно широко используется в российской практике оценки финансовой устойчивости банков. Её достоинствами являются открытость, достоверность, логическая структурированность, а также возможность практического применения без использования сложных программных продуктов.

Значения используемых коэффициентов для Альфа-Банка приведены в таблице 1.

Из данной таблицы можно сделать вывод, что на протяжении рассматриваемого периода деятельность Альфа-Банка характеризуется неустойчивым положением.

За 2020-2021 годы показатель надёжности N у Альфа-Банка увеличивался, однако данный показатель остается меньше порогового значения (50), ниже которого банк считается финансово неустойчивым. В 2022 году этот показатель снизился. Меньше всего к идеальным значениям приближены следующие

показатели: генеральный коэффициент надежности, кросс-коэффициент, генеральный коэффициент ликвидности, а также коэффициент защищенности капитала.

Таблица 1

Анализ финансовой устойчивости Альфа-Банка на основе методики Кромонава за 2020-2022 год

Коэффициент	2020	2021	2022	Идеальное значение
генеральный коэффициент надёжности	0,14	0,15	0,19	1
коэффициент мгновенной ликвидности	0,33	0,29	0,09	1
кросс-коэффициент	0,92	0,96	0,73	3
генеральный коэффициент ликвидности	0,12	0,11	0,04	1
коэффициент защищённости капитала	0,1	0,09	0,01	1
коэффициент капитализации прибыли	9,51	12,76	9,5	3
степень надёжности банка	34,12	39,12	29,27	100,00
Составлено на основе данных сайта «Анализ банков» [4].				

Рассмотрим аналогичные показатели для Центр-инвест.

Таблица 2

Анализ финансовой устойчивости Центр-инвест на основе методики Кромонава за 2020-2022 год

Коэффициент	2020	2021	2022	Идеальное значение
генеральный коэффициент надёжности	0,14	0,13	0,2	1
коэффициент мгновенной ликвидности	0,42	0,37	0,29	1
кросс-коэффициент	0,96	0,94	0,86	3
генеральный коэффициент ликвидности	0,15	0,13	0,06	1
коэффициент защищённости капитала	0,3	0,19	0,03	1
коэффициент капитализации прибыли	17,87	18,04	18,49	3
степень надёжности банка	51,43	49,35	49,53	100,00
Составлено на основе данных сайта «Анализ банков» [4].				

Степень надежности банка Центр-инвест выше чем у Альфа-Банка и приближен к пороговому значению, а в 2020 году данный показатель превысил отметку 50. При этом все показатели, за исключением генерального

коэффициента надежности, также выше по сравнению с Альфа-Банком. Несмотря на это, также наблюдаются коэффициенты, значительно отличающиеся от идеальных значений. Данные коэффициенты у двух рассматриваемых банков одинаковы.

Низкое значение генерального коэффициента надежности показывает, что у банка вложения в работающие активы, не обеспечены собственным капиталом, а значит, банк не сможет покрыть возможные убытки [3].

Низкий уровень кросс-коэффициента может объясняться тем, что у банков больше работающих активов, чем привлеченных средств. Из этого можно предположить, что в банках происходит недостаточное привлечение средств, клиенты не вносят свои сбережения в банк.

Низкое значение генерального коэффициента ликвидности означает, что у банков больше обязательств по сравнению с объемом ликвидных активов и защищенного капитала. Это свидетельствует о том, что если средства с выданных займов не будут возвращены, то банк не сможет вовремя удовлетворить требования кредиторов. С данным коэффициентом связан следующий показатель [3].

Низкий уровень коэффициента защищенности капитала показывает, что банк не учитывает такой фактор как инфляцию, недостаточный объем активов вкладывает в ценности, недвижимость и оборудование, а значит, активы коммерческого банка могут обесцениться.

При анализе таблиц можно также заметить, что у двух рассматриваемых банков один коэффициент существенно превышает идеальный минимум – это коэффициент капитализации прибыли, что свидетельствует о способности банков наращивать собственный капитал за счет заработанной прибыли.

Выводы. Таким образом, проведя анализ финансовой устойчивости коммерческих банков согласно методике В. Кромонава, можно сделать вывод, что финансовая устойчивость регионального банка выше чем у крупного федерального банка. Однако, у двух рассматриваемых банков уровень финансовой устойчивости не достигает идеального значения, в связи с чем коммерческим банкам необходимо нарастить объемы привлеченных средств клиентов и собственных средств, а также производить больше вложений в недвижимость и оборудование.

Список использованных источников:

1. Бобыль В. Методика применения показателей системы риск-менеджмента // Банковский вестник. – 2014. – № 6 (611). – С. 16.
2. Гусев А.Е. Анализ эффективности методики Кромонава для оценки финансовой устойчивости банка // Теория и практика современной науки. – 2017. – № 5 (23).
3. Методики оценки и рейтингования коммерческих банков по уровню надежности / М. А. Горский, Р. Р. Зарипов, Е. М. Решульская, А. Д. Рудаков // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 7-1. – С. 84-95.
4. Сайт «Анализ банков» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analizbankov.ru/>
5. Сайт агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/>

УДК 339.137.2

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА**

Тимошин Александр Антонович,
Третьяков Константин Александрович,
Уральский государственный экономический
университет, г. Екатеринбург

Аннотация. В данной статье рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности производства. Проведен анализ конкурентоспособности производства промышленной отрасли. Отмечено, что управление конкурентоспособностью товара является одним из ключевых элементов такой стратегии. Сделан вывод что в условиях современной экономики, где конкуренция становится все более жесткой, предприятиям необходимо разрабатывать стратегии, позволяющие им успешно конкурировать на рынке. Современный мир бизнеса меняется в связи с развитием новых технологий, вследствие чего повышение качества и конкурентоспособности товаров и услуг стало как никогда актуально. Он повышает уровень конкуренции для развития предприятий в современных условиях и для этого ему необходимо приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям окружающей среды.

Abstract. This article discusses the theoretical foundations of the competitiveness of production. The analysis of the competitiveness of industrial production is carried out. It is noted that product competitiveness management is one of the key elements of such a strategy. It is concluded that in the conditions of the modern economy, where competition is becoming increasingly fierce, enterprises need to develop strategies that allow them to successfully compete in the market. The modern business world is changing due to the development of new technologies, as a result of which improving the quality and competitiveness of goods and services has become more relevant than ever. It increases the level of competition for the development of enterprises in modern conditions and for this it needs to adapt to constantly changing environmental conditions.

Ключевые слова: экономика, промышленность, конкурентоспособность деятельности организации.

Key words: economy, industry, competitiveness of the organization's activities.

Введение. Актуальность. В настоящее время существует множество подходов к управлению конкурентоспособностью товаров, однако многие из них требуют дополнительной адаптации к конкретным условиям рынка и потребностям потребителей. Поэтому проведение дополнительных исследований в этой области может привести к разработке новых методов и инструментов управления конкурентоспособностью товаров, которые будут более эффективными и применимыми на практике [1].

Основная часть. Майкл Портер, Филип Котлер, Дэвид Аакер, Р. А. Фатхутдинов, И. М. Лифиц по-разному трактуют понятие конкурентоспособности товара, обобщая все определения можно сформулировать свой термин. Конкурентоспособность товара – это комплексное свойство, определяемое качеством продукта, его потребительской ценностью, ценой, эффективностью маркетинговых и коммерческих стратегий производителя, а также реакцией потребителей.

Успех предприятия обозначает способность компании предложить товары или услуги, которые больше других отвечают потребностям покупателей. Поэтому важно уделять особое внимание конкурентоспособности товара.

Актуальность исследования обусловлена тем, что сегодня российские компании активно конкурируют друг с другом, стремясь привлечь внимание покупателей к своей продукции. В связи с этим им необходимо разрабатывать стратегии управления конкурентоспособностью своих товаров, чтобы оставаться на рынке и удерживать свою долю.

В современной экономической среде взаимодействие финансовых и информационных структур с производственными и коммерческими предприятиями формирует сложную систему, известную как рынок. Эта система экономического взаимодействия обусловлена процессами обмена товаров и услуг между производителями, продавцами и потребителями через использование денег как всеобщего эквивалента стоимости. Динамика спроса и предложения в этой среде определяет ценообразование и объемы продаж.

Конкуренция, служащая основой рыночных отношений между участниками, производящими или реализующими однородные товары и услуги, направлена на достижение оптимальных условий и максимизацию прибыли. Эту концепцию Адам Смит описывал как ключевую поведенческую модель, в рамках которой индивидуальные акторы рынка – продавцы и покупатели – стремятся к улучшению условий торговли [2].

Конкуренция выступает в роли механизма, содействующего сбалансированию спроса и предложения, что в свою очередь способствует стабилизации рыночных цен. Через соперничество между участниками рынка формируются общепринятые цены на товары и услуги, а также определяется объем спроса и предложения. Таким образом, конкуренция способствует эффективному функционированию механизма ценообразования и регулированию объемов производства в обществе.

Конкуренция может проявляться в различных формах, в зависимости от количественного соотношения производителей, продавцов и покупателей на рынке, включая совершенную, несовершенную и монополистическую конкуренцию.

Теория совершенной конкуренции предполагает ситуацию полиполии на рынке, когда присутствует множество независимых производителей и потребителей однородных товаров или услуг. В такой системе каждый потребитель имеет свободу выбора среди разнообразных предложений, опираясь на ценность и стоимость продукта. А производители, в свою очередь, стремятся привлечь покупателей, фокусируясь на максимизации прибыли.

Несовершенная конкуренция, характеризующаяся олигополией, возникает тогда, когда рынок доминируется ограниченным числом производителей, каждый из которых вносит значительный вклад в общий спрос. Это приводит к ситуации, в которой действия одного производителя могут оказывать заметное влияние на рыночную среду.

Монополистическая конкуренция отличается наличием большого количества продавцов, предлагающих товары и услуги, которые не являются полностью взаимозаменяемыми, обеспечивая таким образом разнообразие выбора для потребителя. Такая структура рынка позволяет производителям дифференцировать свои продукты, создавая уникальные предложения для удовлетворения специфических потребностей клиентов [3].

В российском контексте концепция конкурентоспособности товара претерпела значительные изменения под влиянием социо-экономических реформ конца XX – начала XXI веков, отражая динамику перехода к рыночной экономике и интеграцию в мировую экономическую систему.

Возможность товара быть проданным по рыночным ценам также рассматривается как важный аспект его конкурентоспособности, подчеркивая роль ценообразования и экономической доступности товара для потребителя [4].

Разнообразие в определениях конкурентоспособности действительно отражает её многоуровневый и многоаспектный характер, что делает понятие гибким и применимым к различным экономическим объектам и субъектам.

В контексте предприятий, товаров, отраслей, регионов и стран, конкурентоспособность может варьироваться в зависимости от уровня, на котором она рассматривается. Это обусловлено тем, что каждый из этих уровней имеет свои уникальные характеристики, цели и стратегии, что требует отдельного подхода к измерению и оценке конкурентоспособности [5].

Также стоит отметить, что целевые функции и стратегии развития могут значительно различаться между странами и предприятиями, отражая уникальные исторические, культурные и экономические контексты. В то время как для предприятия первостепенной целью может быть получение прибыли и увеличение доли рынка, страны могут стремиться к социально-экономическому развитию, улучшению жизненного уровня населения или укреплению геополитических позиций.

Многоуровневая природа конкурентоспособности подчеркивает необходимость комплексного подхода к её анализу и повышению. Успех на одном уровне способствует укреплению конкурентоспособности на других уровнях, создавая цикл взаимной поддержки и развития.

Конкурентоспособность, действительно, остаётся в первую очередь экономическим понятием, хотя его принципы и методологии могут находить применение в самых разных аспектах жизнедеятельности. Это понятие служит ключевым индикатором способности экономического объекта успешно конкурировать на рынке, обеспечивая его устойчивость и развитие [6].

Трёхуровневое деление конкурентных отношений на микро-, мезо- и макроуровни обеспечивает комплексный анализ экономической среды, позволяя разработать целенаправленные стратегии для повышения конкурентоспособности на каждом из уровней:

– на микроуровне концентрация идёт на индивидуальных предприятиях, их продукции, качестве и ценообразовании. Здесь конкурентоспособность прямо зависит от управленческих решений, инновационной активности, эффективности производственных процессов и маркетинговой стратегии;

– мезоуровень включает в себя отрасли и объединения предприятий. Конкурентоспособность на этом уровне связана с эффективностью использования производственных ресурсов, степенью интеграции и кооперации между компаниями в рамках отраслевых цепочек создания стоимости и внедрением отраслевых инноваций.

– макроуровень относится к народнохозяйственным комплексам, странам и международным экономическим объединениям. Здесь конкурентоспособность оценивается через призму общеэкономических показателей, таких как ВВП, инвестиционный климат, торговые балансы, научно-техническое развитие, и политическую стабильность [7].

В последние годы появилось также понятие кластерной конкурентоспособности. Кластеры, объединяя предприятия, научно-исследовательские центры, образовательные учреждения и государственные организации в единую сеть, создают уникальные конкурентные преимущества. Эти преимущества могут заключаться в обмене знаниями, снижении издержек, совместной разработке инноваций и доступе к новым рынкам. Таким образом, кластеры способствуют повышению конкурентоспособности не только отдельных компаний, но и целых регионов и отраслей [8].

Многоуровневый анализ конкурентоспособности позволяет более полно учитывать взаимосвязи между различными экономическими акторами и уровнями экономики, а также разрабатывать комплексные стратегии для их развития и укрепления на рынке.

Одной из ключевых характеристик конкурентоспособности является её контекстно-зависимая природа, выражающаяся в тесной связи с конкретными рыночными условиями и определёнными временными рамками. Это подразумевает, что эффективность конкурентной позиции субъекта напрямую зависит от специфики рынка и изменений в динамике времени [9].

Динамичный характер конкурентоспособности отражает её изменчивость, которая может быть обусловлена множеством факторов, включая стадии жизненного цикла продукта или услуги, колебания внешней и внутренней среды, а также другие значимые обстоятельства. Это подчеркивает необходимость непрерывного анализа и адаптации стратегий для поддержания и улучшения конкурентного положения.

Возможность влияния на конкурентоспособность указывает на её управляемый характер, делая её критическим элементом стратегического развития. Осознание и применение способов повышения конкурентоспособности позволяют организациям формировать устойчивые конкурентные преимущества.

Противоречивость конкурентоспособности подчеркивает сложность баланса между интересами потребителей и производителей. Это требует тщательного анализа потребностей рынка и способности предприятия

удовлетворять эти потребности при сохранении высокой эффективности и качества.

Успех в повышении конкурентоспособности некоторые исследователи связывают с ростом рыночной доли предприятия, что является показателем успешного позиционирования продукции на рынке. Важным аспектом является также интеграция конкурентоспособности в корпоративную идеологию, отражающую стремление компании удовлетворять потребности клиентов с оптимальным сочетанием цены и качества.

Ключевыми факторами, определяющими конкурентоспособность предприятия, являются:

- снижение издержек производства;
- уникальность и особенности предложения;
- качество и доступность сервиса;
- высокое качество продукции и услуг;
- оптимальные сроки вывода продукции на рынок.

В современных рыночных условиях поддержание конкурентоспособности продукта часто зависит от широты спектра дополнительных услуг, таких как гарантийное обслуживание, доставка, установка, и другие. Примером комплексного подхода к повышению конкурентоспособности может служить предложение товара в сочетании с ценными сервисами, например, доставка. Это подчеркивает роль дополнительных услуг как значимого фактора в формировании конкурентного преимущества товара. Эти аспекты иллюстрируют многослойность и комплексность подходов к управлению конкурентоспособностью, подчеркивая её центральную роль в стратегическом планировании и развитии предприятий.

Специфичность проявления конкурентоспособности является её отличительной чертой, подчёркивающей её привязку к определённым рыночным условиям и временным периодам. Эта характеристика акцентирует важность понимания контекста рынка и способность адаптироваться к его изменениям.

На рынке присутствует значительное количество компаний, специализирующихся исключительно на предоставлении услуг, таких как замеры окон, выбор материалов и элементов декора, шитьё штор, установка карнизов и декорирование оконных проемов. Эти организации сталкиваются с интенсивной конкуренцией, где конкурентоспособность их услуг определяется комплексом факторов: разнообразием предлагаемого ассортимента, эксклюзивностью материалов, сроками выполнения заказов, репутацией дизайнеров и бренда, а также ценовой политикой.

Ключевым условием успеха любой компании является качество товаров или услуг, соответствующее ожиданиям покупателей. Недостаточное качество несет за собой ответственность за возможные убытки или повреждения, вызванные некачественным исполнением. Примеры из медицинской практики, включая случаи профессиональной небрежности, подчеркивают серьезность последствий игнорирования стандартов качества.

В международной практике основными детерминантами конкурентоспособности товаров и услуг выступают:

- соответствие качества товаров и услуг ожиданиям и запросам потребителей, а также требованиям рынка;
- общие издержки, связанные с приобретением, доставкой, хранением, обслуживанием, ремонтом, эксплуатацией и утилизацией товаров, а также способность предприятия обеспечивать поставки в удобные для клиента сроки и объемы;
- репутация компании на рынке, включая наличие доказательств надежности как партнера и эффективность коммуникационных стратегий.

Кроме того, значительную роль играют вспомогательные аспекты, такие как уровень и качество сервисного обслуживания, условия продажи, стратегии продвижения на рынке, рекламная активность и стимулирование продаж. Эти элементы в совокупности формируют уникальное предложение компании, способствующее выделению на фоне конкурентов и обеспечению устойчивого присутствия на рынке.

В более точной формулировке конкурентоспособность предприятия может быть определена как его способность успешно достигать заранее установленных целей в контексте конкурентной борьбы за определенный период времени. Под конкурентоспособностью предприятия понимается экономическая характеристика, отражающая возможности компании производить товары и услуги, способные конкурировать на рынке, а также ее конкурентные преимущества по сравнению с аналогичными субъектами данной отрасли как внутри страны, так и на международном уровне. Для адекватной оценки конкурентоспособности предприятия необходимо провести сравнение с другими предприятиями той же отрасли, что предполагает выбор сопоставимых объектов для анализа.

В процессе оценки конкурентоспособности продукции конкретного предприятия важно учитывать не только ее достоинства и недостатки, но и факторы, оказывающие влияние на предпочтения потребителей. Под фактором в данном контексте понимается экономический ресурс, задействованный в создании товаров или услуг.

Основные характеристики рынка, на котором действует предприятие, такие как его тип, емкость и структура конкуренции, оказывают значительное влияние на возможности и стратегии предприятия. Понимание рыночной динамики и способность адаптироваться к изменениям определяют способность предприятия удерживать и наращивать свою долю на рынке.

Деятельность общественных и негосударственных организаций, а также политических партий и движений, формирующих социально-экономический климат в стране, также оказывает влияние на бизнес-среду. Они могут инициировать изменения в законодательстве, общественном мнении и государственной политике, что, в свою очередь, влияет на условия ведения бизнеса.

Конкурентоспособность предприятия, таким образом, является результатом взаимодействия множества факторов: внутренних, связанных с его ресурсами, стратегией и операционной эффективностью, и внешних,

определяемых экономической, политической и социальной средой. Успешное управление этими факторами и адаптация к изменяющимся условиям позволяют предприятию не только сохранять свою конкурентоспособность, но и активно развиваться.

Список использованных источников:

1. Валуев, С.А., Игнатъева, А.В. Организационный менеджмент / С.А. Валуев, А.В. Игнатъева – М.: Машиностроение, 2020 – 421 с.
2. Головина А.Н. Научные подходы к оценке экономического эффекта в условиях цифровизации промышленности / А.Н. Головина, А.С. Ваулин // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации, Ростов-на-Дону, 10 июня 2023 года. – Махачкала: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство АЛЕФ", 2023. – С. 314-319. – EDN VXCWIR.
3. Исаев А.А. И85 Формирование системы обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии: монография / А.А. Исаев, Л.А. Исаева, В.А. Сокурченко; под науч. ред. д-ра экон. наук А.А. Исаева; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 148 с.
4. Линц, Карстен. Радикальное изменение бизнес-модели: адаптация и выживание в конкурентной среде / Карстен Линц, Гюнтер Мюллер-Стивенс, Александр Циммерман; пер. с англ. И. Окуньковой. – Москва: Альпина Паблшер, 2019. – 310 с.
5. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с
6. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность: монография / Ю.В. Тарануха. – Москва: РУСАЙНС, 2020. – 334 с.
7. Хелпман Э. Понимание мировой торговли: научное издание / Элханан Хелпман; пер. с англ. Алексея Резвова; под науч. ред. Натальи Волчковой. – Москва: Издательство Института Гайдара, 2017. – 305 с.
8. Предприятие в условиях цифровой трансформации: экономика и управление / Я.П. Силин, А.Н. Головина, Е.Л. Андреева [и др.]. – Верхняя Пышма: Общество с ограниченной ответственностью «Трудовая реабилитация инвалидов культура и спорт», 2021. – 338 с. – ISBN 978-5-6046523-4-3.
9. Экономика предприятия: учебник / В.И. Гришин, Я.П. Силин, А.Н. Головина [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2022. – 472 с. – ISBN 978-5-406-10213-8.

УДК 339.137.21. (075.8)

**УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ
КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Князев Марк Константинович, Попова Ирина Николаевна,
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

Аннотация. В статье раскрываются теоретические основы и влияние управления стратегической эффективностью на конкурентоспособность организации. Дается обоснование стратегической эффективности как показателя конкурентоспособности организации, который отражает уровень ее стратегической активности. Повышение стратегической эффективности организации способствует росту конкурентоспособности и обеспечению конкурентных преимуществ.

Abstract. The article reveals the theoretical foundations and impact of strategic performance management on the competitiveness of an organization. A justification is given for strategic effectiveness as an indicator of an organization's competitiveness, which reflects the level of its strategic activity. Increasing the strategic effectiveness of an organization contributes to increased competitiveness and provision of competitive advantages.

Ключевые слова: конкурентоспособность организации, стратегическая эффективность, рыночная экономика, стратегия предприятия.

Key words: competitiveness of the organization, strategic effectiveness, market economy, enterprise strategy.

Введение. В России теория и практика разработки стратегий управления еще не заняли должного места. Организации сами создают свое будущее в разных условиях, формируя стратегический план действий, который может привести их к успеху.

Актуальность. Необходимость стратегического управления вызвана нестабильностью среды функционирования хозяйствующих субъектов, неполнотой информации об их современном и будущем состоянии, потребностью в обеспечении конкурентных преимуществ и конкурентоспособности.

Основная часть. Вопросом взаимосвязи стратегической эффективности организации и ее конкурентоспособности занимаются многие отечественные экономисты. Исследование проблематики имеет свое отражение в работах следующих ученых: Е.А. Бабушкиной, К.А. Ворожцовой и Л.Н. Депутатовой, Дворянкиной Е.Б. и Д.А. Кармазина, Л. В. Ермолиной, Т. Т. Рахимова, Л.Н. Серкова и других авторов.

Единое мнение значения термина «стратегическая эффективность» в отечественных научных трудах отсутствует. На рисунке 1 отражены мнения различных авторов на понятие данной дефиниции.

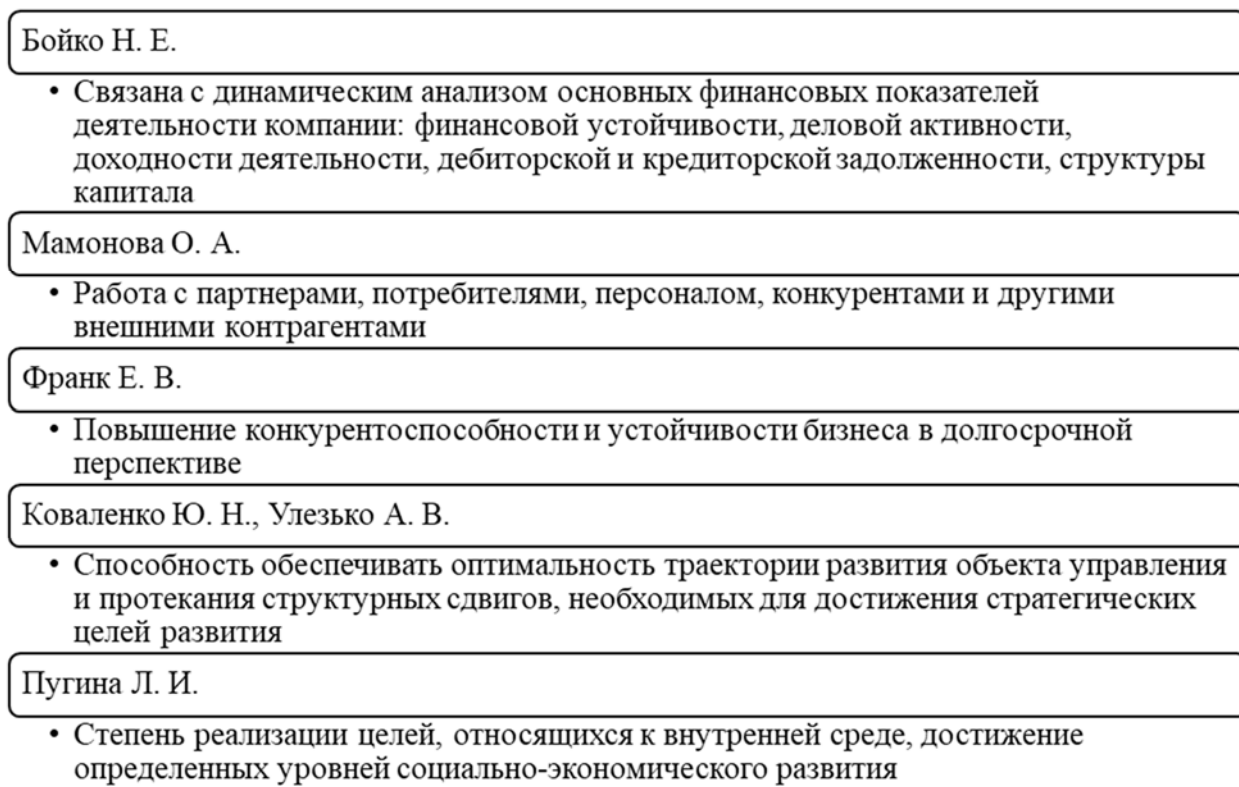


Рис. 1 Мнения различных авторов на понятие «стратегическая эффективность» (составлено на основе: [1; 2; 3; 4; 7])

Анализ мнений авторов позволяет определить стратегическую эффективность как рост устойчивого состояния хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе при работе с заинтересованными сторонами. Говоря иначе – это возможность предприятия в результате разумного использования ресурсов и методов управления достигать поставленных целей и задач за счет долгосрочных результатов.

Стратегическая задача заключается в разработке стратегического профиля (отношений между внутренней структурой организации и ее внешней средой), обеспечивающего наилучшее соответствие (качество отношений) между внутренними и внешними факторами и высокие стратегические показатели. На рисунке 2 отражены составные компоненты стратегической эффективности.

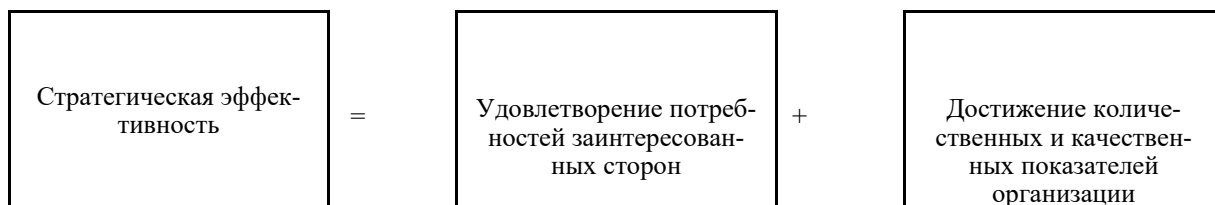


Рис. 2 Составные компоненты стратегической эффективности (составлено на основе: [4])

Стратегическая эффективность способствует улучшению деятельности организации, поскольку цель стратегической деятельности заключается в действиях по улучшению эффективности предприятия, отражает оценку результативности деятельности предприятия в долгосрочной перспективе.

Авторами А.Г. Грязновой и А.Ю. Юдановым конкурентоспособность предприятия понимается как востребованность и успешность на рынке, где оно может соперничать с другими предприятиями, получая большую выгоду, чем конкуренты [5].

По мнению авторов Л.Н. Чайниковой и В.Н. Чайникова, «конкурентоспособность – показатель, интересующий как производителя, так и потребителя продукции» [6], т. к. цель производителя заключается в продаже товаров, а потребителя – в их приобретении.

Конкурентоспособность – это способность хозяйствующего субъекта конкурировать с внешним окружением; с позиции стратегической эффективности конкурентоспособность определяется как: 1) эффективная хозяйственная деятельность, имеющая прибыльную реализацию на конкурентном рынке, 2) развитие организации, отличающееся от развития конкурентов по степени удовлетворения потребителей и по эффективности работы предприятия. Тем самым можно утверждать, что конкурентоспособное предприятие выпускает конкурентоспособную продукцию в результате эффективного использования ресурсного потенциала, качества организации производства и управления персоналом.

Эффективность, будучи показателем соотношения затрат к полученным результатам, рассматривается в качестве показателя конкурентоспособности организации, который отражает уровень стратегической активности предприятия, а прибыль является результатом как спроса на товар (услуги), так и уровня качества и производства товаров (услуг), что способствует росту объема прибыли над затратами.

Говоря о конкурентоспособности организации часто подразумевают качество продукции и ее спрос, а также, рентабельность производства, которая является и показателем эффективности производства. Таким образом, основой конкурентоспособности организации являются ее стратегическая эффективность и качество, выпускаемой продукции (предоставляемых услуг).

Существующую связь между конкурентоспособностью и стратегической эффективностью подтверждает тот факт, что при их оценке могут использоваться одни и те же показатели и критерии (себестоимость, цена производства и потребления, сроки поставок, условия оплаты и т.д.).

Выводы. Итак, конкурентоспособность – экономическая категория, является целью и результатом управления стратегической эффективностью организации. От управления стратегической эффективностью изменяется конкурентоспособность предприятия. На данном этапе рыночных отношений в стране, при высокой конкуренции среди хозяйствующих субъектов, роль управления стратегической эффективностью в обеспечении конкурентоспособности организаций, возрастает. Стратегическое управление современными организациями позволяет им выживать на рынке и побеждать в конкурентной борьбе.

Список использованных источников:

1. Бойко Н.Е. Комплексные подходы в оценке эффективности стратегического управления / Н. Е. Бойко // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2016. – № 5. – С. 75-82.
2. Коваленко Ю. Н. Стратегические аспекты повышения эффективности управления агропродовольственным комплексом региона / Ю. Н. Коваленко, А.В. Улезько // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2019. – № 2. – С. 120-127.
3. Мамонова О.А. Направления совершенствования системы оценки стратегической эффективности менеджмента (на примере промышленных предприятий пензенской области / О. А. Мамонова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2015. – № 1. – С. 59-71.
4. Пугина Л.И. Оценка стратегической экономической эффективности инноваций / Л.И. Пугина, Е.В. Родионова // Проблемы экономики, финансов и управления производством. – 2010. – № 28. – С. 219-226.
5. Болодурина В.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://research-journal.org/archive/11-42-2015-december/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 24.07.2024).
6. Филиппович А.В., Веремеенко О.С., Волошин А.В. Обзор теоретических подходов к определению сущности понятия конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edrj.ru/article/02-04-2018> (дата обращения: 24.07.2024).
7. Франк Е. В. Разработка методики управление изменениями как фактор повышения стратегической эффективности компании // Российское предпринимательство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-metodiki-upravlenie-izmeneniyami-kak-faktorpovysheniya-strategicheskoy-effektivnosti-kompanii> (дата обращения: 23.07.2024).

УДК 338.23

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО АКТИВА НА ПРИМЕРЕ ОМСКОГО НПЗ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЧИСТЫЙ ВОЗДУХ»

Щербук Кирилл Андреевич,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье проанализированы и каталогизированы экологические эффекты конкретных управленческих решений, принятых руководством одной из крупнейших нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний России в рамках деятельности ее дочернего предприятия АО «Газпромнефть-ОМПЗ», изучена методика привлечения зеленых инвестиций в отрасль, а также сформулированы гипотезы и предложения, касающиеся усиления социальной ответственности компаний в области охраны окружающей среды.

Abstract. The article analyzes and catalogues the environmental effects of specific management decisions made by the management of one of the largest oil producing and refining companies in Russia within the framework of its subsidiary JSC Gazpromneft-ONPZ, examines the methodology for attracting green investments in the industry, and also formulates hypotheses and proposals concerning strengthening the social responsibility of companies in the field of environmental protection.

Ключевые слова: экология, социальная ответственность, крупная компания, нефтепереработка, чистый воздух, управленческие решения, зеленые инвестиции.

Key words: ecology, social responsibility, large company, oil refining, clean air, management solutions, green investments.

Введение. Актуальность. Проблемы экологии занимают особое место в системе глобальных проблем человечества. При осуществлении экономической деятельности субъекты должны выходить за пределы преследования сугубо прагматического интереса, что обеспечивается, в том числе, благодаря федеральным программам. Несмотря на то, что стационарные объекты уступают передвижным, таким как автомобили, в объемах вредных выбросов, именно большие градообразующие предприятия зачастую становятся главным источником опасности для экологической ситуации в регионе [4].

Основная часть. В настоящей статье на примере Омского НПЗ (далее – ОМПЗ) будут проанализированы особенности реализации одной из ключевых федеральных программ в области экологии – «Чистый воздух». Данная программа была внедрена в 2018 году в рамках реализации Указа Президента от 19.04.2017 N 176 «О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года» [17]. Он также является частью национального проекта «Экология» [18]. Данный проект среди прочего предполагает ликвидацию крупных свалок, оздоровление Волги, сохранение Байкала и иных уникальных водных объектов, и проч. [9]. Данный

национальный проект, включающий, в том числе, программу «Чистый воздух», является одним из приоритетов государственной политики. Так, в апреле 2024 года Президент поручил выделить на него в 2025-2030 годах 600 млрд рублей [16].

На первом этапе Программа «Чистый воздух» предполагала участие 12 городов, уровень загрязнения в которых – наиболее высокий. В перечень этих городов вошел и Омск, одним из градообразующих предприятий которого является ОНПЗ. В 2023 году частью проекта стали еще 29 городов [8].

Именно успешное внедрение данной программы позволило в 2021-2024 годах существенно снизить выбросы в окружающую среду. Отмечается, что по итогам 2023 года такие выбросы в 12 городах сократились совокупно на 12%, и лидерами стали Челябинск, Медногорск и Череповец [1]. Говоря о результатах Омска, необходимо подчеркнуть, что на момент базового 2017 года этот город занимал девятое место в списке городов с наибольшими показателями вредных выбросов от стационарных источников [12]. Такие вещества как формальдегид, марганец, медь демонстрировали многократное превышение предельно допустимых концентраций, что в совокупности с иными факторами делали канцерогенные риски нарастающими. По состоянию на конец 2019 года подавляющее большинство показателей не были приведены в соответствие с предельно допустимыми концентрациями и максимально возможными показателями вредных выбросов [6].

Федеральная программа «Чистый воздух» рассчитана на длительное действие, поскольку действие вредных выбросов имеет значительный инерционный эффект и способно негативно влиять на здоровье в течение нескольких лет. В контексте дальнейшего расширения национальных экологических программ считаем важным рассмотреть опыт ОНПЗ по внедрению инновационных решений, направленных на минимизацию вредных выбросов.

Омский НПЗ – один из крупнейших промышленных объектов Российской Федерации, осуществляющих полный цикл нефтепереработки. Ежегодно завод перерабатывает около 21 тонны нефти, в структуру его деятельность вовлечены 3,7 тысяч сотрудников, а глубина переработки составляет до 100%. В продуктовый портфель предприятия входит 50 марок нефтепродуктов, среди которых: дизельное топливо, автомобильные бензины, битумные материалы, коксы и др. [10]. Такая активная производственная деятельность всегда будет сопряжена с нанесением определенного ущерба окружающей среде. Именно поэтому грамотная экологическая стратегия любой социально-ответственной организации должна предполагать регулярное развитие совершенствование систем вторичного использования, фильтрационных и очистных механизмов, а также множества иных наукоемких решений, позволяющих соблюсти необходимый баланс между промышленностью и экосистемой.

Одним из крупнейших проектов в области экологичной энергетики, реализованных на территории Омского НПЗ, стало строительство на 2,5 неиспользуемых гектарах предприятия солнечной электростанции, которая стала самым первым объектом подобного типа на территории Омской области. Применение данного решения позволило грамотно использовать промышленное пространство, обеспечить электроэнергией весь блок административных зданий

завода, а также избежать более 5 тыс. тонн выбросов CO₂ в атмосферу от выработки угольных ТЭЦ [2].

Еще одним ключевым объектом экологического контура Омского НПЗ является возведенная в 2023 водоочистная станция «Биосфера», способная на 80% обработать воду от различных примесей, чтобы затем вновь направить ее для использования в производственном процессе. Фильтрационная система объекта является многоступенчатой. Жидкости требуется пройти угольные фильтры, ультрафиолетовое излучение, обеззараживания, прежде чем прийти в годность. Благодаря использованию данной технологии использование речной воды на Омском НПЗ сократилось на 70% [11]. Отметим, что на Омском НПЗ зеленые технологии поступательно внедряются начиная с 2008 года, и уже на момент начала пандемии коронавируса действие на атмосферу было снижено до 40% [7].

Меры, внедряемые на Омском НПЗ для снижения вредных выбросов

Меры, которые внедряются на ОНПЗ в рамках повышения экологичности его деятельности, соответствуют Комплексному плану, принятому на уровне Правительства Российской Федерации [5]. Отметим, что данный план предусматривает сравнительно небольшой объем средств, выделяемых из Федерального бюджета (около 2% необходимого финансирования), большая часть средств выделяется социально ответственным бизнесом. Обратимся к конкретным мерам, которые применяются на ОНПЗ в рамках реализации заявленных целей по снижению вредных выбросов.

В первую очередь, применяемые решения носят инновационный характер с технологической точки зрения. В частности, в рамках замены экологически устаревших установок первичной переработки нефти на новую (ЭЛОУ-АВТ) именно на Омском НПЗ впервые в отрасли установили автоматизированную систему мониторинга качества воздуха [13]. Теперь данные о состоянии окружающей среды непрерывно передаются в «Росприроднадзор». Кроме того, на производстве появились герметичные системы налива, а на установке каталитического крекинга специалисты установили современную систему очистки. Благодаря этому воздействие объекта на атмосферу было фактически сведено к нулю. Отметим, что инвестиции на разработку ЭЛОУ-АВТ составили более 60 млрд рублей.

Во-вторых, в соответствии с принятым планом было осуществлено строительство установки гидроочистки депарафинизации дизельного топлива за счет вывода Л-24/6, а также Л-24/7. Эта мера также была направлена на сокращение вредных выбросов и успешно прошла общественные слушания [15].

В-третьих, ОНПЗ принимает участие в экологических проектах, направленных на устранение проблем Омской области. Так, в июле 2023 года предприятие приняло участие в генеральной уборке озер региона, организованной и осуществленной общественной организацией «Экологический центр» в рамках деятельности проекта «Родные города», организованного ПАО «Газпром нефть» в населенных пунктах с наличием собственного присутствия [14]. «Родные города» – программа социальных инвестиций Общества, рассчитанная на реализацию проектов в сферах образования, культуры, экологии, медицины и спорта. Одним из подобных мероприятий стала очистка, реконструкция и переоборудование парка «Птичья гавань» на территории Омска [3].

Выводы. Таким образом, среди наиболее эффективных мер, принимаемых на ОНПЗ, можно выделить:

- внедрение технологических решений, в частности, установка автоматизированной системы мониторинга качества воздуха;
- разработка принципиально новой установки первичной переработки нефти (ЭЛОУ-АВТ), что само по себе способствует радикальному снижению вредных выбросов;
- установка гидроочистки депарафинизации и другие инновационные меры, физически направленные на снижение вредных выбросов;
- поддержка экологических инициатив.

Стоит предположить, что дальнейшее внедрение рассмотренных управленческих решений позволит снизить негативное влияние нефтепереработки и приведет к существенному улучшению экологической ситуации в России. ОНПЗ представляется позитивным примером того, как при помощи сочетания технологических и управленческих решений обеспечивается реализация экологической политики, приоритеты которой закреплены в Указе Президента.

Список использованных источников:

1. В рамках проекта «Чистый воздух» вредные выбросы в 12 городах снизились на 12% // Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/esg/national_projects/news/2023/12/21/1012313-v-ramkah-proekta-chistii-vozduh-vrednie-vibrosi-v-12-gorodah-snizilis (дата обращения: 10.09.2024).
2. «Газпром нефть» начала производить солнечную электроэнергию на Омском НПЗ // ПАО «Газпром нефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/news/gazprom-neft-nachala-proizvodit-solnechnuyu-elektroenergiyu-na-omskom-npz/?ysclid=m10f4ksyio308122148> (дата обращения: 13.09.2024).
3. «Газпромнефть-СМ» расширяет экологический проект в природном парке Омска // ООО «Газпромнефть – смазочные материалы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gazpromneft-sm.ru/press-center/news_572?ysclid=m10gerc44y868856896 (дата обращения: 13.09.2024).
4. Кузьмин С.В., Авалиани С.Л., Додина Н.С., Шашина Т.А., Кислицин В.А., Сеницына О.О. // Практика применения оценки риска здоровью в федеральном проекте «Чистый воздух» в городах-участниках (Череповец, Липецк, Омск, Новокузнецк): проблемы и перспективы / Гигиена и санитария, 2021, Т. 100, № 9, с. 890-895.
4. Комплексный план мероприятий по снижению выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух в г. Омск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mnr.gov.ru/upload/medialibrary/626/%D0%9A%D0%9F%20%D0%9E%D0%BC%D1%81%D0%BA%20.pdf?ysclid=m10feu9cg1398857629>
5. Крига А.С., Никитин С.В., Овчинникова Е.Л., Плотникова О.В., Колчин А.С., Черкашина М.Н., Винокурова И.Г., Дунаева М.А. О ходе реализации Федерального проекта «Чистый воздух» на территории города Омска // Анализ риска здоровью. – 2020. – № 4. – С. 41 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-hode-realizatsii-federalnogo-proekta-chistyuy-vozduh-na-territorii-goroda-omska> (дата обращения: 13.09.2024).

6. Морозова О. Ю. «Зеленые» технологии: состояние и перспективы развития в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2024. – № 7-3. – С. 169-174.
7. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации // Итоги «Чистого воздуха» 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mnr-air.ru/tpost/cr6fprjvhx1-itogi-chistogo-vozduha-2023> (дата обращения: 10.09.2024).
8. Национальный проект «Экология» // Минприроды России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mnr.gov.ru/activity/np_ecology/ (дата обращения: 13.09.2024).
9. Омский НПЗ // АО «Газпромнефть-ОМПЗ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://onpz.gazprom-neft.ru/company/about/?ysclid=m10evj24v7498732213> (дата обращения: 13.09.2024).
10. Омский НПЗ «Газпром нефти» запустил первую очередь комплекса экологической очистки воды «Биосфера» // ПАО «Газпром нефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/news/gazprom-neft-nachala-proizvodit-solnechnuyu-elektroenergiyu-na-omskom-npz/?ysclid=m10f4ksyio308122148> (дата обращения: 13.09.2024).
11. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2018 году: Государственный доклад. – М.: Минприроды России; НПП «Кадастр», 2019. – 844 с.
12. Омский НПЗ начал испытания нового комплекса первичной переработки нефти // Город-55 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gorod55.ru/news/2023-08-24/omskiy-npz-nachal-ispytaniya-novogo-kompleksa-pervichnoy-pererabotki-nefti-3021201> (дата обращения: 12.09.2024).
13. Омский НПЗ помогает юным экологами следить за чистотой городских водоемов / Газпромнефть – Омский НПЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://onpz.gazprom-neft.ru/press-center/news/omskiy-npz-pomogaet-yunym-ekologam-sledit-za-chistotoy-gorodskikh-vodoemov> (дата обращения: 12.09.2024).
14. Протокол общественных слушаний предварительного варианта материалов по оценке воздействия на окружающую среду по объекту государственной экологической экспертизы федерального уровня – проектная документация «Установка гидроочистки / Депарафинизации ДТ» АО «Газпромнефть-ОМПЗ».
15. Путин поручил кабмину направить 600 млрд рублей до 2030 года на нацпроект «Экология» // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/events/50192/> (дата обращения: 13.09.2024).
16. Указ Президента РФ от 19.04.2017 N 176 «О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года».
17. Указ Президента РФ от 08.02.2021 N 76 (ред. от 23.10.2023) «О мерах по реализации государственной научно-технической политики в области экологического развития Российской Федерации и климатических изменений» (вместе с «Положением о совете по реализации Федеральной научно-технической программы в области экологического развития Российской Федерации и климатических изменений на 2021 – 2030 годы»).

УДК 338

**ВИДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Дубровский Валерий Жоресович, Третьяков Константин Александрович,
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

Аннотация. Выбор эффективных методов управления работниками, которые встраиваются в хорошо организованную систему мотивирования и стимулирования труда, представляет собой сложную задачу в управлении организацией. Такая система позволяет выявить основные двигатели к труду для человека и определить, что становится прямым стимулом для его действий. Управление повышением работоспособности и мотивации сотрудников представляет собой ключевую задачу для управленцев любого предприятия. Без решения этих вопросов маловероятны существенные улучшения качества продукции, а также повышение общей эффективности производства и отрасли на базе оптимального использования финансовых, материальных и человеческих ресурсов. Хотя тема стимулирования работников уже хорошо исследована, очевидно, что полного понимания мотивационных процессов, адаптированных к сегодняшним условиям, пока нет. В свете этого, важность эффективного управления мотивацией труда в рамках организации становится очевидной.

Abstract. Choosing effective methods of managing employees who are integrated into a well-organized system of motivation and stimulation of labor is a difficult task in managing an organization. Such a system allows you to identify the main engines of work for a person and determine what becomes a direct incentive for his actions. Managing the improvement of employee performance and motivation is a key task for managers of any enterprise. Without addressing these issues, significant improvements in product quality are unlikely, as well as an increase in the overall efficiency of production and the industry based on the optimal use of financial, material and human resources. Although the topic of employee incentives has already been well researched, it is obvious that there is still no complete understanding of motivational processes adapted to today's conditions. In light of this, the importance of effective management of work motivation within the organization becomes obvious.

Ключевые слова: экономика, промышленность, эффективность деятельности организации, организации, анализ.

Key words: economics, industry, efficiency of the organization, organization, analysis.

Введение. Актуальность. Мотивация представляет собой комплекс внутренних и внешних стимулов, которые заставляют человека принимать активные действия, поддерживают его стремление к достижению поставленных целей и формируют его поведенческие реакции. Это может быть внутреннее

стремление, обусловленное личными интересами, ценностями или желаниями, либо внешнее влияние, например, общественное признание, денежные премии или профессиональное развитие.

Основная часть. Мотивационная структура действует как драйвер, энергия, которая мобилизует человека, помогает преодолевать препятствия и поддерживает усилия, необходимые для выполнения работы [1]. При этом, важно отметить, что мотивация индивидуальна и зависит от множества личностных характеристик, включая уровень амбиций, самооценку и восприятие собственной компетентности. Она также может со временем меняться в зависимости от изменения внутренних убеждений или внешних условий окружающей среды. Мотивация труда складывается из стимулов, которые движут поведением и поступками человека, возникающих из его желаний и потребностей. Эти движущие силы формируют представление о том благе, ради достижения которого человек готов приложить определенные усилия в своей трудовой активности [2]. Мотивация является предметом изучения множества научных концепций, включая иерархию потребностей А. Маслоу, теорию ожидания В. Врума, а также идею о справедливости вознаграждения, предложенной Джоном Стейси и Э. Адамсом, среди прочих. Этот феномен имеет ключевое значение для эффективного функционирования как организаций, так и отдельных работников, оказывая влияние на их производительность, чувство удовлетворения от работы и степень вовлеченности в рабочий процесс. Разные модели мотивации предлагают уникальные способы объяснения и возрастания мотивированности сотрудников. По концепции Абрахама Маслоу потребности людей следуют друг за другом, создавая иерархию. Сначала нужно удовлетворить базовые потребности, такие как еда и безопасность, а затем человек стремится к социальным связям, уважению и самосовершенствованию [3]. Каждый уровень мотивирует нас на дальнейшие действия. Виктор Врум в своей теории подчеркивает, что мотивация связана с тремя ключевыми элементами: насколько человек верит в успех своих усилий, как он соединяет эти усилия с достижением своих целей и как сильно он желает эти цели достичь. Джон Стейси Адамс обращает внимание на восприятие справедливости в распределении наград и ресурсов. Если работник чувствует, что награда распределена справедливо и процесс принятия решений прозрачен, его удовлетворение работой выше. Эдвин Локк считает, что мотивация стимулируется наградами, которые следуют за конкретными действиями, подкрепляя желаемое поведение. Фредерик Герцберг выделяет факторы, которые приносят удовлетворение от работы и приводят к мотивации, такие как возможности для профессионального роста и признание усилий. В то же время существуют негативные факторы, которые могут уменьшать мотивацию, включая плохие условия труда или несоответствующее вознаграждение. Эдвард Деци и Ричард Райан в своей теории утверждают, что ключ к мотивации работников – в возможности самостоятельного выбора и чувстве автономии на рабочем месте. Когда сотрудники чувствуют, что они могут сами управлять своей работой, это способствует их глубокой внутренней мотивации. Таким образом, различные подходы к мотивации показывают, что рассмотрение внутренних ценностей и желаний работников, а также внешних условий и

стимулов необходимо для полного понимания и стимулирования их трудовой активности [4].

Мотивы трудовой деятельности являются ключевым элементом в структуре трудового поведения человека и выполняют ряд фундаментальных функций:

1) Ориентирующая функция. Она осуществляет направление поведения работника, выбирая наилучший путь для решения профессиональных задач. Это можно сравнить с навигатором, который помогает определить курс в широком море возможностей, предоставляемых рабочей средой. Сотрудник оценивает различные варианты действий и решает, какой из них лучше всего поможет достичь поставленных целей, учитывая его личные предпочтения, ценности и ожидания, а также требования, возложенные на него профессиональной ролью.

2) Смыслообразующая функция. Данная функция позволяет работникам размышлять о значениях и целях своей деятельности не просто как о средстве для заработка, но как о возможности воплотить себя и свои интересы через труд. Это создает более глубокое чувство удовлетворенности от работы, когда человек видит, как его труд влияет на общее благо организации или даже общества в целом. Знание того, что его работа имеет значение и признается, способствует формированию профессионального и личностного идентичности.

3) Опосредствующая функция. Данная функция служит связующим элементом между личными устремлениями работника и компонентами рабочего мира, такими как корпоративная культура, система поощрений, возможности для развития и карьерного роста. Она позволяет сотруднику увидеть взаимосвязь между личным вложением в работу и возможным вознаграждением, будь то признание, продвижение по службе или материальные бонусы.

4) Мобилизирующая функция. Необходима для того, чтобы сотрудники были готовы приложить дополнительные усилия, когда это требуется для завершения задачи, достижения цели или решения нестандартной проблемы. Это подобно спортивному тренеру, который воодушевляет атлета на показ лучшего результата в критический момент соревнований. Мотивация при этом действует как внутренний ресурс, который позволяет максимально реализовать свои способности и возможности.

5) Оправдательная функция. Эмпирически показывает, что действия сотрудника воспринимаются окружающими как приемлемые и оправданные. Когда поведение соответствует общим ожиданиям, стандартам и ценностям, это обеспечивает социальное одобрение и создает ощущение стабильности и уверенности. Сотрудник ощущает, что его действия и выбор основаны на общепринятых принципах и нормах, что придает ему уверенность и поддержку в рабочей среде [5; 6].

Мотивационный процесс включает в себя различные психологические компоненты:

- потребности: основополагающие человеческие желания или недостатки, которые индивид стремится удовлетворить;
- цели: конкретные задачи или конечные точки, к которым человек стремится; они дают направленность мотивации;

– ожидания: предполагаемые представления о том, что именно может произойти в результате определенных действий;

– оценка результатов: критический анализ возможных исходов деятельности на основе прошлого опыта, текущей информации и оценки рисков.

– вознаграждения: положительные исходы или призы, которые человек ожидает получить в качестве результата своих усилий, и которые служат стимулом для дальнейших действий. В целом, мотивы трудовой деятельности являются комплексным, многоуровневым явлением, которое определяет направленность и эффективность человеческой деятельности на рабочем месте, формирует стойкость к трудностям, вносит вклад в развитие профессиональной идентичности и способствует достижению личных и коллективных целей [7; 8].

Основная задача системы мотивации труда заключается в продвижении развития компании и повышении ее доходности и способности конкурировать на рынке. Сотрудники, которые чувствуют себя мотивированными, работают более эффективно: они завершают проекты в срок или даже опережают график, выполняют больше работы и делают это с более высоким уровнем качества.

Список использованных источников:

1. Измайлов М. К. Современное состояние, проблемы и пути повышения эффективности использования основных средств промышленного предприятия / М. К. Измайлов // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. – 2020. – № 1. – С. 96-101.

2. Ильченко С. Д. Способы повышения эффективности деятельности предприятия / С. Д. Ильченко // Вестник современных исследований. – 2022. – № 5. – С. 157-158.

3. Илюшина О. С. Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия / О. С. Илюшина, Ю. К. Стуколова // Молодой ученый. – 2021. – № 19 (153). – С. 127-131.

4. Кан Ен Дя. Подходы и методы оценки эффективности деятельности предприятия / Ен Дя Кан // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4. – С. 123-128.

5. Кенешкова К.Д. Внеоборотные активы предприятия / К.Д. Кенешкова // Синергия наук. – 2019. – № 20. – С. 119-132.

6. Кирьянов О.В. Разработка методики обоснования приоритетности обновления основных средств на промышленных предприятиях России / О.В. Кирьянов // European Social Science Journal. – 2021. – № 12. – С. 43-50.

7. Предприятие в условиях цифровой трансформации: экономика и управление / Я.П. Силин, А.Н. Головина, Е.Л. Андреева [и др.]. – Верхняя Пышма: Общество с ограниченной ответственностью «Трудовая реабилитация инвалидов культура и спорт», 2021. – 338 с. – ISBN 978-5-6046523-4-3.

8. Экономика предприятия: учебник / В.И. Гришин, Я.П. Силин, А.Н. Головина [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2022. – 472 с. – ISBN 978-5-406-10213-8.

УДК 339.543

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ ВЫБОРА ОБЪЕКТОВ КОНТРОЛЯ
В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ НА ЭТАПЕ ПОСЛЕ ВЫПУСКА ТОВАРОВ**

*Саадулаева Татьяна Анатольевна,
Вишневская Анастасия Андреевна,
Российская таможенная академия, г. Люберцы*

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена трансформацией мировой экономики в связи с этим появляется необходимость соответствующей модернизации системы обеспечения экономической безопасности Российской Федерации. Смещение акцентов таможенного контроля на этап после выпуска товаров обуславливает совершенствование процесса выбора объектов контроля.

Abstract. The relevance of the article is due to the transformation of the world economy. In this regard, there is a need for an appropriate modernization of the economic security system of the Russian Federation. The shift in the emphasis of customs control to the stage after the release of goods determines the improvement of the process of selecting control objects.

Ключевые слова: цифровой двойник, таможенный контроль после выпуска товаров, финансово-экономическая безопасность, проблемы при выявление потенциальных объектов контроля после выпуска товаров.

Key words: digital double, customs control after the release of goods, financial and economic security, problems in identifying potential objects of control after the release of goods.

Введение. Финансово-экономическая безопасность государства представляет собой предполагает защищенность экономической системы страны от внутренних и внешних угроз, при котором обеспечивается экономический суверенитет страны, единство экономического пространства, условия реализации стратегических национальных приоритетов РФ.

Актуальность. Одним из органов, в полномочия которого входит обеспечение экономической безопасности РФ является Федеральная таможенная служба России. В стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года отмечено, что необходимо совершенствовать деятельность контрольно-надзорных органов в том числе на основе широкого внедрения субъектно-ориентированной модели управления рисками. Таким образом совершенствование практики выбора объектов контроля является необходимым условием обеспечения финансово-экономической безопасности государства в различных направлениях, а именно при реализации возложенных на ФТС России функций (фискальная, контрольная, регулирующая).

Для обеспечения должного уровня финансово-экономической безопасности государства таможенным органам необходимо качественно выбирать объекты для таможенного контроля с целью минимизации большего

объема нарушений таможенного законодательства. Чем больше правонарушений будет выявлено, тем финансово-экономическая безопасность государства будет более устойчивой и менее подвержена влиянию внешней и внутренней среды.

В настоящее время происходит смещение акцентов таможенного контроля на этап после выпуска товаров (ТКПВТ), в связи с этим необходимо провести автоматизацию процесса выбора объектов контроля с целью получения большего экономического эффекта от проводимых форм таможенного контроля.

Основная часть. Перед тем, как выявить объект таможенного контроля проводится аналитическая работа, по результатам которой принимается решение о целесообразности проведения контроля.

В таможенных органах проведение аналитической работы по выбору объектов таможенного контроля нацелено на обеспечение объективности принятия решения о целесообразности проведения ТКПВТ, эффективности его проведения, получения устойчивого результата и осуществляется до подготовки результирующего документа (проекта профиля риска, докладной записки, информационно-аналитической справки). Аналитическая работа проводится в три этапа:

1. Проведение предварительного анализа информации о возможном нарушении норм права ЕАЭС и законодательства РФ о таможенном регулировании с использованием информационных ресурсов и формирование перечня потенциальных объектов контроля.

2. Осуществление мероприятий по направлению запросов и анализа представленных документов и сведений.

3. Принятие решения о целесообразности проведения ТКПВТ и оформление результатов аналитической работы.

Общие сроки проведения аналитической работы (за исключением аналитической работы в соответствии с распоряжением 176-р, 281-р, приказом 2007, составляют 60 календарных дней (распоряжение ФТС России № 180-р).

Более подробный алгоритм аналитической работы таможенных органов по оценке добросовестности предприятий-участников ВЭД по направлению выбора объектов контроля после выпуска товаров можно представить в виде эталонной карты (рис. 1).

Таким образом, в ходе проведения аналитической работы, происходит оценка потенциальной возможности взыскания доначисленных таможенных платежей и пеней, а также выбор участников ВЭД, осуществляющих свою деятельность с нарушением установленного законодательства. В связи с этим, можно заключить, что выбор объектов таможенного контроля после выпуска товаров – это основа выявления фактов нарушения законодательства, а также механизм обеспечения финансово-экономической безопасности государства посредством минимизации рисков в таможенной сфере.

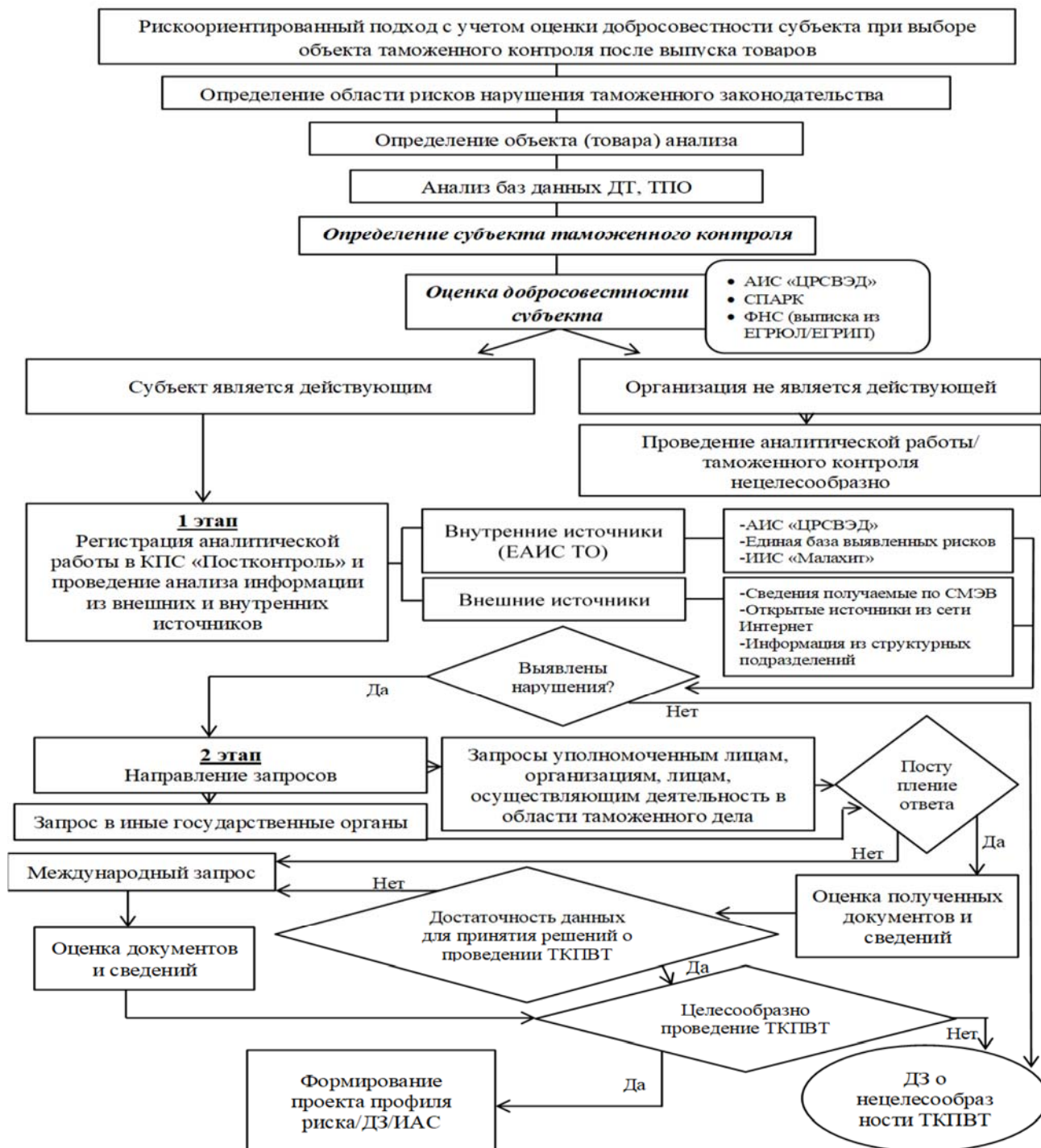


Рис. 1 Схема (эталонная карта) аналитической работы таможенных органов при выборе объектов таможенного контроля после выпуска товаров

В качестве проблемы по минимизации угроз финансово-экономической безопасности государства в деятельности таможенных органов можно выделить отсутствие автоматизации при выборе объектов таможенного контроля. Выбор и

анализ потенциальных объектов правонарушений в настоящее время занимает большой промежуток времени. Штатная численность подразделений таможенного контроля после выпуска товаров, в полномочия которых входит выбор объектов контроля, не многочисленна. Отсутствие автоматизации в данном процессе увеличивает риск не полного обнаружения рисков поставок. В настоящее время участники ВЭД адаптировались к нынешним условиям совершения внешнеэкономических операций, что обуславливает должностных лиц проводить контроль более детально. Автоматический выпуск товаров на этапе таможенного декларирования не позволяет должным образом провести контроль. При наличии данных условий контроль после выпуска товаров должен проводиться качественно и масштабно, с целью выявления правонарушений при перемещении товаров через таможенную границу Союза в части занижения таможенной стоимости, выбора неверного классификационного кода товаров с целью занижения сумм подлежащих уплате таможенных платежей, а также пресечение некачественной продукции на внутренний рынок РФ (несоответствие установленным нормам законодательства).

Для минимизации угроз финансово-экономической безопасности государства необходимо разработать комплексную стратегию, которая включает в себя улучшение законодательства, совершенствование системы мониторинга и анализа, усиление контроля за финансовыми операциями, а также повышение профессионализма сотрудников, работающих в сфере финансовой безопасности.

Анализ деятельности таможенных органов после выпуска товаров, на примере Дальневосточного таможенного управления, показал, что наибольшую долю назначения таможенных проверок после выпуска товаров занимают аналитические работы, проведенные в рамках минимизации рисков по результатам выявленных профилей рисков. Тем не менее, прежде чем создать профиль риска, необходимо выявить потенциальные объекты контроля при помощи анализа декларационного массива выпущенных ДТ. Автоматизация данного процесса необходима в эпоху цифровизации общества.

В связи с выявленной проблемой в качестве предложения по совершенствованию инструментов выбора объектов таможенного контроля на этапе после выпуска товаров предлагаем провести мероприятия, направленные на повышение эффективности методов, используемых должностными лицами подразделений таможенного контроля после выпуска товаров.

Одним из методов, используемых должностными лицами, является система «цифровой двойник». Данная цифровая технология постконтроля позволяет выбирать из обширного перечня участников ВЭД потенциальных нарушителей.

Под цифровым двойником подконтрольного лица понимается постоянно меняющаяся цифровая копия (цифровой профиль) подконтрольного лица, позволяющая с использованием методов анализа (в том числе статистических, математических методов анализа временных рядов) оценивать и моделировать (предсказывать) его поведение, а также определять необходимость проведения в отношении него контрольных мероприятий.

Информационной основой модели являются информационные ресурсы, имеющиеся в таможенных органах, а также информация, получаемая из информационных ресурсов федеральных органов исполнительной власти посредством СМЭВ.

Перечень подконтрольных лиц формируется автоматически системой на основе сведений, содержащихся в АИС ЦРСВЭД (идентификаторы подконтрольного лица: ОГРН и ИНН). В перечень не включаются ликвидированные подконтрольные лица, находящиеся в стадии ликвидации, банкротства.

По каждому подконтрольному лицу из Перечня системой осуществляется автоматически расчет оценки его деятельности с использованием следующих групп критериев оценки:

- 1) ведения внешнеэкономической деятельности;
- 2) изменения динамики показателей таможенного декларирования («сигнальная статистическая информация»);
- 3) законопослушности лица и связанных с ним лиц;
- 4) наличия признаков фирмы – «однодневки»;
- 5) возможного использования лицом способов уклонения от уплаты таможенных платежей;
- 6) внешнеэкономических сделок;
- 7) финансовой устойчивости;
- 8) лиц, задействованных по сделке.

«Цифровой двойник» поможет автоматизировать процесс выбора объектов таможенного контроля с целью минимизации случаев нарушения права ЕАЭС и законодательства РФ. В результате чего угрозы финансово-экономической безопасности РФ уменьшится, и экономическая эффективность от проведения таможенного контроля увеличится.

Вторая проблема следует из первой. В случае выбора потенциального объекта нарушения таможенного законодательства нередко возникает необходимость получения деклараций на товары из страны назначения. В связи с этим в соответствии с пп. 6 части 2 ст. 233 Федерального закона № 289-ФЗ одним из оснований для наложения ареста на товары является отсутствие в базах данных деклараций на товары, в том числе в базах данных, содержащих сведения из деклараций на товары, полученные от таможенных органов других государств – членов Союза в соответствии со статьей 370 ТК ЕАЭС, сведений о факте выпуска товаров с идентификационными номерами (серийными заводскими номерами), нанесенными на товары, если в отношении указанных товаров установлено требование об указании в декларации на товары идентификационного номера (серийного заводского номера). То есть проблема взаимодействия таможенных органов между собой в рамках Евразийского экономического союза.

В рамках решения второй проблемы следует рассмотреть следующий путь ее решения. Исходя из практики проведения таможенного контроля при обороте товаров получение информации из деклараций на товары от таможенных органов государств-членов Союза занимает продолжительный период времени

(несколько дней или недель). В срок ожидания данной информации выявленные товары вывозятся из мест реализации, что не позволяет в дальнейшем наложить на них арест. Для решения данного проблемного вопроса необходимо наличие возможности в оперативном порядке получить сведения из деклараций на товары, полученные от таможенных органов других государств – членов Союза в соответствии со статьей 370 ТК ЕАЭС, сведения о факте выпуска товаров с идентификационными номерами (серийными заводскими номерами), нанесенными на товары. В этой связи предлагается рассмотреть вопрос о предоставлении доступа к базам данных государств-членов Союза должностным лицам ПТКПВТ по товарам, в отношении которых установлено требование об указании в декларации на товары идентификационного номера (серийного заводского номера).

Деятельность таможенных органов не совершенна. Существует ряд направлений, которые необходимо совершенствовать с целью минимизации угроз.

Список использованных источников:

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (Приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный интернет-портал Консультант Плюс.
2. Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304093
3. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
4. Распоряжение Правительства РФ от 23.05.2020 № 1388-р «Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года».
5. Дорожкина Т.В. Роль таможенных органов в создании благоприятного бизнес-климата на территории ЕАЭС / Т.В. Дорожкина, К.В. Полякова // *Modern Economy Success*. – 2020. – № 2. – С. 110-114.
6. Качанова Л.С. Мониторинг и оценка уровня финансовой безопасности региона / Л.С. Качанова, В.А. Кузминов, Т.А. Саадулаева // *Экономика и предпринимательство*. – 2021. – № 9 (134). – С. 528-531.
7. Качанова Л.С. Повышение эффективности единой хозяйственной политики ФТС в контексте реализации задач по обеспечению экономической безопасности России / Л.С. Качанова, В.А. Кузминов, Ю.Е. Шабашева // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. – 2022. – № 2. – С. 37-41.

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 9 / 2024

Подписано в печать 15.09.2024

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/>

