

**ЭКОНОМИКА
И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ**

ISSN 2587-5981

Периодическое издание
Выпуск № 11
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

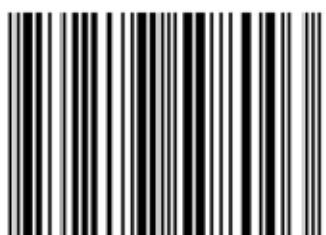
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

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. – № 11 (32).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА
«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Выпуск № 11 / 2024

Стр. 5 Васильев П.В.

Управление медиакомпанией: корпоративная культура, феномен команды и проблемы мотивации сотрудников

Стр. 16 Райко Г.А.

Стратегия Херсонского технического университета по преобразованию Херсонской области и ее интеграции в единое социально-экономическое пространство РФ

Стр. 23 Пронин И.И.

Развитие автодоставки в цементной отрасли России

Стр. 27 Инюкина А.Д.

Применение модели зрелости в управлении бизнес-процессами

Стр. 32 Инюкина А.Д.

Тенденции развития рынка индустрии гостеприимства

Стр. 37 Матвеева А.Е.

Реклама люксовых брендов на примере GUCCI

Стр. 41 Терешин В.А.

Анализ инвестиционной привлекательности публичной компании

Стр. 47 Степанов С.В., Ходаковский А.В.

Моделирование альтернативной социально-экономической экосистемы Новороссии

Стр. 54 Губанова А.Д., Николаева Е.Д.

Эволюция бухгалтерского учета: от ручных записей до цифровых систем

Стр. 54 Губанова А.Д., Николаева Е.Д.

Эволюция бухгалтерского учета: от ручных записей до цифровых систем

Стр. 59 Бугурнова А.А.

Анализ факторов выбора поставщика медицинского оборудования

Стр. 65 Воропаева А.В.

Оценка эффективности национальной платежной системы Российской Федерации как инструмента финансовой безопасности государства

Стр. 71 Солозобов О.А.

Сравнительный анализ национальных моделей регулирования цифровых финансовых активов и их аналогов

Стр. 78 Еремченко А.Г., Шипов О.И.

Анализ эффективности командной работы в удаленных условиях

Стр. 83 Гурьянов Т.А.

Этические аспекты в бухгалтерском и управленческом учете

Стр. 87 Князев И.А.

Проблема соотношения понятий цифровая валюта и цифровой рубль

Стр. 92 Сочинская К.В.

Инвестиционная привлекательность сферы недвижимости в условиях санкций

УДК 65

УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОМПАНИЕЙ: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, ФЕНОМЕН КОМАНДЫ И ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

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

Аннотация. в предыдущих статьях цикла «Управление медиакомпанией» были проанализированы задачи управления финансово-экономическим и хозяйственным блоками, обеспечения бесперебойности производственного процесса – главного производственного задания для целей мультимедийных редакций (ТВ, РВ, оф- и онлайн), рассмотрены основные приёмы управления конвергентными редакциями, а также задачи по формированию рекламно-коммерческой и внебюджетной доходности медиапредприятия.

В данной статье исследуются управленческие практики, применяемые в творческих трудовых коллективах по мотивированию сотрудников на высокие достижения в труде и эффективное выполнение своих профессиональных задач. Кроме того, в статье рассматриваются основные причины демотивации работников, практические приемы борьбы с данным явлением, оцениваются сопутствующие риски основному производству при наличии в компании демотивированного персонала. Оценивается феномен команды и корпоративной культуры как инструментов высокоэффективного управления трудовыми процессами и коллективами.

Abstract. in previous articles within the media management series of publications, the tasks of managing financial, economic and business performance of media companies for the purposes of ensuring a non-stop (uninterrupted) production workflow of content by multimedia editorial houses of (in TV, Radio, off-line and online media segments) were analyzed. Basic managerial techniques applied to convergent editorial offices were studied, along with the tasks of forming commercial, advertising and off-budget profitability of media systems.

The present publication focuses on the managerial practices applied in creative industries and editorial houses to motivate employees to achieve high results and effectively perform their professional duties and production tasks. The article analyzes major reasons for personnel demotivation as well as a number of practices of combating this phenomenon, along with evaluating major associated risks for the main workflow and production from demotivated personnel. The team effort and corporate culture phenomena as tools of effective management are looked at.

Ключевые слова: медиаменеджмент, управление медиакомпанией, мотивация, демотивация, феномен команды, корпоративная культура, СМИ.

Key words: media management, media production tools, motivation, demotivation, teambuilding, corporate culture, mass media.

Введение. Трудовые отношения в любой сфере деятельности или производства – всегда отношения между работодателем и работником. Они должны быть предельно точно определены и оформлены в установленном законом порядке. При поступлении на работу сотрудник подписывает два документа, которые формируют контур его должностных обязанностей и прав – трудовой контракт и трудовые обязанности. Главной отличительной особенностью трудового контракта от договора является наличие в нем четко очерченных условий выполнения работы и срочность его характера (например, на 1 год). «Понятие «контракт» от латинского значит «сделка». Сделка значит, что стороны устанавливают конкретные условия. Уклонение от выполнения обязательств по нему служит основанием для обжалования противозаконных действий в суде. Сделка имеет гражданско-правовой характер, а потому к таким правоотношениям применяются нормы ГК» [1].

Актуальность. Главная цель системы управления – развивать компанию. Залог успешной работы медиапредприятия в слаженности действий команды на всех этапах производства и трудовых отношений и хозяйствования. Поэтому одной из первоочередных задач менеджмента – выстроить эффективную систему управления предприятием, производственными процессами и персоналом, обеспечить мотивацию работников на требуемый результат, контроль и своевременную корректировку состояния межличностных отношений как части формирования работа ориентированного микроклимата в трудовом коллективе. Правильно мотивированные сотрудники лучше работают, соблюдают трудовую дисциплину и субординацию, выполняют производственные задания качественно и в срок, не допуская произвольного их толкования или игнорирования.

Основная часть. Трудовые обязанности работника определяются статьей 21 Трудового кодекса РФ. Она обязует сотрудника добросовестно исполнять свои трудовые обязанности, возложенные на него трудовым контрактом (в некоторых случаях договором), в частности:

- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать трудовую дисциплину;
- выполнять установленные нормы труда;
- соблюдать требования по охране труда и обеспечению безопасности труда» и т.д. [2].

Перечень трудовых обязанностей работника должен быть максимально точно определен и закреплен трудовым контрактом, как и правилами внутреннего трудового распорядка – должностными обязанностями, где устанавливается режим рабочего времени и выполнение трудовой функции с учетом специфики деятельности конкретной организации и т.п. Соблюдение данных позиций необходимо для исключения произвольного или превратного толкования как работодателем, так и работником своих трудовых обязанностей и прав сторон с целью предотвращения трудовых конфликтов и споров.

Приемы мотивации. В интересах любой бизнес-структуры добиться максимально полного и эффективного режима производства и хозяйственной деятельности в целом в рамках выполнения установленных плановых

показателей. Данная совокупность задач означает выстраивание максимально рационального и детализированного режима реализации (осуществления) производственных и трудовых отношений, включая определение и постановку задач, коммуникацию, контроль и исполнительскую дисциплину. От того насколько успешно менеджмент справляется с решением данных задач, во многом будет зависеть динамика развития трудовых отношений на предприятии.

Исследования показывают, что среднестатистический российский работник использует свой потенциал лишь на 50 %, тратя остальное время на нерабочие занятия, включая соцсети [3]. «... более 60% из 1720 опрошенных подтвердили, что пользуются социальными сетями на рабочем месте. И только для 6,2% доступ ограничен со стороны работодателя. Дополнительно отметим, что порядка 67% опрошенных специалистов находились в возрасте от 25 до 44 лет» [4].

Наиболее широко применяемый прием — материальная и нематериальная мотивация персонала со стороны компании, побуждающая сотрудников работать эффективнее, качественнее и продуктивнее. Логично возникает ряд вопросов: любого ли сотрудника можно мотивировать на качественное выполнение работы для достижения установленных компанией целей? Всегда ли практики и приемы мотивации обеспечат требуемый результат?

Всемирно признанный гуру мотивационного консалтинга Брайан Трейси (автор книги «Мотивация») утверждает, что мотивировать людей, чьи ценности не совпадают с ценностями вашей организации, бесполезно. Однако, продолжает он, можно создать некую рабочую среду, которая будет их мотивировать на 100% [5]. Мгновенно возникают новые вопросы: что за продукт и с чьими ценностями эти работники будут производить? Компания такой «продукт» сможет использовать без ущерба для себя?

Эйчар-специалисты определяют мотивацию труда, как «комплекс мероприятий, направленный на внутренние ценности и потребности подчиненных, стимулирующих не только к работе в целом, но и прежде всего к усердию, инициативности и желанию трудиться. А также к достижению поставленных целей в своей деятельности, к самосовершенствованию профессионального уровня, и повышению общей эффективности предприятия» [6]. К основным целям мотивации персонала относят следующие задачи:

- увеличить ключевые показатели бизнеса и оптимизировать процессы;
- повысить качество и производительность труда;
- повысить лояльность сотрудников и привлечь лучших специалистов;
- выявить потенциальных лидеров и перспективных сотрудников;
- сплотить команду [6].

Одним из традиционных и весьма эффективных инструментов мотивации работника в медиаотрасли принято считать материальный фактор – систему оплаты труда, построенную на принципах базовой части контракта (оклада) и нескольких переменных видов стимулирующих надбавок. Их размер и количество определяется ежемесячно уполномоченным лицом со стороны работодателя для каждого работника по итогам его участия в производственных

процессах, включая соблюдение трудовой дисциплины, корректности межличностных отношений и т.п. Надбавки могут назначаться за:

- напряженность или интенсивность;
- высокие достижения в труде;
- профессионализм;
- выслугу лет и т.д.

Использование ежемесячных стимулирующих надбавок фактически может удваивать и даже утраивать размер оплаты труда. Именно от работника, полноты и корректности выполнения им своих трудовых обязанностей, будет зависеть сумма начисления.

К материальным стимулирующим факторам относят также начисление процентов от работы над материалами в рамках государственных, рекламно-коммерческих и иных типах контрактов. Переменная или премиальная часть включает в себя:

1. Процент или комиссионные. Начисления могут быть, как в сочетании с постоянным окладом, так без него – только премиальные.
2. Премии за достижение целей – за качественное выполнение задач или превышение установленных норм производства.
3. Премии за ценность сотрудника – за владение уникальными для компании навыками [8].

В практике широко применяются и иные формы материального мотивирования, например, бесплатные путевки в санаторий и на отдых, оплата работнику лечения, ценные подарки, разные типы страховок, участие в программах повышения профессиональной квалификации, оплаченных работодателем и другие. Крайне важно, чтобы система начисления стимулирующих надбавок и использование иных приемов материальной мотивации были бы предельно ясными для понимания всеми сотрудниками принципов их применения. Это необходимо для исключения подозрений руководства компании в разделении коллектива на «любимчиков» и «парий» (бесправной группы). Каждый работник должен четко осознавать, что его отношение к трудовым обязанностям, как и сам труд, будет замечен и оценен по достоинству в реальном времени.

В творческом коллективе, коим является любая редакция СМИ, оцениваться должно качество и полнота исполнения сотрудником своих прямых должностных обязанностей. С учетом постоянно ведущихся в творческой среде спорах о том, как этот процесс следует организовать, использовать можно следующий алгоритм: все решения на данный счет принимаются руководящей и визирующей инстанцией компании. Очевидно, что учитываться среди прочих критериев должны рейтинговые и метриковые показатели, которые получает тот или иной материал, сюжет или программа. Как и фактическая обязательная ежемесячная отработка за базовую часть зарплаты, интенсивность труда и его результативность. В частности, сколько за текущий месяц работником подготовлено материалов, каков их объем и хронометраж, какое количество рабочих смен отработал тот или иной сотрудник и т.п. Оцениваться должна работа в условиях многозадачности и сложных производственных задач.

Готовность работника к выполнению дополнительных производственных заданий или неспособность выполнить их качественно и в срок. Как и отказ от них. Необходимо оценивать соблюдение работником общередакционной трудовой дисциплины и прочие факторы, влияющие на результативность труда, качественную составляющую и выполнение единых для компании плановых показателей.

Не менее важно, чтобы установленные в компании принципы мотивации соблюдались топ-менеджментом. Например, когда в положении о компании, входящем в пакет уставных документов, зафиксировано право трудового коллектива на премиальные проценты в случае перевыполнения годовых плановых показателей по коммерческой и внебюджетной доходности, но персонал выплату не получает, это оказывается сильнейшим демотивирующим фактором. И даже ставит под сомнение выполнение компанией показателей следующего года.

Надбавки – хороший инструмент мотивации, хотя имеет одну специфическую особенность. Люди быстро к ним привыкают и начинают воспринимать как должное, а постоянно повышать зарплату невозможно. Кроме того, она не должна превышать среднюю по рынку. В этой связи задача менеджмента, если он намерен выстроить эффективно работающую систему материальной мотивации, добиться её корректного понимания трудовым коллективом – «надбавки не раздаются автоматически». Кроме того, в арсенале мотивационных приемов компании должны быть иные стимулы, включая нематериальные.

Приемы нематериальной мотивации. «В основе любой системы мотивации сотрудников лежит теория потребностей человека. Самая известная из них – пирамида Маслоу, согласно которой люди сначала удовлетворяют базовые потребности (еда, сон, безопасность), а затем закрывают потребности более высокого уровня (признание, самореализация)» (цит. по [9]).

Социологами установлено, что у разных поколений объективно существует разная приоритетность стимулов. Если старшие поколения мотивированы главным образом на материальный достаток и стабильность своего положения, то для молодых людей не менее (а порой и более) важно осознание своей миссии, цели, комфортность рабочей среды и уровень коммуникаций. В профессиональной среде специалистов по HR известен случай, когда, увольняясь из крупной компании, молодой сотрудник сказал руководителю: «Ты меня не вдохновляешь работать» [9].

Сравните этот пример с отношением работника одного из крупнейших советских СМИ к своему делу в начале 1980-х, свидетелем чего автор оказался. Вернувшись на рабочее место с перечеркнутым рукой главного редактора текстом, сотрудник сказал: «Наше дело – писать, их – вычеркивать». И сел переделывать материал.

В данных примерах принципиально важно видеть разницу поведенческих моделей подходов разных поколений. Во втором кейсе работник ясно понимает свою задачу – переделать материал так, чтобы получить визу главреда. Он

полностью мотивирован на работу. Тут даже присутствует эффект самомотивации: работник определил себе цель и намерен ее достичь.

В случае с молодым человеком (первый кейс) все гораздо сложнее. Тут присутствует целый букет комплексов и эмоций: обида, разочарование, каприз, неготовность или нежелание принять вызов. Его это ущемлено, и он использует возможность хоть как-то уязвить своего вероятного обидчика-начальника в ответ.

Перед нами разное понимание труда, производственных отношений, своей роли и места в системе служебных координат. Возрастной работник абсолютно самодостаточен, молодому требуется нянька...

Одной из основополагающих задач современного менеджмента, если тот намерен укрепить приток молодых квалифицированных кадров на производство, на которых в скором времени придется опереться, является воспитание молодых специалистов в рамках корпоративной культуры и ценностных установок компании. Ожидать, что по своему уровню профмастерства и мотивации они окажутся готовы к решению больших производственных задач, наивно. Сперва работодатель должен обеспечить им дальнейший профессиональный рост, повышение уровня трудовой дисциплины, сознательности и самооценки, а также сформировать логичные в своей последовательности перспективы карьерного роста: «видим цель – предъявляем результат – идем в рост». Вывод прост: «Можно придумать самый классный продукт, построить большую компанию, идеально отладить бизнес-процессы, но этого недостаточно. Если сотрудники не понимают, в чём ценность продукта и бизнеса, не чувствуют, что их труд ценят, – всё будет напрасно» [10].

Приемы нематериального мотивирования включают в себя систему поощрений и награждений грамотами, благодарственными письмами, всевозможными знаками отличия и официального признания и т.п. Они направлены на повышение самооценки работника, признания его роли и заслуг. И весьма эффективны в тандеме с материальными стимулами. Например, присвоение звания Заслуженный работник компании с вручением почетного знака, удостоверения к нему и ежегодно выплачиваемой премии, что закреплено в положении и приказе о данном звании [7].

Но самым действенным приемом материально-нематериального мотивирования является карьерный рост – включение сотрудника в кадровый резерв с постепенным продвижением по службе, что повышает его статусность и самооценку. Данный стимул конкретней других говорит о его ценности для компании, как и о намерении компании его удержать.

Что демотивирует работника. Демотивация – это опасный процесс, выражается в утрате сотрудником интереса к работе, энтузиазма и уровня продуктивности, «может привести к росту дисциплинарных нарушений (частым опозданиям, прогулам); снижению эффективности и качества работы конкретного сотрудника или команды в целом» [11]. Причины и триггеры демотивации могут оказаться самыми разными, но в их основе всегда лежат два фактора, которые формируются у человека с детства:

– **страх неудачи** – главное препятствие достижения успеха во взрослой жизни

– **страх быть отвергнутым** – та же боязнь критики, осуждения, боязнь совершить ошибку [(5)] Брайан Трейси. Мотивация, стр. 7

Когда внезапно выясняется, что сотрудник утратил мотивацию, причину следует искать не только в нем самом, но и в руководстве компанией или подразделением, в котором была выявлена потеря мотивации у работников. Причин чаще всего несколько. Это может быть неграмотное управление, размытость целей и задач, уровень задач ниже или выше, чем квалификация сотрудника, отсутствие перспектив, работа стала рутинной или требует бесконечных адаптаций к новым вводным, токсичность руководителя или деструктивность отношений в коллективе, но не менее важен характер самого работника. «Некоторые сотрудники имеют завышенные требования, мыслят негативно. Они всегда будут чувствовать себя недооцененными, сколько бы им ни платили и на какие бы уступки ни шли. Удерживать таких работников не стоит: именно они обычно становятся причиной описанной выше токсичности в коллективе» [12].

Демотивация не случается спонтанно или сама собой: она всегда индивидуальна и носит накопительный характер. Именно на эти обстоятельства необходимо обратить внимание, чтобы разобраться в её причинах. Принято различать три этапа демотивации:

– **1 этап** – у сотрудника легкий стресс или дискомфорт. Он пытается понять, с чем это связано — с начальством, коллективом или компанией.

– **2 этап** – открытое недовольство. Сотрудник может игнорировать поручения руководства, демонстрировать агрессию, уклоняться от выполнения задач.

– **3 этап** – отчуждение сотрудника от компании. Он теряет желание и интерес выполнять работу, конфликтует с коллегами и руководством [13].

Как правило, у такого сценария два исхода. Первый – быстрое увольнение – наилучший в сложившихся обстоятельствах выход. Второй – длящееся мучение для всех, которое все равно заканчивается увольнением, только в данном случае проблемным для обеих сторон.

Юристы и специалисты по HR придерживаются мнения, что процедура увольнения, оформленная по соглашению сторон – лучший способ расставания с токсичным работником, поскольку эту процедуру трудно в дальнейшем оспорить в судебном порядке. Особенно при полном соблюдении сторонами согласованных и зафиксированных в договоре условий по расторжению контрактных отношений. Тогда как увольнение по собственному желанию легко может быть опротестовано и даже отменено. Во-первых, у работника есть право отозвать свое заявление в установленный законом срок. Во-вторых, он может обратиться с жалобами на незаконность увольнения в надзорные и судебные органы, сославшись на написание заявления под административным давлением. Практика показывает, что в большинстве случаев при рассмотрении подобных споров контролирующие инстанции встают на сторону работника и выносят в адрес компании предписание о незаконности такого увольнения. Еще и с

выплатой компенсации за вынужденный прогул. Компания получает обратно и токсичного работника, и выход проблемы на новый уровень.

Некоторые выводы и эффект команды. Управление трудовыми коллективами, большими или маленькими, всегда искусство нахождения баланса и разумного компромисса между разными приемами и методами. Перед любым руководителем маячит угроза превратить предприятие в «маленький концлагерь», впасть «в сектантство» или распустить «бесконтрольную вольницу». Любая крайность – всегда проигрыш для менеджера. Каждый из методов, «кнут» и «пряник», эффективен лишь на короткой перспективе, дальше всегда приходится повышать ставки, а постоянно делать это невозможно. Главный секрет хороших отношений с людьми – внимание [14]. И авторитет руководителя.

Задача эффективного управленца создать на предприятии такой микроклимат и рабочую среду, которые бы стали максимально естественными, логичными и комфортными для успешного осуществления производственных отношений и коммуникаций. Цель – воспитать в работниках гордость за свое дело, привить им правильные ценности, раскрыть их таланты, создать атмосферу конструктивизма, когда сама атмосфера превратится в сильнейший мотивационный фактор.

Ни одна система, ни KPI, ни новоявленная научная мотивация труда АМИ-система [15] снимать-писать-выпускать высокорейтинговый контент журналиста не научит. Хорошим или плохим текст, как и сюжет делает сам автор. А последним «рубежом обороны» всегда оказывался редактор, который и должен быть для творцов и наставником, и авторитетом, и школой профессионального мастерства, и добрым советчиком. Даже несмотря на приход в профессию систем ИИ, которым, к слову, самим необходим строгий редактор.

Важным условием отстройки систем успешного управления компанией оказывается «эффект команды», в основе которого лежит высокая мотивация группы ключевых сотрудников работать на общий результат. Слаженная управленческая команда чрезвычайно эффективна и, по мнению многих специалистов по Эйчару, практически непобедима. Эффект команды достигается за счет следующих факторов:

а) самостоятельное регулирование интенсификации труда – для членов команды не существует нормированного рабочего дня;

б) высокая степень организации труда внутри команды – взаимозаменяемость, конструктивная коммуникация, рациональное распределение ролей, работа на опережение;

3) использование корпоративных форм принятия решений [16].

Именно эффективность работы управленческой команды определяет конкурентоспособность предприятия в целом.

На одном из недавних занятий по медиаменеджменту с магистрами 2 года обучения состоялся интересный диалог, который послужил триггером к написанию данной статьи. На семинаре обсуждалась некоторые задачи и приемы управления редакционным информационно-тематическим производством, в частности, как сделать скучный контрактный материал на «заезженную тему»

рейтинговым. Одна из студенток категорически отвергла такую возможность, заявив, что данная задача нереализуема. Аргумент о необходимости выполнения любых редакционных заданий максимально качественным образом, что является прямой обязанностью сотрудника и закреплено в контракте и должностных обязанностях, студентку не убедил. Как не убедил довод о необходимости соблюдения корпоративной трудовой дисциплины...

Споры по поводу того или иного редакционного задания регулярно возникают на летучках и в кабинетах. Более того, они часть редакционного производственного процесса. И это совершенно нормально. Нормально до тех пор, пока обсуждения направлены на творческий поиск оптимальных путей исполнения поставленной задачи. Но не на пространные рассуждения «надо – не надо», которые сродни отвлечению на негодный объект и только «замыливают» цель.

Задача менеджмента в редакционных коллективах выстраивать и прививать коллективу редакционную культуру и ценности, которые будут работать на обеспечение корпоративных целей и задач максимально полным и качественным образом. При этом помнить:

Творческие споры уместны до момента принятия решения.

Любое задание – это вызов, который мы принимаем, либо нет.

Тусклым или ярким материал делает автор.

Главный творческий мотиватор ты сам.

Дважды второй шанс жизнь вряд ли предоставит.

Редакционная работа крупных СМИ, особенно в рамках информационного производства, всегда ведется в режиме бесперебойности (нон-стоп), многозадачности, постоянных дедлайнов, новых вводных, вынужденной корректировки ранее принятых решений, срочной замены материалов, а часто и эфирной выдачи, что называется «с колес». Это работа в условиях постоянного цейтнота, стресса, риска вынужденных и невынужденных ошибок, а порой и цугцванга – когда любой ваш ход только ухудшает позицию и приходится выбирать меньшее из зол...

Выдержать такой рабочий ритм (порой граничащий с профессиональным выгоранием) способен только высокопрофессиональный коллектив с правильной мотивацией и точным пониманием принципов общередакционной дисциплины, которая должна исключать из производственного процесса все, что повышает риски потери времени, рабочего ритма и тормозит процесс. Обязанность команды управления состоит в том, чтобы в существующих реалиях обеспечить максимально возможное качественное и своевременное выполнение всех производственных заданий в рамках правового поля, профессиональных и корпоративных стандартов. И именно этими критериями в совокупности с результатами финансово-экономической и коммерческой деятельности измеряется эффективность системы управления медиакомпанией. Что, в свою очередь, позволяет судить о профессионализме менеджмента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Трудовой контракт и трудовой договор: в чем разница (6 основных отличий). Главный юрист. URL:\\ <https://glavny-yurist.ru/trudovoj-kontrakt-i-trudovoj-dogovor-otlichiya.html> - дата обращения 22.09.2024.
2. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. От 08.08.2024. КонсультантПлюс. URL:// https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/b94bd4dad3b39d0497eb33b8fc3d99356959c2da/ - дата обращения 22.09.2024.
3. Мотивация Брайан Трейси. Библиотека предпринимателя 21.06.2018. URL:// <https://dzen.ru/a/Wytn9MjfvACoVRX6> - дата обращения 22.09.2024.
4. Исследование: сколько трудового времени работники готовы тратить на социальные сети? PRODELO 29.08.2024. URL:// <https://prodelo.by/issledovanie-skolko-trudovogo-vremeni-rabotniki-gotovy-tratit-na-soczialnye-seti/> - дата обращения 22.09.2024.
5. Брайан Трейси. Мотивация, стр. 7. URL:// <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1726987866&tld=ru&lang=ru&name=6468-gorodnaneve-com.pdf&text=брайан%20трейси%20мотивация%20pdf&url=https%3A%2F%2Fgorodnaneve.com%2Fru%2Fuploads%2Flib%2F6468-gorodnaneve-com.pdf&lr=213&mime=pdf&l10n=ru&sign=5180a5cd2ef602b7c8263e46a45ffee4&keyno=0&nosw=1&serpParams=tm%3D1726987866%26tld%3Dru%26lang%3Dru%26name%3D6468-gorodnaneve-com.pdf%26text%3D%25D0%25B1%25D1%2580%25D0%25B0%25D0%25B9%25D0%25B0%25D0%25BD%2B%25D1%2582%25D1%2580%25D0%25B5%25D0%25B9%25D1%2581%25D0%25B8%2B%25D0%25BC%25D0%25BE%25D1%2582%25D0%25B8%25D0%25B2%25D0%25B0%25D1%2586%25D0%25B8%25D1%258F%2Bpdf%26url%3Dhttps%253A%2F%2Fgorodnaneve.com%2Fru%2Fuploads%2Flib%2F6468-gorodnaneve-com.pdf%26lr%3D213%26mime%3Dpdf%26l10n%3Dru%26sign%3D5180a5cd2ef602b7c8263e46a45ffee4%26keyno%3D0%26nosw%3D1> - дата обращения 22.09.2024.
6. Мотивация персонала: основные виды и методы. Система мотивации персонала. iTeam 14.01.2019. URL:// <https://blog.iteam.ru/motivatsiya-personala-osnovnye-vidy-i-metody-sistema-motivatsii-personala/?ysclid=m17hh1wgf3851570035> - дата обращения 22.09.2024.
7. Цикл практических семинаров повышения профессионального мастерства для руководящего состава и кадрового резерва филиалов ВГТРК. Внешние связи, GR, управление персоналом. Составитель Васильев П.В. Москва, 2021, стр. 61 – 73. URL:// <https://istina.msu.ru/publications/book/617834730/> - дата обращения 18.09.2024.
8. Главное о мотивации персонала. Что это такое и как можно мотивировать сотрудников. Skillbox Media. 4 июля 2022. URL:// <https://skillbox.ru/media/management/glavnoe-o-motivatsii-personala-chto-eto-takoe-i-kak-mozhno-motivirovat-sotrudnikov/?ysclid=m17geqq6z1785137660> - дата обращения 18.09.2024.

9. Торопова, Анна. Мотивации персонала в организации: как понять потребности сотрудников. Sbis. 4 фев. 2023. URL:// https://sbis.ru/articles/staff/motivatsiya_personala_v_organizatsyi?ysclid=m17ghh1lfa51802494
10. Как построить систему мотивации персонала. Practicum.Yandex.ru, 22 июля 2022. URL:// <https://practicum.yandex.ru/blog/motivaciya-personala/> - дата обращения 18.09.2024.
11. Основные факторы демотивации персонала и как с ними бороться. 42clouds.com. 7 июня 2024. URL://<https://42clouds.com/ru-ru/blog/advice/osnovnye-factory-demotivaczii-personala-i-kak-s-nimi-borotsya/> - дата обращения 18.09.2024.
12. Хайду, Наталья. 10 работающих способов, как мотивировать сотрудников материально и нематериально. Bitrix24, обн. 15.06.2024. URL:// <https://www.bitrix24.ru/journal/kak-motivirovat-sotrudnikov/?ysclid=m17he8xgqc752967835> - дата обращения 18.09.2024.
13. Тетерчук, Анастасия. 11 причин демотивации сотрудников. Как это разрешать. Officeline Media, 9 фев. 2021. URL:// <https://officelife.media/article/people/23538-10-prichin-demotivatsii-sotrudnikov-kak-eto-razreshat/?ysclid=m17w83uydh860951754> - дата обращения 18.09.2024.
14. Демотивированные сотрудники. Что с этим делать? Adindex, 17.03.2022. URL://<https://adindex.ru/publication/hr/opinion/2022/03/17/303328.phtml?ysclid=m18v5jl1hm517708317> - дата обращения 18.09.2024.
15. Научная система мотивации труда АМИ-Систем. URL:// https://ami-system-1.info/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=114392752&utm_term=---autotargeting&utm_content=16514033860&yid_addphrases=no&yid_addphrasestext=none&yid_campaign_type=type1&yid_device_type=desktop&yid_gbid=5494679002&yid_phrase_id=53106126712&yid_retargeting_id=53106126712&yid_adtarget_name=&yid_adtarget_id=53106126712&yid_position=0&yid_position_type=none&yid_source=mail.ru&yid_source_type=context&yid_region_name=Москва&yid_region_id=213&0&0&16514033860&yid=4479140651446566911 - дата обращения 18.09.2024.
16. Иванова Т.В. Эффективная управленческая команда и конкурентоспособность организации. Конкурентоспособность бизнеса, 2013 / 4 (40), стр. 76. URL:// <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnaya-upravlencheskaya-komanda-i-konkurentosposobnost-organizatsii-1> - дата обращения 18.09.2024.

УДК 332.145

СТРАТЕГИЯ ХЕРСОНСКОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ПО ПРЕОБРАЗОВАНИЮ ХЕРСОНСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ИНТЕГРАЦИИ В ЕДИНОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО РФ

Райко Галина Александровна, Херсонский технический университет. Херсонская область, г. Генричск

Аннотация. *Общественные и государственные деятели, а также ученые из разных стран активно занимаются вопросом устойчивого развития.*

Миссией ХТУ на стратегическую перспективу является системное обеспечение инновационно-проектного подхода к решению задач повышения качества жизни населения новых территорий Российской Федерации, развития их производственного потенциала и интеграции эко-хозяйственной и социально-культурной систем в единое социально-экономическое пространство России.

ХТУ может существовать и развиваться только тогда, когда его деятельность вносит значимый вклад в социально-экономическое развитие Херсонской области и обеспечивает продвижение присущих российской цивилизации ценностей в жизнь вновь присоединенных к России территорий.

Данная статья посвящена позиционированию Херсонской области и возможных вариантов ее социально-экономического преобразования.

Abstract. *Public and government figures, as well as scientists from different countries, are actively involved in the issue of sustainable development.*

The mission of KhTU for the strategic perspective is to systematically provide an innovative-project approach to solving the problems of improving the quality of life of the population of new territories of the Russian Federation, developing their production potential and integrating eco-economic and socio-cultural systems into a single socio-economic space of Russia.

KhTU can exist and develop only when its activities make a significant contribution to the socio-economic development of the Kherson region and ensure the promotion of the values inherent in Russian civilization in the life of the territories newly annexed to Russia.

This article is devoted to the positioning of the Kherson region and possible options for its socio-economic transformation.

Ключевые слова: *интеграция, устойчивое развитие, социально-экономическая система.*

Key words: *integration, sustainable development, socio-economic system.*

Введение. *Присоединение к России Херсонской области вызвало необходимость в решении ряда задач, касающихся реформирования системы развития региона и формирования на данной территории мировоззренческой и экономической системы, соответствующей принятой в России.*

В кратчайшие сроки предстоит сформировать контуры эффективной и справедливой социально-экономической системы, соответствующей глубинным российским архетипам сознания и культурно-историческому коду, веками обеспечивающему выживание и способность побеждать, сохраняя цивилизационную идентичность населения России и обеспечивая безопасность ее исторических территорий [4; 8].

Стратегическим ориентиром социально-экономического развития Херсонской области является самодостаточность её бюджета, включение в единое экономическое пространство РФ и переход к экологической, инновационной и социально-ориентированной модели экономического роста [8]. Для этого необходимо изменить традиционные механизмы использования доступных ресурсов и обеспечить рост за счет проектного инвестирования и перехода на инновационный тип роста (на основе регионального стратегического управления и планирования) в соответствии с Программой социально-экономического развития Херсонской области до 2030 года.

Целью исследования является разработка варианта концепции экологически устойчивого динамичного развития, в которой ключевым фактором является кластерный формат народного хозяйства в виде государственно-частного партнерства (ГЧП).

Материалы и методы исследования. Речь идёт о концепции экологически устойчивого динамичного развития, в которой ключевым фактором является кластерный формат народного хозяйства в виде государственно-частного партнерства (ГЧП) [3; 8]. Новая модель развития должна иметь адекватную систему механизмов, инструментов и методов управления, включая:

- агентство (корпорацию) развития, управляющее проектами запуска базовых «средне-технологичных» отраслей сельского хозяйства, промышленности и «хай-тек»;
- рынок эко-системных услуг, формирующий инвестиционную привлекательность новых отраслей и кластеров региональной экономики,
- органы местного самоуправления, осуществляющие поддержку и регулирование проектов развития;
- механизмы кадрового и научно-методического обеспечения региональных инновационных инициатив.

В основе рассматриваемых в данной статье вариантов развития территорий лежат следующие предпосылки:

- изменение модели развития региона, связанное с изменением системы управления;
- изменение структуры производства в различных отраслях, в связи с присоединением к Российской Федерации;

В связи с этим перед руководством Херсонской области возникают потребности:

- в структурах, ориентированных на формулирование, научно-методическое обоснование, информационное и консультационное сопровождение программ, проектов и мероприятий, реализуемых в целях социально-экономического развития области;

- в руководителях и исполнителях высшей квалификации;
- в необходимости в координации действий участников процесса реализации проектов и мероприятий развития.

Результаты исследования и их обсуждение.

Херсонская область – регион с хорошо развитым сельскохозяйственным производством. В регионе площадь сельскохозяйственных угодий около 2 миллионов гектаров.

Первое место в отраслевой структуре валовой продукции сельского хозяйства занимает растениеводство. Выращивание овощей и бахчевых имеют первостепенное значение. Херсонские арбузы и помидоры считаются знаком качества далеко за пределами области – они являются своеобразной визитной карточкой нашего региона.

Другие стратегически важные культуры для региона включают подсолнечник, соевые бобы и рапс. Среди зерновых культур особо ценятся пшеница, рожь, овес, ячмень и просо. Херсонская область также известна своими фруктовыми садами, где выращивают сочные абрикосы, персики, вишню, яблоки и сливы.

Херсонская область также известна как животноводческий регион: активно развиваются свиноводческие, молочные и птицефабрики. Крупный рогатый скот представлен основными породами, такими как Украинская красная молочная и Украинская черно-пестрая молочная.

Умеренный климат, черноземные почвы в сочетании с большим количеством солнечных дней в году (вегетативный период – 200 дней) создают благоприятные условия для выращивания зерновых культур, овощей, развития садоводства и виноградарства.

Песчаные морские пляжи, живописные речные пейзажи, целебное сочетание южного солнца и степного воздуха способствуют развитию рекреационно-туристического комплекса.

Традиционной для Херсонщины отраслью является виноделие.

Морское побережье Херсонской области знаменито своими бальнеологическими активами, что существенно влияет на развитие курортной сферы.

Природные ископаемые представлены главным образом месторождениями нерудных строительных материалов: цементные и кирпично-черепичные глины, мергель, известняк, строительный песок.

Полезные ископаемые представляют природные минеральные образования в земной коре неорганического и органического происхождения, которые при данном уровне экономики и техники могут быть использованы в народном хозяйстве в естественном виде или после соответствующей переработки. Среди них распространены:

1. Флюсовые известняки.
2. Известняки для обжига извести.
3. Обломочные породы.
4. Месторождение торфа.
5. Составляющие стратегии ХТУ.

Ключевой стратегической целью деятельности сотрудников, студентов и аспирантов ХТУ становится содействие формированию в Херсонской области эффективной высокотехнологичной системы регионального управления, целенаправленно формирующей новую природо-хозяйственную и социально-культурную реальность.

В рамках достижения стратегической цели в ХТУ формируется модель (онтология) интеграции факторов природной среды, информационного цифрового поля, высоких технологий, компетенций делового администрирования, инновационного предпринимательства, а также действий федеральной и региональной власти и местного самоуправления в процессах комплексного развития присоединенных к России территорий.

Воплощение модели (онтологии) комплексного инновационного развития новых территорий РФ осуществляется посредством генерации в ХТУ потока инновационных проектов, формирующих конкурентоспособные производственные и сервисные кластеры Херсонской области и Новороссии. Ключевыми элементами инструментария, обеспечивающего запуск потока проектов являются:

1. Научно-исследовательский Институт «Меотида»:

- создается ХТУ во взаимодействии с Министерством высшего образования и науки Российской Федерации;
- обеспечивает разработку системы стратегического управления эко-социально-экономическим развитием Херсонской области;
- выполняет проектирование комплекса механизмов научно-методического, нормативно-правового, градостроительного и информационно-технологического обеспечения задач повышения качества жизни населения, развития производственного потенциала и интеграции эко-хозяйственной и социальной системы Херсонской области в единое социально-экономическое пространство России.

2. Совет по изучению, развитию и размещению производительных сил Херсонской области:

- имеет в своем составе представителей Администрации Херсонской области, городских и муниципальных округов, органов местного самоуправления, владельцев и руководителей предприятий крупного, среднего и малого бизнеса, сотрудников ГХТУ и привлеченных отраслевых экспертов;
- выполняет функции экспертно-консультационной поддержки и координации деятельности участников развития и обеспечение синергии их замыслов и действий;
- обеспечивает интеграцию в состав программ и проектов знаний и опыта лучшей местной, российской и зарубежной практики;
- формирует требования к научно-методическому, правовому и информационному обеспечению задач планирования и реализации программ регионального развития.

3. Эко-технопарк «Меотида» (ЭТП «Меотида»):

– является комплексным научно-образовательным центром с собственной научно-исследовательской и производственной базой, комфортной средой для учебы, работы, досуга и полноценной жизни студентов, сотрудников ХТУ и внешних участников инновационных проектов и программ, выполняемых на территории эко-технопарка;

– выступает – по аналогии с сочинским «Сириусом» – площадкой интеграции научно-исследовательских, образовательных и инвестиционно-проектных направлений деятельности ХТУ и его партнеров в единую систему инновационного социально-экономического развития новых территорий Российской Федерации.

4. Электронная платформа дистанционного обучения («цифровой университет»):

– обеспечивает возможность привлечения преподавателей из лучших ВУЗов России – кураторов ХТУ, способных дистанционно предоставить высококлассные образовательные услуги;

– позволяет осуществить набор и обучение студентов из любых регионов России, желающих получить бесплатное образование по наивысшим из существующих в стране стандартам качества и практической применимости;

– дает возможность повысить результативность и эффективность процессов функционирования и развития ХТУ за счет их цифровой трансформации.

5. Кафедра Регионального стратегического управления и планирования.

Кафедра готовит кадры по приоритетным направлениям специальности «Региональная экономика», которые включают:

– формирование механизмов устойчивого развития природно-хозяйственной системы Херсонской области;

– моделирование новых подходов к социально-экономическому развитию области;

– раскрытие инвестиционного, организационного и кадрового потенциала местного сообщества, развитие уникальных производств и сервисов, исторически воспроизводимых в Азово-причерноморском регионе;

– привлечение в регион новых «средне-технологичных» отраслей сельского хозяйства, промышленности, а также «хай-тек» индустрии, обеспечивающих занятость населения на предприятиях с высокой добавленной стоимостью;

– выход области на российский и международный рынки эко-системных услуг и обеспечение привлекательности региональной продукции и сервисов для стратегических инвесторов – территориальные социально-экономические подсистемы национальной экономики.

6. Лаборатория моделирования региональных социально-экономических систем

Ключевыми задачами лаборатории являются исследование и моделирование:

- систем управления изменениями в социально-экономических системах;
- региональной экономической политики;
- пространственного распределения экономических ресурсов;
- размещения производительных сил;
- формирования, функционирования и развития территориально-производственных комплексов (кластеров) и других форм территориально-организованных социально-экономических систем;
- механизмов региональной интеграции в единое экономическое пространство РФ.

7. Центр инвестиционно-строительных компетенций, выполняющий научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в сфере строительного материаловедения, энергетического обеспечения и включающий в свой состав

А. Инженерно-строительный факультет ХТУ, включающий в свой состав:

- кафедру дизайна и архитектуры, включая ландшафтную архитектуру
- кафедру промышленно-гражданского и дорожного строительства
- кафедру гидротехнического и энергетического строительства

Б. лабораторию управления инвестиционно-строительными проектами и программами

В. Научно-испытательную лабораторию строительных конструкций и материалов

Г. Научно-образовательный центр «Возобновляемые виды энергии и установки на их основе»

8. Политехнический колледж, осуществляющей реализацию программ среднего профессионального образования в целях обеспечения задач восстановления освобожденных территорий Херсонской области и Новороссии

Выводы. В качестве мер содействия становлению и развитию институциональной инфраструктуры ХТУ предлагается:

– включить ХТУ в число «дружественных» организаций областной и муниципальной Администраций в качестве сборочной площадки, «платформы» сборки смыслов, концепций, программ и мероприятий администраций всех уровней, их научно-методического обоснования и информационного сопровождения;

– поддержать стратегическую программу развития экосистемы ХТУ и обеспечить ее положительную рекламу на всех уровнях законодательной и исполнительной власти региона;

– наладить online-связь и войти в число участников Совета по изучению, развитию и размещению производительных сил Херсонской области, создаваемого на базе ХТУ;

– создавать совместные рабочие группы по разработке и исполнению проектов и мероприятий администраций всех уровней.

Список использованных источников:

1. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., Русский язык, 1989, т.2
2. Советский энциклопедический словарь. М., Советская энциклопедия. 1989
3. Конюховский, П. Математические методы исследования операций в экономике / П. Конюховский. – М.: [не указано], 2015. – 909 с.
4. Тихомирова, И. Инвестиционный климат в России: региональные риски / И. Тихомирова. – М.: Издатцентр, 2015. – 320 с.
5. Аксенова, Е.И. Формирование единого образовательного пространства и проблемы эффективной оплаты труда педагогических работников: экономические, правовые, организационные аспекты : монография / Е.И. Аксенова .– Москва : Директ-Медиа, 2019 .– 195 с. – ISBN 978-5-4499-0218-4 .– URL: <https://rucont.ru/efd/811143>
6. Василенко, В.А. Управление в экономике: постулаты, искажения, праксиология : монография / В.А. Василенко .– Москва : Директ-Медиа, 2020 .– 403 с. – ISBN 978-5-4499-1703-4 .– URL: <https://rucont.ru/efd/811078>
7. Гнатюк, В.И. Ранговый анализ в управлении : монография / В.И. Гнатюк .– Москва : Директ-Медиа, 2019 .– 530 с. – ISBN 978-5-4499-0155-2 .– URL: <https://rucont.ru/efd/810771>
8. Жихарев, К. Л. Проектное управление развитием региональной инновационной системы / К. Л. Жихарев .– 2-е изд., эл. – 1 файл pdf .– Москва : Социум, 2020 .– 208 с. – («Монография») .– ISBN 978-5-91603-720-3 .– URL: <https://rucont.ru/efd/810693>
9. Яськова, Н.Ю. Синергия инвестиций: проблемы, поиски, решения : [монография] / Д.В. Москвичев; Моск. гос. строит. ун-т; Н.Ю. Яськова .– 2-е изд. (эл.) .– Москва : Изд-во МИСИ-МГСУ, 2017 .– 258 с. ISBN 978-5-7264-1701-1 .– URL: <https://rucont.ru/efd/703126>
10. Уварова, С.С. Организационно-экономические изменения инвестиционно-строительного комплекса на микроуровне: управление и анализ : [монография] ISBN 978-5-7264-1555-0 .– URL: <https://rucont.ru/efd/703125>

УДК 656

РАЗВИТИЕ АВТОДОСТАВКИ В ЦЕМЕНТНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Пронин Игорь Игоревич,
Московская международная академия, г. Москва

Аннотация. В данной статье рассматривается актуальное направление для развития в цементной отрасли России – автомобильная доставка. Рассказывается о проблематике, которая существует в отрасли и о смене приоритета в типе доставки цемента в пользу автомобильного транспорта. Описаны самые значимые причины перехода основного объёма перевозки готовой продукции от железнодорожного транспорта к автомобильному. Рассматривается вопрос внедрения инновационных технологий в сфере автомобильных перевозок для минимизации затрат на топливо и повышения уровня конкурентоспособности предприятия.

Annotation. This article discusses the current direction for development in the cement industry in Russia – automobile delivery. It tells about the problems that exist in the industry and about the change of priority in the type of cement delivery in favor of road transport. The main reasons for the transition of the main volume of transportation of finished products from rail to road transport are described. The issue of introducing innovative technologies in the field of road transportation to minimize fuel costs and increase the competitiveness of the enterprise is being considered.

Ключевые слова: поставки, инновации, управление, эффективность, экономия ресурсов, сокращение затрат.

Key words: supply, innovation, management, efficiency, resource savings, cost reduction.

Введение. Цементная отрасль России является одной из самых стабильных производственных индустрий в стране и в мире, так как цемент является природным ресурсом и одним из основных строительных материалов используемых на протяжении сотен лет не имея аналогов в обозримом будущем. На данный момент в России насчитывается десять корпорация, которые включают в себя 52 цементных завода, 6 помольных и смесительных производств. По итогам 2023 года в России было выпущено 63 млн тонн цемента, отгружено за пределы России 1 млн тонн, а ввезено в страну 3,4 млн тонн зарубежного продукта [1, с. 22].

Основной задачей после производства цемента является доставка цемента до потребителя. В данном вопросе логистика цементной отрасли разделилась на два типа доставки: железнодорожным транспортом и автотранспортом.

До 2010 года основным видом перевозки цемента являлся железнодорожный транспорт, то уже к 2012 году объёмы перевозок ж/д и автотранспортом практически уравнились. Основной причиной тому стали

появление большого количества потребителей: заводов и производств железобетонных и прочих конструкций и изделий, в основе которых лежит цемент, не имеющих прямого выхода к ж/д путям. В связи с дорогим и достаточно сложным, а зачастую и невозможным, подведением железнодорожного пути к их производству, основным типом получения цемента является автодоставка. Такие производства имеют всё необходимое для хранения цемента, но в связи со своим месторасположением не имеют доступа к железнодорожным путям и станциям, либо производство настолько мало, что цемент в значительных объёмах просто не требуется.

По итогам 2023 года доля перевозки железнодорожным транспортом снизилась до 38,7% от общего объёма перевозок цементной продукции в стране [2]. Данная ситуация сложилась из-за сложной ситуации на железных дорогах в связи с приоритетом для составов со спец.грузом и пассажирскими перевозками в летний период для полного обеспечения пассажиропотока в сезон отпусков. Как следствие, это оказало влияние на своевременность доставки цемента клиентам в предыдущие несколько лет, и соответственно, на скорость отгрузки цемента с заводов в целом. Несмотря на трудности возникшие и с автомобильными перевозками, такие как резкое увеличение спроса на водительский состав на рынке грузоперевозок и дефицит грузового транспорта импортируемого в РФ, объём отгрузки в авто по итогам 2023 года вырос относительно 2022 года (59,3%) и составил 61,3% [1, с. 24].

Наглядное изменение соотношения ж/д перевозок и автодоставки в период с 2006 по 2023 гг. представлено на графике 1:

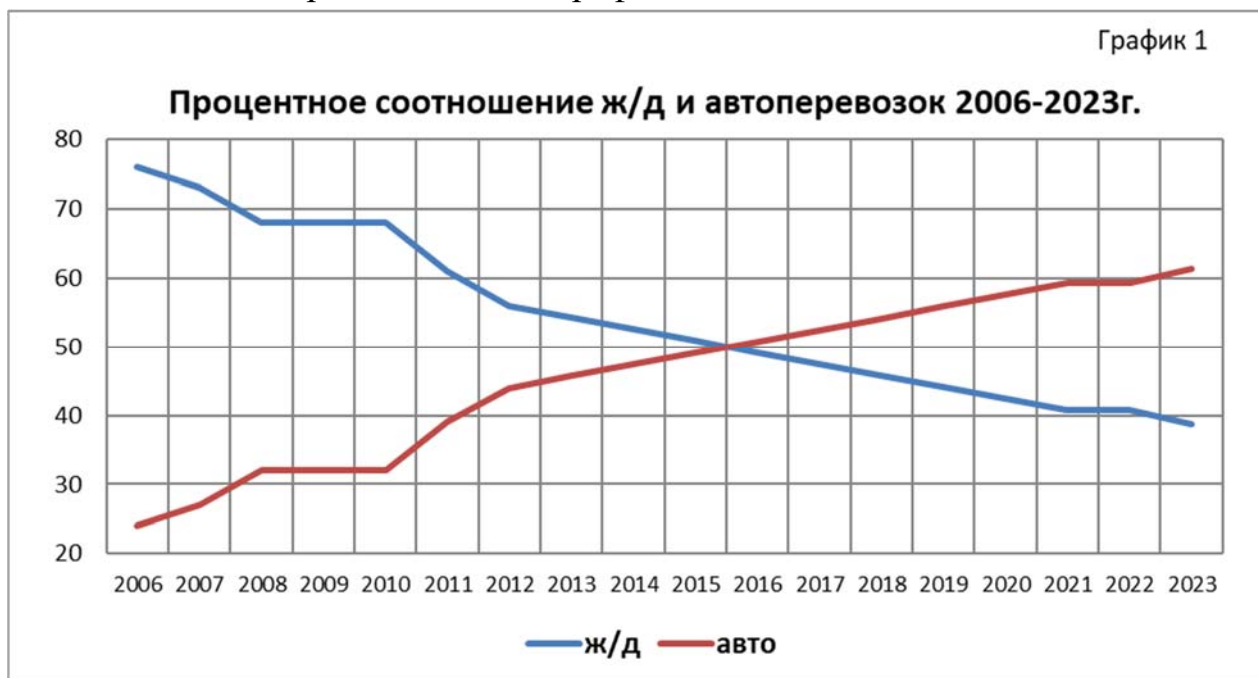


Рис. 1

На графике 1 можно увидеть, как с каждым годом развитие малых производств и потребность в снижении сроках доставки, для обеспечения

производств сырьём, с каждым годом меняют востребованность типа перевозки на цементном рынке. А возникающие на железнодорожной сети проблемы только ускоряют процесс перехода производств на автомобильную доставку.

Современный рынок развивается и в борьбе за клиентов производители стремятся улучшить качество предоставляемого сервиса, сделав доставку цемента простой и быстрой. В целом, конкуренция на рынке цемента постоянно растёт, что требует более современных и удобных логистических решений. Сфера логистики цемента будет развиваться в направлении клиентского сервиса, расширения центров дистрибуции и поиска наиболее быстрых и дешёвых способов доставки.

Одним из перспективных направлений развития, в снижении затрат на доставку готовой продукции – это переход на альтернативный вид топлива. Данное направление является перспективным, но требует серьёзной проработки, так как ранее в цементной отрасли не использовалось. Одним из вариантов альтернативного топлива для грузового транспорта – является природный газ. Данное направление начало своё развитие не так давно, в связи с переориентированием основных поставщиков природного газа на внутренний рынок России.

Таким образом, на рынке представлены два основных варианта газомоторного топлива:

1. Сжиженный природный газ (СПГ, или LNG);
2. Компримированный природный газ (КПГ, или CNG, также «метан»).

У обеих технологий есть свои преимущества и недостатки, основное преимущество СПГ – большая номинальная топливная экономия, основное преимущество КПГ – большее удобство и известность технологии, относительная простота монтажа и обслуживания.

Производители СПГ заявляют о значительных экономических показателях при использовании данного газомоторного топлива. Расчёт приведен в таблице 1 [3].

Таблица 1

Топливо	Расход на 100км*	Цена топлива с НДС**	Затраты на 1км	Пробег на 1000 руб.
ДТ	32 л	64,29 руб./л	20,6 руб.	48,5 км
СПГ	27 кг	45,00 руб./кг	12,1 руб.	82,6 км

* средний расход на маршруте движения под грузом и порожний возврат на загрузку

** по состоянию на 10.2024

При таких показателях, переход на автопарк работающий на СПГ может привести к серьёзной экономии затрат на топливо.

На данный момент опыт работы на СПГ в цементной отрасли крайне невелик, но уже есть возможность определить факторы, влияющие на работу такого автопарка.

Основной проблемой, которая усложняет перевод парка на СПГ – это уход европейских производителей СПГ-тягачей из России и отказ от их официального обслуживания, недостаточный опыт использования китайских тягачей, сложности с их сервисом и ремонтом.

На данный момент идёт активное развитие сети заправочных станций, на которых возможно заправить сжиженный природный газ, но пока что остаётся проблемой заправка автотранспорта, работающего в направлениях, где СПГ-станции ещё не установлены. В таких случаях необходимо менять маршрут доставки для заправки, что ведет к потере времени, перепробегу и снижению оборачиваемости транспорта.

Выводы. Развитие автодоставки в цементной отрасли и ежегодное снижение доли перевозки железнодорожным транспортом в пользу автодоставки, влечет за собой потребность в более детальном изучении данного направления. Пересмотр принципов подхода в управлении цепями поставок, развитие логистики и оптимизации затрат, изучение и внедрение инновационных технологий во всех сопутствующих сферах способствуют снижению издержек при производстве и доставке готовой продукции потребителям. Это даёт возможность обеспечить конкурентоспособность на рынке, не теряя качество производимой продукции и уровень предоставляемых услуг. Одним из самых перспективных направлений является внедрение СПГ-технологии в используемом для доставки готовой продукции автомобильном парке. Данное направление требует детальной проработки, но несёт в себе серьезный экономический эффект.

Список использованных источников:

1. Гузь, В. А. Российская цементная промышленность в 2023 году / В. А. Гузь, Е. В. Высоцкий // Цемент и его применение. – 2023. – № 6. – С. 22-25. – EDN NMIKFS.
2. СОЮЗЦЕМЕНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://soyuzcem.ru/>.
3. Презентация компании «НОВАТЭК-СПГ топливо» подготовленная к IX Форуму Дорожных инициатив 2023 года, лист 3.

УДК 658

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ ЗРЕЛОСТИ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ

Инюкина Александра Дмитриевна,
Кубанский государственный университет, г. Краснодар

Аннотация. В данной статье рассматривается важность и практическая ценность применения моделей зрелости для оптимизации бизнес-процессов и улучшения организационной эффективности. Экспериментальное внедрение моделей зрелости позволяет выявлять слабые места и устранять препятствия в управлении процессами, адаптироваться к меняющимся условиям рынка, повышать качество продукции и увеличивать прибыль.

Abstract. This article discusses the importance and practical value of using maturity models to optimize business processes and improve organizational efficiency. The experimental implementation of maturity models makes it possible to identify weaknesses and eliminate obstacles in process management, adapt to changing market conditions, improve product quality and increase profits.

Ключевые слова: модель зрелости, оптимизация, бизнес-процессы, СММІ, ВРММ.

Key words: maturity model, optimization, business processes, СММІ, ВРММ.

Введение в исследование моделей зрелости СММІ (Capability Maturity Model Integration) и ВРММ (Business Process Maturity Model) представляет особый интерес для понимания путей оптимизации бизнес-процессов в современных организациях. Эти модели служат инструментами для оценки и улучшения зрелости процессов, помогая компаниям достигать более высоких показателей эффективности и конкурентоспособности. Обе модели предлагают структуру для определения текущего состояния процессов и позволяют установить шаги для их дальнейшего совершенствования.

Целью данной работы является сравнительный анализ моделей СММІ и ВРММ, что помогает организациям эффективно управлять своими процессами и обеспечивать координацию между различными областями деятельности. Исследование направлено на выявление ключевых моментов интеграции и оптимизации, которые эти модели могут предложить для достижения организационной зрелости. Особое внимание уделяется способности данных моделей помогать в адаптации процессов к динамично изменяющимся условиям бизнеса.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей необходимостью компаний совершенствовать свои бизнес-процессы для поддержания конкурентного преимущества на глобальном рынке. В современных условиях цифровой трансформации и быстрой смены бизнес-приоритетов стратегии

повышения зрелости процессов становятся жизненно важными для устойчивого развития и роста организаций. Объектом исследования служат различные примеры применения моделей зрелости в компаниях, которые демонстрируют их практическую ценность и включают в себя стратегии цифровой зрелости.

Таким образом, данное исследование является значимым вкладом в понимание роли моделей зрелости в корпоративной стратегии и управлении процессами. Анализ СММІ и ВРММ моделей показывает, как они могут способствовать повышению эффективности и адаптивности организаций, предоставляя структуру и методологию для постоянного улучшения. Эти модели не только позволяют определить текущий уровень зрелости, но и разрабатывают планомерную эволюцию процессов, устойчиво ведущую к достижению стратегических целей.

Сравнительный анализ моделей зрелости СММІ (Capability Maturity Model Integration) и ВРММ (Business Process Maturity Model) представляет собой важный аспект в изучении оптимизации бизнес-процессов. Оба подхода позволяют организациям объективно оценивать свой текущий уровень зрелости, предоставляя структуру для его повышения. Модель СММІ фокусируется на совершенствовании процессов разработки и управления проектами, обеспечивая поддержку в установлении стандартизированных практик и процедур. В то же время, ВРММ направлена на управление бизнес-процессами и ориентацию на результат, что дает возможность интегрировать и оптимизировать процессы по всей организации [1].

Применение данных моделей зрелости значительно ускоряет процесс достижения более высокого уровня организационной эффективности. Например, СММІ предлагает организациям пятиуровневый подход, начиная от начального уровня, где процессы плохо контролируются, заканчивая оптимизируемым, где процессы подлежат постоянной верификации и улучшению. С другой стороны, ВРММ включает в себя измерение зрелости посредством диагностики и анализа текущего состояния процессов, что позволяет сфокусироваться на управлении изменениями внутри организации и повышать производительность. Особенно важно отметить, что «приведенная методика главным образом нацелена на создание условий эффективного контроля, оценки и анализа процессов предприятия, что позволяет своевременно выполнять их корректировку и совершенствование для обеспечения производства качественной продукции» [3].

Для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития, компании должны не только внедрять модели зрелости, но и адаптировать стратегии под свою специфику. Внедрение моделей СММІ и ВРММ помогает выявить слабые места и устранить препятствия на пути к повышению процессной зрелости. Этот подход способствует эффективному распределению ресурсов и улучшению качества продукции, что в итоге может привести к значительному увеличению прибыли. Таким образом, интеграция данных моделей в бизнес-процессы организации не только содействует повышению их зрелости, но и обеспечивает существенные конкурентные преимущества на рынке.

Исследование этапов зрелости и их влияние на бизнес-процессы играет важную роль в современных организациях, стремящихся повысить свою эффективность и конкурентоспособность. Процессная зрелость позволяет определить текущее состояние компании в управлении бизнес-процессами. Это важно для разработки стратегий улучшения и оптимизации деятельности. «Формирование и реализация модели процессной зрелости представляет чисто функциональный подход на организацию работ при осуществлении бизнес-процессов. Реализуя данный подход, организация, как правило, должна пройти конкретные уровни (стадии) зрелости, которые определяются ее способностью формировать собственные бизнес-процессы, а также управлять ими» [2]. Такая структура позволяет систематически выявлять узкие места и точки роста на каждом этапе развития организации.

Процессные модели зрелости наглядно демонстрируют, насколько готова организация эффективно управлять своими ресурсами и процессами. Особое внимание уделяется способности компании адаптироваться к изменениям и принимать обоснованные решения на основе анализа данных. Процессная зрелость организации определяется характеристиками возможности и способности, которые определяют текущий уровень развития деятельности [2]. Это позволяет не только оценить текущий статус, но и разработать планы и стратегические цели, направленные на улучшение ключевых показателей деятельности.

Реализация модели процессной зрелости помогает организациям планомерно двигаться от одного уровня зрелости к другому, повышая тем самым собственную эффективность и устойчивость. Интеграция этой модели способствует лучшему пониманию всех аспектов управления бизнес-процессами, а также выявлению областей, требующих доработки. В конечном итоге это ведет к более адаптивной и гибкой структуре компании, способной реагировать на вызовы внешней среды и изменения на рынке, что необходимо для поддержания конкурентного преимущества.

Применение моделей зрелости в компаниях представляет собой целостный и стратегически важный процесс, направленный на модернизацию и повышение эффективности бизнес-деятельности. Одним из ключевых преимуществ использования таких моделей, как СММІ и ВРММ, является их способность служить надежным руководством, помогающим организациям адаптироваться к изменяющимся бизнес-условиям. Эти модели позволяют четко определить текущее состояние зрелости процессов в компании и разработать структурированный план для перехода на более высокий уровень. В этом контексте «Модель процессной зрелости может служить руководством для формирования и разработки плана процессной эволюции, который показывает, на каком этапе зрелости находится организация и что необходимо сделать для перехода на следующий уровень» [2]. Благодаря такому подходу обеспечивается возможность выявления критических областей, требующих улучшения, что способствует общему росту и развитию компании.

Эффективное использование моделей зрелости, таких как оценка уровня цифровой зрелости, играет важную роль в конкурентоспособности современных организаций. Оно позволяет не только улучшить внутренние процессы, но и адаптировать их под требования цифровой трансформации. Оценка цифровой зрелости включает в себя анализ ключевых ресурсов и инфраструктуры, что в свою очередь дает возможность выявить потенциальные препятствия на пути развития. Например, «оценка уровня цифровой зрелости организаций позволяет выявить узкие места, такие как человеческие ресурсы, финансы или ИТ-инфраструктура» [4]. Такое глубокое понимание позволяет компаниям принимать обоснованные решения о том, какие изменения необходимы для продвижения вперед.

Рассмотрение реальных примеров внедрения моделей зрелости подтверждает их значимость и практическую ценность в условиях современного рынка. На основе данных оценок компании формируют детальные стратегии роста, что позволяет не только поддерживать устойчивость, но и активно развивать новые направления бизнеса. Компании, принимавшие такие подходы, отмечали улучшение операционных показателей и повышение конкурентоспособности благодаря более целенаправленной эксплуатации своих возможностей. Эффективное использование моделей зрелости становится важным элементом в арсенале менеджеров, стремящихся к инновациям и улучшению процессов, что положительно влияет на общую динамику развития как отдельных организаций, так и отрасли в целом.

Заключение данной работы резюмирует важность и практическую ценность применения моделей зрелости, таких как СММІ и ВРММ, в контексте улучшения корпоративных процессов и стратегий. Проанализированные модели помогают компаниям объективно оценивать и повышать свой уровень зрелости, что способствует оптимизации бизнес-процессов и улучшению организационной эффективности. СММІ обеспечивает структуру для стандартных практик в разработке и управлении проектами, в то время как ВРММ предлагает ориентированный на результат подход, позволяющий интегрировать процессы и повышать производительность по всей организации.

Экспериментальное внедрение моделей зрелости способствует выявлению слабых мест и устранению препятствий в управлении процессами. Это позволяет компаниям не только адаптировать свои стратегии под меняющиеся условия рынка, но и повысить качество своей продукции, что ведет к увеличению прибыли и конкурентного преимущества. Процессная зрелость организаций позволяет систематически улучшать бизнес-процессы, выявляя узкие места, и формировать функциональные подходы к управлению, что в конечном итоге создает более адаптивную и гибкую структуру, способную реагировать на внешние изменения.

Кроме того, актуальность оценки цифровой зрелости подчеркивается в контексте цифровой трансформации, обеспечивая организациям возможность своевременно адаптироваться к новым бизнес-условиям. Анализ цифровой

зрелости позволяет выявить ключевые проблемные области и разработать структурированные планы для их преодоления, что, в свою очередь, способствует общему развитию и инновациям во внутрифирменных процессах. Таким образом, модели зрелости представляют собой надежное руководство для стратегической эволюции компаний, предоставляя четкое видение путей улучшения и расширения предпринимательской деятельности.

В перспективе применение моделей зрелости может быть расширено за счет дальнейших исследований в области цифровой трансформации и интеграции современных технологий. Это предоставит менеджерам более обширные возможности для рационального использования ресурсов и адаптации бизнеса в условиях усиливающейся конкуренции. Оптимизация и модернизация бизнес-процессов на основе зрелостных моделей могут сыграть ключевую роль в обеспечении долгосрочной устойчивости и успеха организаций.

Список использованных источников:

1. Булавко О.А., Глухова Е.В. Оптимизация бизнес-процессов предприятий нефтегазового комплекса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 10 (228). С. 46-51. doi:10.46554/1993-0453-2023-10-228-46-51.

2. Житяева О.И. Управление эффективностью инновационных бизнес-процессов // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2021. Т. 12, № 4. С. 98-108. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2021-12-4-98-108>.

3. Мартыненко О.В., Кочегарова Т.С., Календаров Ф., Портнягин О.Б. Методика управления бизнес-процессами предприятия в рамках системы менеджмента качества // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 3. – С. 133-143.

4. Чурсин А. А., Кокуйцева Т. В. Развитие методов оценки цифровой зрелости организации с учетом регионального аспекта // Экономика региона. 2022. Т. 18, вып. 2. С. 450-463. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2022-2-11>.

УДК 658

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*Инюкина Александра Дмитриевна,
Кубанский государственный университет, г. Краснодар*

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние современных технологий на гостиничный бизнес. Автор подчёркивает трансформацию предприятий и способов взаимодействия с клиентами, обусловленную стремлением улучшить качество обслуживания и сформировать конкурентные преимущества. Перспективные направления дальнейших исследований включают изучение этических аспектов и разработку инновационных подходов для обеспечения устойчивого конкурентного преимущества.

Abstract. This article examines the impact of modern technologies on the hotel business. The author emphasizes the transformation of enterprises and ways of interacting with customers, driven by the desire to improve the quality of service and create competitive advantages. Promising areas for further research include the study of ethical aspects and the development of innovative approaches to ensure a sustainable competitive advantage.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, спрос, персонализация обслуживания, информационные технологии, цифровизация, конкурентное преимущество.

Key words: hotel business, demand, service personalization, information technology, digitalization, competitive advantage.

В последние годы гостиничная индустрия претерпевает значительные изменения под влиянием современных технологий. Эти изменения охватывают широкий спектр аспектов, начиная от улучшения качества обслуживания и заканчивая развитием новых стратегий управления и маркетинга. Основной темой данного реферата является исследование влияния современных технологий на гостиничный бизнес, а также анализ их роли в формировании конкурентных преимуществ и модернизации управления ресурсами и процессами. Объектом исследования являются различные инновационные технологии, применяемые в сфере гостеприимства, а целью — оценка их значимости и актуальности для предприятий данной отрасли.

Исследование актуально в контексте растущего спроса на уникальные и персонализированные услуги среди потребителей. Современные клиенты ожидают от гостиниц не только высокого уровня сервиса, но и возможности получения предложений, адаптированных под их индивидуальные предпочтения. Внедрение и активное использование инновационных технологий позволяет гостиничным предприятиям улучшать свои внутренние процессы и обеспечивать персонализацию обслуживания, что становится решающим

фактором в борьбе за лояльность клиентов. Однако данное направление требует от гостиниц гибкости и способности адаптироваться к стремительно меняющимся условиям рынка.

Особое внимание в работе уделено этическим аспектам, связанным с обработкой данных, необходимыми для реализации персонализированных предложений. Вопросы конфиденциальности и деликатности при использовании личной информации клиентов становятся все более значимыми, что диктует необходимость стратегической подготовки предприятий в вопросах соблюдения этики цифровых технологий. Это подчеркивает важность создания доверительных отношений с клиентами, без чего невозможно успешное развитие бизнеса в современных условиях.

Таким образом, исследование роли современных технологий в гостиничном бизнесе позволяет выявить ключевые тенденции в отрасли, включая цифровизацию процессов и развитие персонализированных услуг. Внедрение инноваций становится неотъемлемым элементом устойчивого конкурентного преимущества, в то время как этические аспекты обработки данных требуют от управляющих стратегической подготовки. В условиях динамичных изменений на рынке гостеприимства, данные аспекты определяют не только текущее положение предприятий, но и их будущее развитие и успех.

Влияние современных технологий на гостиничный бизнес является неоспоримым, ведущим к трансформации стандартов и подходов к управлению. Современные технологии способствуют улучшению качества обслуживания, что, в свою очередь, создает новые возможности для формирования конкурентных преимуществ. Однако процесс внедрения инноваций в гостиничную индустрию связан не только с модернизацией, но и с необходимостью адаптации к новым условиям рынка. Исследования показывают, что «инновации в индустрии гостеприимства проявляются как новые информационные, телекоммуникационные и организационно-управленческие технологии» [1]. Такое многообразие инноваций не только повышает эффективность операций, но и требует от гостиничных предприятий гибкости в управлении ресурсами и процессами.

На фоне активного внедрения технологий как инструмента совершенствования обслуживания, возникла проблема поддержания уникальности гостиничных предложений. Сегодня практически любая технологическая новинка в сфере гостеприимства может быть быстро адаптирована конкурентами, что создает дополнительные сложности в создании уникального гостеприимного опыта для клиентов. «Формирование уникальных конкурентных преимуществ на основе инновационной деятельности становится все сложнее, так как практически любая технологическая инновация может копироваться другими гостиницами» [1]. Это указывает на необходимость регулярного обновления стратегий и поиска более креативных решений, чтобы оставаться лидерами на рынке.

В заключение, современные технологии не только преобразуют гостиничный бизнес, но и стимулируют предприятия к поиску новых, более

изоощренных способов привлечения и удержания клиентов. Актуальность инновационных технологий в процессе управления гостиничным бизнесом подчеркивает важность внедрения стратегий, позволяющих не только улучшать внутренние процессы, но и развивать персонализированное взаимодействие с клиентами. Таким образом, гостиничным предприятиям необходимо не просто следовать текущим трендам, но и активно внедрять инновационные подходы, чтобы адаптироваться к стремительно изменяющемуся рынку и ожиданиям потребителей.

В условиях стремительного развития технологий индустрия гостеприимства сталкивается с новыми вызовами и возможностями, приводя к изменениям в структуру потребностей клиентов. Влияние цифровизации на предпочтения потребителей очевидно: современные клиенты ожидают персонализированных предложений, усиливающих их опыт взаимодействия с гостиничными услугами. Персонализация сервиса, позволяющая формулировать персональные скидки и предложения в автоматическом режиме на основе цифрового портрета пользователя, является одной из ключевых тенденций [2]. Однако использование таких инструментов поднимает вопросы этичности, так как сбор и использование данных требуют соблюдения конфиденциальности и деликатности в отношении личной информации клиентов.

Параллельно с этим, анализ интернет-реакций становится важным инструментом для формирования более точных и эффективных маркетинговых стратегий. «Анализ реакций в интернете может значительно увеличить информационную базу для совершенствования процесса оказания услуг клиентам, а также стать основанием для разработки и продвижения новых товарных предложений» [2]. Действительно, практика анализа отзывов и предпочтений позволяет предприятиям оперативно адаптировать свои предложения в ответ на изменяющиеся запросы рынка, укрепляя тем самым свою конкурентоспособность и восприимчивость к динамике потребительских требований. Эти данные выступают основой для инноваций и гибкости, которые становятся определяющими факторами в борьбе за лояльность клиентов.

Взаимодействие технологий и потребностей клиентов формирует новую парадигму гостиничного бизнеса, акцентируя внимание на персонализации и этических аспектах обработки данных. Внедрение аналитических инструментов и персонализированного подхода требует от гостиничных предприятий не только технической, но и стратегической подготовки, направленной на соблюдение баланса между инновациями и этикой использования данных. Такое развитие событий способствует не только повышению уровня обслуживания, но и созданию более глубоких и доверительных отношений с клиентами, что является основополагающим фактором в устойчивости и успехе в современном конкурентном окружении.

Современные изменения в индустрии гостеприимства требуют от гостиничных предприятий активного внедрения инновационных стратегий управления и маркетинга для повышения своей конкурентоспособности. Одной из ключевых составляющих успеха в этом направлении становятся

организационно-управленческие инновации, которые позволяют гостиницам улучшать качество предоставляемых услуг и укреплять свои позиции на рынке. «Организационно-управленческие инновации играют ключевую роль в повышении качества и конкурентоспособности гостиничного продукта» [1]. Внедрение новых подходов к управлению, таких как адаптация персонала под изменяющиеся условия и развитие гибких систем взаимодействия с клиентами, становится основным драйвером для достижения устойчивого конкурентного преимущества.

Технологические инновации и их использование в управлении продажами также становятся важными факторами успеха для гостиниц. Информационные технологии предлагают возможности не только для оптимизации внутренних процессов, но и для повышения удовлетворенности клиентов путем более точного удовлетворения их запросов. «Информационные технологии играют важную роль в управлении объемом продаж, и гостиничные предприятия должны активно развиваться в этом направлении, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов» [3]. Использование специализированного программного обеспечения и аналитических систем позволяет лучше понимать изменения в потребностях клиентов и быстрее реагировать на них, создавая более персонализированные предложения.

Таким образом, в условиях динамично развивающейся индустрии гостеприимства, использование инноваций в управлении и маркетинге становится не просто конкурентным преимуществом, а необходимостью для поддержания актуальности и успешности в условиях изменяющейся рыночной среды. Интеграция современных технологий в операционные процессы, а также адаптация стратегий бизнеса позволяет гостиничным предприятиям не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующую аудиторию, обеспечивая высокий уровень их удовлетворенности услугами. Это, в свою очередь, способствует формированию положительного имиджа и устойчивого развития компаниям в долгосрочной перспективе.

В заключение, влияние современных технологий на гостиничный бизнес представляет собой важное направление, трансформирующее как сами предприятия, так и способы их взаимодействия с клиентами. Эта трансформация обусловлена стремлением гостиничных организаций улучшить качество обслуживания и сформировать устойчивые конкурентные преимущества. Однако с ростом внедрения новых технологий возникает вызов в поддержании уникальности предоставляемых услуг, что требует от предприятий постоянного обновления стратегий и поиска инновационных решений.

Внедрение современных технологий оказывает значительное влияние на ожидания и предпочтения клиентов. Персонализация услуг и анализ интернет-реакций стали неотъемлемыми элементами для создания уникального и доверительного опыта взаимодействия с клиентами. В то же время, эти процессы поднимают вопросы этичности в использовании и защите данных, что требует от гостиничных предприятий стратегического подхода к соблюдению баланса между инновациями и безопасностью данных.

Организационно-управленческие инновации играют ключевую роль в повышении уровня обслуживания и конкурентоспособности гостиничных предприятий. В условиях динамично меняющегося рынка, использование информационных технологий позволяет оптимизировать внутренние процессы и более точно удовлетворять клиентские запросы, способствуя повышению их удовлетворенности и укреплению позиций на рынке. Это подчеркивает важность стратегической интеграции технологий в оперативные и маркетинговые процессы гостиничного бизнеса.

Перспективные направления дальнейших исследований заключаются в изучении этических аспектов использования клиентских данных и разработки инновационных подходов к обеспечению устойчивого конкурентного преимущества. Развитие цифровизации и персонализации в гостиничном бизнесе продолжит играть решающую роль в поддержании актуальности и успеха на рынке, обеспечивая долгосрочное устойчивое развитие и положительный имидж предприятий. Таким образом, интеграция инноваций становится неотъемлемой частью стратегического управления в индустрии гостеприимства.

Список использованных источников:

1. Гомилевская Г.А. Технологические и организационные инструменты гостиничных инноваций: мировая и региональная практика / Г.А. Гомилевская, Д.А. Савлук // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2022. № 3. С. 78-88. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2022-3-78-88>.
2. Диланян Э.А. Большие данные в деятельности организаций индустрии туризма и гостеприимства // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. – 2024. – №5(92).
3. Сидоров Д.С. Разработка мероприятий по увеличению объема продаж услуг на примере гостиницы «Сапфир» в г. Красноярске: дис. ... бакалавра. – Красноярск, 2023.

УДК 659.1

РЕКЛАМА ЛЮКСОВЫХ БРЕНДОВ НА ПРИМЕРЕ GUCCI

*Матвеева Аделина Евгеньевна, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва*

Аннотация. В данной статье исследуется преобразующая роль маркетинга в новых медиа в распространении и восприятии брендов класса люкс. Опираясь на недавние исследования о влиянии социальных сетей на потребление предметов роскоши, он углубляется в то что социальные сети изменили поведение потребителей, особенно среди состоятельных и амбициозных демографических групп. В исследовании приводится успех такого бренда как Gucci, в привлечении аудитории с помощью инновационных кампаний, сочетающих наследие и современность. В статье делается акцент на то, что люксовые бренды могут не только увеличить свое проникновение на рынок, но и внести позитивный вклад в достижение социальных целей, тем самым обеспечивая долгосрочную лояльность к бренду и его актуальность во все более цифровом и социально сознательном мире.

Abstract. This article explores the transformative role of marketing in new media in the dissemination and perception of luxury brands. Drawing on recent research on the impact of social media on luxury consumption, he delves into how social media has changed consumer behavior, especially among affluent and ambitious demographic groups. The study cites the success of a brand like Gucci in attracting an audience through innovative companies that combine heritage and modernity. The article focuses on the fact that luxury brands can not only increase their market penetration, but also make a positive contribution to achieving social goals, thereby ensuring long-term brand loyalty and relevance in an increasingly digital and socially conscious world.

Ключевые слова: реклама, маркетинг в социальных сетях, люксовые бренды, поведение потребителей, цифровые стратегии.

Key words: advertising, social media marketing, luxury brands, consumer behavior, digital strategies.

С непрерывным развитием технологий и развитием медиа-каналов, реклама, как важнейшая форма коммуникации, привлекла большое внимание в международных средствах массовой информации. Диверсификация покупательского поведения потребителей и стремительное развитие новых средств массовой информации придали первостепенное значение инновациям в стратегиях коммуникации бренда.

Новые медиа, такие как социальные сети, платформы self-media и платформы коротких видео, революционизируют традиционные маркетинговые модели и предлагают люксовым брендам совершенно новую арену для влияния на глобальных потребителей и влияния на их решения о покупке. Люксовые

бренды, придерживающиеся традиционных идеалов и демонстрирующие сильную эксклюзивность, чтобы подчеркнуть свою уникальность, должны адаптироваться к цифровой эпохе и самостоятельно внедрять инновации, чтобы обеспечить прибыльность, что является ключевым фактором [1].

Внедрение новых каналов медиа-маркетинга, в частности социальных сетей, изменило стратегии, используемые люксовыми брендами для взаимодействия со своими целевыми демографическими группами, особенно с состоятельными и амбициозными слоями общества. С помощью контент-маркетинга и маркетинговых стратегий KOL (Key Opinion Leader / ключевые лидеры мнений) люксовые бренды могут создавать нарративы о бренде, усиливая идентификацию потребителей с брендом и эмоциональную связь с ним. Растущее влияние социальных сетей на модели потребления предметов роскоши больше не является периферийным элементом, а является центральной силой, формирующей поведение и предпочтения потребителей.

Люксовые бренды, долгое время ассоциирующиеся с эксклюзивностью и наследием, теперь используют цифровой сторителлинг, партнерские отношения с инфлюенсерами и контент-маркетинг для создания иммерсивного и персонализированного опыта для своих потребителей.

Эффективная интеграция этих стратегий имеет решающее значение для брендов, стремящихся найти отклик у меняющихся чувств своей аудитории. Люксовые бренды, которые могут успешно ориентироваться в цифровой сфере, придерживаясь высоких стандартов устойчивого развития и социальной ответственности, готовы сохранить свое доминирование на рынке и привлечь социально сознательную потребительскую базу. Такой подход не только обеспечивает актуальность в быстро меняющемся мире, но и способствует долгосрочной лояльности и росту бренда. В следующих главах мы углубимся в каждый аспект этой многогранной темы, предоставив всесторонний анализ применения маркетинга новых медиа в индустрии роскоши [2].

Далее проанализируем современную рекламу бренда Gucci.

В последние годы Gucci стал авангардом цифровой трансформации индустрии роскоши, демонстрируя глубокое влияние новых медиакоммуникаций на поведение потребителей. Под творческим руководством Алессандро Микеле Gucci переосмыслил нарратив своего бренда, используя платформы социальных сетей для связи с более молодой, социально сознательной аудиторией.

Возрождение Gucci в качестве производителя предметов роскоши тесно связано с тем, что цифровые медиа стали ключевым компонентом его маркетинговой стратегии. Признавая силу визуальных образов в формировании восприятия потребителей, Gucci культивирует отличительную эстетику на таких платформах, как Instagram.

Лента бренда в Instagram – это тщательно подобранная галерея образов высокой моды, смешанных с искусством, культурой и закулисными взглядами, которые вместе создают вдохновляющий рассказ о стиле жизни, который находит отклик у целевой аудитории. Такой подход не только визуально привлекателен, но и способствует гуманизации бренда, делая его более доступным и понятным для более молодой аудитории [3].

Успех Gucci в цифровой сфере также объясняется его стратегическим партнерством с инфлюенсерами и знаменитостями. Сотрудничая с законодателями моды, которые воплощают ценности бренда индивидуальности и самовыражения, Gucci смог проникнуть в нишевые сообщества и укрепить чувство принадлежности среди своих последователей. Это сотрудничество часто принимает форму спонсируемых постов или кампаний под руководством инфлюенсеров, которые подчеркивают продукты бренда в реальном контексте, делая их более актуальными и желанными [4].

Кроме того, Gucci извлек выгоду из силы сообщества, создав онлайн-пространства, где подписчики могут взаимодействовать с брендом и друг с другом.

Такие инициативы, как #GucciGram, проект цифрового искусства, который предлагает художникам переосмыслить знаковые узоры и мотивы Gucci, не только создали пользовательский контент, но и усилили культурную актуальность и привлекательность бренда.

Создание цифровых сторителлингов Gucci свидетельствует о стремлении бренда сочетать наследие с инновациями. Благодаря иммерсивным кампаниям, которые подчеркивают мастерство изготовления и историю своей продукции, Gucci удалось донести ценность и престиж, ассоциирующиеся с предметами роскоши.

Одна из таких – это серия «Gucci Hallucination», которая сочетает в себе сюрреалистические образы с повествованиями, прославляющими наследие и мастерство бренда, обращаясь к желанию потребителя как к аутентичности, так и к фантазии.

В соответствии с Целями устойчивого развития Организации Объединенных Наций (ЦУР), в рамках своей экологической стратегии Gucci запустил новую экологичную серию под названием Gucci Off The Grid. В сериале в основном используется Эконил (Econyl), регенерированный нейлон, изготовленный из выброшенных рыболовных сетей и других брошенных рыболовных снастей, извлеченных из океана, в качестве основного сырья. Первая партия продукции включает в себя готовую одежду, брюки, сумки, рюкзаки, мини-сумки, обувь и другие аксессуары. Помимо Econyl, все другие материалы, используемые в новой серии, также являются экологически чистыми и пригодными для вторичной переработки, такие как кожа дубления без тяжелых металлов, перерабатываемые полиэфирные нити и подкладки, переработанная латунь и золото, а также клеи без растворителей.

Для продвижения серии Gucci запустило глобальную рекламную кампанию, концептуализированную креативным директором Алессандро Микеле и сфотографированную и срежиссированную фотографом и режиссером Хармони Корином.

В кампании участвовали глобальная активистка и обладательница премии «Оскар» актриса Джейн Фонда, лауреат премии «Грэмми» Lil Nas X, музыканты King Princess и Miyavi, а также защитник окружающей среды Дэвид Майер де Ротшильд. В рекламе городские жители живут в деревенских домиках на деревьях, которые и простой образ жизни, который они представляют,

метафорически выражают желание людей уйти от традиционной жизни и принять более автономное существование [5].

Таким образом, в сфере брендинга предметов роскоши искусство повествования имеет первостепенное значение.

Такой бренд как Gucci отточил технику сочетания своей богатой истории с современными повествованиями, создав уникальную форму цифрового повествования, которая увлекает и вовлекает аудиторию. Благодаря стратегическому использованию новых медиа-платформ эти бренды смогли создать захватывающий опыт, который перекликается с ценностями и стремлениями их целевой аудитории.

Цифровой сторителлинг позволяет брендам класса люкс демонстрировать свое мастерство, наследие и инновации, эффективно донося суть и ценности бренда до мировой аудитории.

Бренд Gucci овладел искусством цифрового сторителлинга, сочетая высококачественный визуальный контент с убедительными повествованиями, которые подчеркивают приверженность бренда творчеству, устойчивому развитию и социальной ответственности. Лента бренда в Instagram, представляющая собой яркое полотно из изображений и видеороликов, служит цифровой галереей, которая приглашает подписчиков окунуться в мир Gucci.

Список использованных источников:

1. Yue Zhao. Research on the Application of New Media in the Marketing of Cultural Tourism Brands. *Journal of News Research Guide*, 2024, Issue 5, pp. 254-256.
2. Pankiw, Stephanie & Phillips, Barbara & Williams, David. (2020). Luxury brands' use of CSR and femvertising: the case of jewelry advertising. *Qualitative Market Research: An International Journal*. ahead-of-print. 10.1108/QMR-05-2020-0061.
3. Wang, Ruochen. (2023). Research on the Consumer Behavior Characteristics and Digital Marketing Strategy of Gucci. *Highlights in Business, Economics and Management*. 23. 228-235. 10.54097/n4rnja71.
4. Cheng, Ziyi. (2024). Research on the Optimization of Marketing Strategies Based on Brand Image: How Gucci Adapts to the Current Chinese Market. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. 109. 122-129. 10.54254/2754-1169/109/2024BJ0129.
5. Михель А. Е. Речевые стратегии самопрезентации в имиджевом интернет-дискурсе (на материале англоязычной версии официального сайта GUCCI) // *Вестник науки*. 2023. №12 (69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevye-strategii-samoprezentatsii-v-imidzhevom-internet-diskurse-na-materiale-angloyazychnoy-versii-ofitsialnogo-sayta-gucci> (дата обращения: 11.11.2024).

УДК 330.322

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИИ

Терешин Владимир Александрович,
Научно-образовательный кластер

«Финансовый анализ и инвестиционные стратегии»;
Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва;
Акционерное общество «Корпоративный Центр «Мангазея»

Аннотация. В статье рассматриваются факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность организации, и исследуются способы анализа инвестиционной привлекательности на примере публичной компании (Публичного акционерного общества).

Проведенная аналитическая работа, в результате которой можно определить компанию-объект капиталовложений как предприятие, обладающее инвестиционной привлекательностью, позволит инвесторам снизить риски при инвестировании капитала в такую компанию. Снижение рисков, в свою очередь, будет способствовать повышению инвестиционной активности на рынке и, как следствие, экономическому росту предприятия в частности и отрасли, государства в целом.

Основной целью настоящей работы является определение и выявление факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность публичной компании и определение методов ее оценки.

Исследование теоретического материала приведено автором во взаимосвязи с практической составляющей, в том числе приведены математические методы вычисления инвестиционной привлекательности, что обуславливает практический интерес настоящей работы и возможности ее применения в условиях принятия инвестиционных решений.

Abstract. The article examines the factors influencing the investment attractiveness of an organization and explores ways to analyze investment attractiveness using the example of a public company (Public Joint Stock Company).

The analytical work carried out, as a result of which it is possible to identify the company-the object of investment as an enterprise with investment attractiveness, will allow investors to reduce the risks when investing capital in such a company. Reducing risks, in turn, will contribute to an increase in investment activity in the market and, as a result, the economic growth of the enterprise in particular and the industry, the state as a whole.

The main purpose of this work is to identify the factors influencing the investment attractiveness of a public company and to determine the methods of its assessment.

The study of the theoretical material is presented by the author in conjunction with the practical component, including mathematical methods for calculating

investment attractiveness, which determines the practical interest of this work and the possibility of its application in terms of making investment decisions.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиции, инвестор, риск, рынок.

Key words: investment attractiveness, investments, investor, risk, market.

Введение. Актуальность.

Как сообщает пресс-центр Московской биржи, по итогам февраля 2023 года число физических лиц, имеющих брокерские счета, достигло 24 млн. человек (+517,8 тыс. человек), ими открыто 40,4 млн. счетов (+866,4 тыс. счетов) [1]. По состоянию на 02 февраля 2024 года объем торгов на Московской бирже в январе 2024 года вырос на 31% в годовом выражении и достиг отметки в 107,9 трлн рублей [2]. Такие цифры наглядно демонстрируют интерес инвесторов - физических лиц к биржевой торговле и показывают ее популярность в финансовых кругах. Учитывая, что самыми популярными объектами инвестирования на бирже являются акции и облигации российских эмитентов, ключевым значением для определения объекта инвестиций является определение индикатора, помогающего нам ответить на вопрос, стоит ли приобретать конкретные ценные бумаги или лучше воздержаться от этого предприятия. Таким маркером определения качества ценных бумаг для принятия инвестиционного решения выступает инвестиционная привлекательность эмитента таких ценных бумаг. Поскольку основным условием допуска наиболее популярных в среде инвесторов ценных бумаг к организованной торговле на бирже, акций, является наличие у их эмитента публичного статуса, то наиболее актуальным представляется анализ инвестиционной привлекательности публичных акционерных обществ, акции которых допущены к организованным торгам на бирже.

Основная часть. Для того, чтобы определить эффективность принятых инвестиционных решений в частности и инвестиционной деятельности в целом, необходимо проанализировать их на предмет рациональности. В рассматриваемом случае под рациональностью подразумевается грамотное распределение инвестиционных ресурсов инвестора и управление ими. Не секрет, что необдуманные решения, также как и решения, принятые при недостаточной осведомленности об объекте капиталовложений, обладают повышенным риском и могут привести к потерям, порой достаточно серьезным. Конечно же, сложно представить инвестирование вне условий неопределенности и неоднозначности, что бы полностью исключало фактор риска, однако, риском можно управлять (работать над ним), в частности с помощью экономического расчета. Для снижения уровня риска необходимо разрабатывать и использовать надежные методы оценки инвестиционной привлекательности объекта инвестирования. Инвестиционная привлекательность предприятия в данном случае выступает показателем его эффективного функционирования. Высокий уровень инвестиционной привлекательности способствует формированию и укреплению видимых и скрытых преимуществ перед конкурентами корпорации [3]. Если гипотеза об инвестиционной привлекательности публичной компаний находит свое

подтверждение с помощью методологии экономических расчетов, то, следовательно, ее ценные бумаги также обладают инвестиционной привлекательностью и больше ценятся со стороны инвесторов. Прежде всего инвестиционная привлекательность для компании – это способность вызвать у реального инвестора практический интерес, будь он коммерческого или иного характера.

Для анализа инвестиционной привлекательности корпорации необходимо определить влияющие на нее факторы. В наиболее общих чертах их можно разделить на внешние (макроэкономические показатели) и внутренние (микроэкономические показатели). К внешним факторам, влияющим на инвестиционную привлекательность, можно отнести следующие:

- инвестиционная привлекательность страны – показатели ВВП и ВНП экономики государства, уровень и динамика инфляции, степень развития финансовой системы, налоговая политика государства;

- инвестиционная привлекательность региона – экономические показатели развития региона, показатели демографии и занятости населения региона, региональные налоговые льготы;

- инвестиционная привлекательность отрасли – баланс между конкуренцией и монополизацией отрасли, технологическое развитие отрасли, рентабельность отрасли, сроки окупаемости и пороги входа.

Среди внутренних факторов можно отметить следующие:

- финансовое состояние организации – представляет собой комплексный показатель, характеризующий механизмы привлечения и размещения финансовых ресурсов. Позволяет определить самостоятельность общества по его активам в разрезе отдельных групп активов и всего имущества в целом;

- деловая активность организации – совокупность мероприятий хозяйственного субъекта, показывающая степень развития и распространения его продукции или услуг на рынке. С помощью анализа деловой активности можно выполнить комплексное исследование по развитию организации в прошедших периодах и составить прогноз на будущие периоды;

- эффективность системы управления в организации – качественный показатель управленческих процессов предприятия, позволяющий определить стратегические цели организации и оценить методы их достижения. Благодаря ее исследованию можно определить результат хозяйственной деятельности благодаря сопоставления полученной прибыли с использованными для ее достижения ресурсами;

- производственный потенциал организации – наличие у организации капитала и ресурсов, направленных на производство. Позволяет определить способность организации мобилизовать производственные силы и выйти на новый уровень экономической эффективности [4].

Основываясь на установленных выше факторах, можно представить инвестиционную привлекательность публичной компании как совокупность информации, отражающей финансовую, коммерческую и производственную сторону компании, благодаря которой потенциальный инвестор может сделать вывод о целесообразности инвестиционных вложений в эту организацию. При этом важно отметить, что сама по себе инвестиционная привлекательность

выступает не только набором экономических и финансовых показателей, но и отражает модель внешней среды на уровнях государства, региона, отрасли под действием внешних факторов инвестиционной привлекательности. Можно обнаружить довольно примечательным тот факт, что инвестирование в наиболее инвестиционно-привлекательную компанию с точки зрения финансовых данных может оказаться менее рисковым, но и менее доходным. С другой стороны, инвестиции в компанию, обладающую меньшей инвестиционной привлекательностью сопряжено с большим риском, но также может быть более доходным в сравнении с инвестициями в компанию, обладающую наибольшей инвестиционной привлекательностью. Такое, казалось бы, противоречие можно объяснить тем, что для существенного увеличения финансовых показателей наиболее инвестиционно-привлекательной компании необходимо наибольшее капиталовложение. Одинаковые по размеру инвестиции могут не оказать существенного влияния на деятельность привлекательной организации и могут существенно повысить производственные показатели менее привлекательной компании, что значительно увеличит рентабельность [5].

Применительно к интересу инвестора в приобретении ценных бумаг публичной компании на организованных торгах наиболее важной, по убеждению автора, является остановка на факторах внешней среды. Сложно поспорить с тем, что основным маркером привлекательности для инвестора публичного общества является его капитализация, которая выражается на основе средневзвешенной рыночной цены его ценных бумаг в виде отражении котировок на фондовой бирже. Цены акций и облигаций на фондовом рынке подвержены волатильности, то есть изменению цены под действием различных факторов. Первостепенное влияние имеют те факторы, которые представляются наиболее наглядными и очевидными, не нуждающимися в дополнительном подтверждении – глобальные факторы, то есть макроэкономические. В первую очередь это состояние экономики страны в целом. Следовательно, влияние макроэкономических факторов сильно влияет на ценообразование торгуемых на бирже акций и облигаций, а те уже, в свою очередь, оказывают влияние на инвестиционную привлекательность их эмитента.

Результаты анализа внешних факторов указывают как на индикаторы опасности, так и на потенциальные новые возможности публичной компании. На этом этапе представляется целесообразным переход к анализу внутренних факторов. Итоги такого анализа могут определить как сильные, так и слабые стороны предприятия, на основании которых можно сделать вывод о способности или неспособности такого предприятия противостоять внешним угрозам, обнаруженным на этапе анализа внешних факторов. Поскольку внутренние факторы, в отличие от внешних, не столь очевидны и больше связаны с деятельностью самой компании, а не в среде ее нахождения, то автором представляется наиболее актуальным обратиться к методам анализа именно внутренних факторов.

Если рассматривать методы анализа внутренних факторов с позиции распространенности их применения, то на первый план выходит метод дисконтированных денежных потоков. Само по себе дисконтирование представляет собой расчет денежных потоков в будущем, исходя из их

стоимости в текущий момент [6]. Для наиболее наглядного представления этот метод можно представить следующим образом: происходит оценка средств компании в настоящее время, оцениваются возможные денежные поступления на выбранную дату в будущем, происходит сопоставление настоящих и будущих значений. При этом учитываются периоды (как правило, один период приравнивается к одному году). Суть такого метода сводится к сумме всех ожидаемых будущих доходов с течением времени. Рациональность данного способа обусловлена тем, что любой инвестор, приобретая акции или облигации публичной компании, приобретает не столько активы такой компании, сколько вполне конкретный поток прибыли (то есть денежный поток) [7]. Такое вычисление основано на гипотезе, что на определенный момент времени в будущем компания будет приносить доход. Таким образом, стоимость ценных бумаг представляется как стоимость денежных потоков в будущем. Такой расчет можно наглядно представить следующим образом:

$$PV = CF / (1 + r)^n, \text{ где}$$

PV – текущая стоимость денежных потоков;

CF – будущие денежные потоки;

r – процентная ставка для приведения будущих денежных потоков к текущей стоимости;

n – количество периодов, на которые прогнозируются денежные потоки.

Другим популярным методом является метод экономической добавленной стоимости Стерна-Стюарта (EVA, сокращенно от англ. Economic Value Added). Экономическая добавленная стоимость представляет собой чистую прибыль от производственной деятельности корпорации за вычетом затрат на собственный и заемный капитал. Показатель EVA рассчитывается по следующей формуле:

$$EVA = (ROIC - WACC) IC, \text{ где}$$

ROIC – рентабельность инвестиций;

WACC – средневзвешенная стоимость капитала;

IC – инвестиционный капитал.

Преимущество использования EVA в том, что этот показатель из него можно наглядно увидеть коэффициент рентабельности капитала, а также разрыв между задействованным капиталом и его стоимостью. В зависимости от трех возможных значений EVA можно определить поведение инвестора:

При **EVA = 0** стоимость публичной компании соответствует стоимости чистых активов ее баланса. В таком случае выгода от вложений в ценные бумаги такой компании будет равна 0.

При **EVA > 0** можно сделать вывод об эффективности инвестиций в рассматриваемую компанию при наблюдаемом превышении ее рыночной стоимости над балансовой.

При **EVA < 0** рыночная стоимость компании ниже балансовой стоимости ее активов. А в таком случае инвестирование в ценные бумаги этой компании представляется убыточным [8].

Выводы. В результате работы над настоящей статьей были достигнуты ее основные цели: определены факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность публичного акционерного общества, акции которого открыто обращаются на организованных торгах. Проведенный анализ выявленных факторов позволил подразделить их на 2 категории – внешние факторы (макроэкономические) и внутренние (микроэкономические). Была установлена рациональность при начале инвестиционного анализа с внешних факторов. Работа с внешними факторами, как было установлено, позволяет выявить слабые стороны объекта анализа во взаимосвязи с окружающей средой бизнеса на уровне государства, региона и отрасли. Имея представление о слабых местах организации, обнаруженных в ходе анализа внешних факторов, целесообразно перейти к анализу внутренних факторов. В результате такого анализа можно удостовериться в наличии или отсутствия потенциала компании для противостояния обнаруженным внешним угрозам. Также автором подробно разобраны методы проведения анализа инвестиционной привлекательности публичной компании.

Список использованных источников:

1. Сообщение пресс-центра Московской биржи [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.moex.com/n54937?ysclid=m3fuskrej3374653192>
2. Новость Интерфакс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/944302>
3. Серёгин С.С. и др. Потенциал инвестиционной привлекательности рыбохозяйственного комплекса Крымского федерального округа / С.С. Серёгин, В.А. Кибенко, А.Г. Нинидзе / Проблемы моделирования финансово-инвестиционной стратегии развития экономики регионов. Материалы форума (КРФИФ-2016) в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Вызовы и возможности финансового обеспечения стабильного экономического роста» 7-10 сентября 2016 г.: Сборник научных трудов. - Севастополь: СевГУ, 2016. - С. 48-495
4. Пупенцова С.В., Титов А.Б., Ливинцова М.Г. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия в условиях неопределенности и риска // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2020. – № 1, том 2. – С. 210-218
5. Гребенникова В.А., Калашников П.В. Определение инвестиционной привлекательности компании в зависимости от типа инвестора // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021 - № 3-1 – с. 148-153.
6. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика. - М.: Высшая школа, 1999. - 479 с.
7. Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг. - М.: Научно-техническое общество имени академика С.И. Вавилова, 2005. - 454 с.
8. Хелферт Э. Техника финансового анализа. Пер. с англ. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. - 663 с.

УДК 338.264

МОДЕЛИРОВАНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ НОВОРОССИИ

*Степанов Сергей Владимирович,
Херсонский технический
университет, г. Геническ*

*Ходаковский Алексей Владимирович,
Херсонский технический
университет, г. Геническ*

Аннотация. В статье представлено научное обоснование формирования механизмов устойчивого развития природно-хозяйственной и социокультурной системы Новороссии а так же варианты конструирования её новой модели в формате государственно-частного партнерства.

Abstract. The article presents a scientific rationale for the formation of mechanisms for the sustainable development of the natural, economic and socio-cultural system of Novorossia, as well as options for the formation of its new model based on public-private partnership.

Ключевые слова: региональная природо-хозяйственная и социокультурная экосистема, региональный природо-хозяйственный комплекс, региональные природо-хозяйственные кластеры, комплексная программа социально-экономической интеграции новых регионов.

Key words: regional natural-economic and socio-cultural ecosystem, regional natural-economic complex, regional natural-economic clusters, comprehensive program for the socio-economic integration of new regions.

Введение. Главные импульсы развития территории должны исходить из внутренних потребностей её населения, с учетом задач интеграции, путем мобилизации всех возможных материальных и когнитивных активов и ресурсов регионов Большой России.

Предметом нашего исследования является формирование и разработка гуманитарной, антропо-человекоцентрической парадигмы и перспектив развития новой модели, нового дизайна экосистемы – Новороссия-нова. Новый дизайн должен включать гармоничное сочетание созидательных движущих сил-энергий: конвергенции, интеграции и синергии с целью формирования эстетической и функционально качественной экосистемы Новороссия-нова.

Конвергенция – технологическое взаимопроникновение отдельных проект-бизнес-модулей, позволяющее формировать разнообразные НИР, производство и пакеты услуг, которые представляют современные технологии.

Интеграция – управленческое взаимодействие проект-бизнес-модулей, позволяющее избежать дублирования функций и эффективно распределять ресурсы.

Синергия – результат сотрудничества лабораторий, факультетов, кафедр и университетов с клиентами (инвесторами, потребителями и заказчиками) на основе платформы коммуникаций.

Эффективность программно-целевого сотрудничества возрастает, если оно проявляется в создании не только и не столько отдельных промышленных, сельхоз, транспортных и других объектов, сколько многоотраслевых региональных промышленных и агропромышленных комплексов, природо-хозяйственных кластеров, возникновение и развитие которых существенно влияет на изменение социально-экономического и социокультурного облика новых территорий и на структуру их интеграции в большую Россию.

«Самостийная» модель.

В настоящее время Новороссия позиционируется как «фронтир», переходная зона колониальной структуры социально-экономических и культурных укладов, рефлексивных методов принятия решений и всеобщей нестабильности. Целый ряд неблагоприятных факторов: СВО, эко-техногенная катастрофа Каховской ГЭС и Северо –крымского канала, зараженность и деградация почвенного покрова, естественная и искусственная депопуляция областей Новороссии и др., исчерпали доступные источники и резервы предыдущей модели развития. Сюда можно добавить слабо диверсифицированную отраслевую структуру экономики, ориентацию на производство продукции с низкой добавленной стоимостью, проблемы кадрового обеспечения, отсутствие промышленной, сельскохозяйственной и логистико-транспортной инфраструктуры.

Падение промышленного и частного спроса вызвало падение высокотехнологичных институтов и систем, приведших к комплексной деградации человеческого капитала, науки, образования и социокультурной системы. В результате техногенного воздействия пострадали системы лесозащитных полос, рыбные запасы Азовского бассейна, промышленная, транспортная и логистическая инфраструктуры.

Другими словами, вся совокупность био-антропо-этно-социо и других техногенезов территории находится в системном кризисе, а их гомеостазис стремится к обнулению.

Вызовы транзита.

Интеграция вновь присоединенных регионов в единое образовательное и социально-экономическое пространство России требует решения следующих жизненно важных вопросов:

- кто и каким образом будет осваивать пространство Новороссии?
- какую оптимальную модель управления природо-хозяйственной и социально-экономическими системами следует разработать?
- как сохранить цивилизационную идентичность населения и территории региона при вхождении в большую Россию?
- как избежать межрегиональной конкуренции за инвестиции, рынки сбыта и человеческие ресурсы?

И другие не менее важные вопросы, которые влекут за собой определение задач, целей, инструментов и механизмов, а также драйверов транзита.

Требуется модель управления хаосом, т.е. осознанный и проектируемый переход от существующего состояния «фронтара» к альтернативной социально-экономической экосистеме и её новые смысловые наполнение и осмысление.

Целью исследования является проектирование (моделирование) образа будущего – эстетичной и эргономичной природо-хозяйственной и социокультурной экосистемы Новороссии. При этом, задачи исследования включают: научное обоснование формирования методов, инструментов и механизмов триединства: конвергенции + интеграции + синергии – природо-хозяйственной и социо-культурной системы Новороссии. Цель обосновала задачи исследования в следующей последовательности:

1. Принципы управления природо-хозяйственной и социокультурной экосистемами Новороссии-нова;
2. Новые форматы функционирования и развития экосистем Новороссии-нова как объектов управления;
3. Научное обоснование управления изменениями в социальной, институциональной, структурной и инвестиционной гос. политике;
4. Проектирование систем управления природо-хозяйственной и социо-культурной экосистемы Новороссии.

1 октября 2023 года при Херсонском техническом университете был создан Научно-исследовательский институт «Меотида», обоснована его структура и штатное расписание.

Основными задачами НИИ являются:

- развитие и координация проектных форм научно-исследовательской деятельности Университета;
- формулирование и проведение исследований по перспективным направлениям науки;
- содействие повышению эффективности научных работ, проводимых сотрудниками кафедр и лабораторий Университета;
- участие в учебном процессе студентов и аспирантов, повышении квалификации сотрудников;
- оценка результативности проектных форм научно-исследовательской деятельности Университета;
- поиск и развитие сотрудничества с внешними партнерами в области проектных форм научно-исследовательской деятельности и стартапов Университета;
- стимулирование участия студентов Университета, путем их вовлечения в научные проекты и стартапы;
- обеспечение отбора перспективных проектов на этапе их инициации;
- обеспечение устойчивых условий работы НИИ для достижения запланированных результатов проектов с учетом заданных ограничений по ресурсам и срокам.

Сотрудники НИИ «Меотида» активно участвуют в разработке фундаментальной научной темы «Методы, модели и информационные технологии управления новыми территориями Российской Федерации».

Проект включает в себя:

- разработку системы стратегического управления эко-социально-экономическим развитием Херсонской области;
- проектирование механизмов научно-методического, нормативно-правового, градостроительного, технологического и информационного обеспечения качественных характеристик жизни населения, развития производственного потенциала и интеграции эко-хозяйственной и социальной системы Херсонской области в единое социально-экономическое пространство России.

Проект альтернативной (кластерной) модели социально-экономической системы Новороссии представлен на рис.1.



Рис. 1

Основными факторами экономического развития Новороссии являются:

- предполагаемый уровень инвестиций в производственную и социальную сферу;
- предстоящая динамика развития приоритетных отраслей экономики областей;
- количество реализуемых и потенциальных инвестиционных программ и проектов;
- интенсивность грядущих институциональных преобразований в регионе.

Помимо представленных в экономике региона макротенденций, существует целый ряд значимых барьеров и ограничений, которые будут учтены при разработке сценариев социально-экономического развития.

Риски и ограничения.

В основе перспективных природо-хозяйственных и социально-культурных трансформаций области лежат следующие риски и ограничения:

- изменение структуры собственности, связанное с выходом региона из «самостийной» модели развития;
- изменение отраслевой структуры производства в результате её адаптации к новой структуре спроса и предложения большой России;
- изменение геополитической ситуации, связанной с СВО и грядущими событиями в Новороссии.

Стратегические альтернативы.

Знакомство с заявленными сценариями социально-экономического развития областей Новороссии, включенных в состав РФ, позволяет свести их к некоему единому проекту развития Новороссии.

В предлагаемой стратегии устойчивого развития Новороссии на период до 2030г. предусмотрено возвращение России в свою естественную историческую геоэкономическую и геополитическую нишу. Разработку и размещение «точек сборки» страны и приемлемого для основных социокультурных групп населения образа будущего.

В связи с этим предстоит:

- достижение триединства: конвергенции + интеграции + синергии регионального, межрегионального, федерального и международного разделения труда и взаимного освоения производственных и инфраструктурных активов и ресурсов территорий;
- усиление социальной ориентации экономического развития;
- организация благоприятных условий для развития перерабатывающих мощностей малого и среднего бизнеса;
- повышение предпринимательской активности населения;
- создание и развитие производства и переработки вторичных материальных ресурсов, сельскохозяйственной промышленной и бытовой продукции с использованием передовых технологий;
- обеспечение инвестиционной привлекательности территорий, в том числе за счет планомерного, экономически целесообразного развития объектов инфраструктуры.

Основное противоречие развития Новороссии проявляется в следующем: уникальная гео-природная и гео-историческая локация имеющихся экосистемных, хозяйственных и инфраструктурных активов региона и, с другой стороны, устойчивая депопуляция возвращаемых территорий Новороссии с непредсказуемым результатом их освоения новой популяцией.

Вопросы онтологии будущего освоения: кто выгодоприобретатели? Откуда, с какой целью и какими средствами будет проходить освоение? Почему именно они? На каких основаниях: исторических, этнографических, финансово-экономических, культурно-этнических, морально-этических и др. Новороссию будут заселять и осваивать?

На наш взгляд, новая версия и редакция освоения Новороссии должна опираться на Имперский опыт её присоединения и развития, на Советский опыт аграрно-промышленной, инфраструктурной и социокультурной мощи, а также имеющиеся концепты регионального развития военно-гражданской властной вертикали с учетом (и это главное) инициатив организованного местного самоуправления. Подобная гармонизация интересов «вертикалей и горизонталей» в формате ТОСов, кооперативов, общественных организаций и других участников, позволит обеспечить эффективную интеграцию Новороссии в большую Россию.

Разрешение основного противоречия развития Новороссии заключается в следующем: ветераны СВО и члены их семей, равно как и других ветеранских и

волонтерских организаций получают от Правительства РФ предложение участвовать в освоении территории вновь обретенной Новороссии. Реализуется лозунг «Ветеран-гектар-Новороссия». Организационный, профессиональный, предпринимательский и жизненный опыт Ветеранов и Добровольцев позволит в кратчайшие сроки обеспечить эффективную интеграцию Новороссии в социально-экономическое пространство России.

Это предполагает ограничение пространства стихийных рыночных сил, которые действуют в ущерб народного хозяйства Новороссии, создания регионального механизма перераспределения доходов в пользу населения новых регионов.

Требуется вовлечение в хозяйственную деятельность новых видов и объёмов природных и трудовых ресурсов вновь обретенных территорий, преодоление диспропорций в характере и темпах развития отдельных районов.

Особо следует мониторить и стимулировать следующие направления развития :

- особенности изменения тенденций географии хозяйства и населения;
- урбанизацию и территориальное перераспределение населения;
- новые черты географии промышленности;
- изменения в географии сельского хозяйства;
- развитие транспортной и гидротехнической инфраструктуры;
- хозяйственное освоение заброшенных районов и др.

Примером может служить предлагаемая нами Программа «Комплексного Развития Территории (КРТ) Херсонской области 4Э: экология, энергетика, экономическая эффективность». Необходимо отметить, что все технологии, которые будут применяться в указанной Программе являются проверенными и опробованными современными российскими технологиями, которые отвечают всем требованиям по экологии, энергетике и экономической эффективности. Если какая-то предлагаемая технология не соответствует хотя бы одному из этих требований – она снимается с рассмотрения и не участвует в Программе.

Предусмотренные в Программе «КРТ Херсонской области «4Э»» технологии работают на стыке экологии, энергетике, сельского хозяйства и животноводства, ЖКХ, строительной отрасли, органично дополняют друг друга и обладают высокой экономической эффективностью. Системное и комплексное внедрение технологий создаст ярко выраженный синергетический эффект в развитии природо-хозяйственной и социокультурной экосистемы региона.

Выводы. Очевидно, грядет комплексная интеграция новых территорий в большую Россию.

Направления исследований включают:

- природно-хозяйственные и социокультурные экосистемы Новороссии: их генезис, формирование, развитие и прогнозирование;
- территориальная социально-экономическая дифференциация и интеграция;
- региональная социально-экономическая политика и механизмы её реализации;

- пространственное распределение природо-хозяйственных ресурсов;
- формирование, функционирование и развитие территориально-производственных комплексов;
- проблемы формирования единого природо-хозяйственного и социокультурного пространства Новороссии, как социо-био-предметной экосистемы.

Очень важно взаимодействие науки и искусства в раскрытии сущностных, творческих сил человека Новороссии и большой России.

Разработка региональной стратегии устойчивого динамичного развития (УДР) включает теоретические и методологические принципы, методы инструменты и механизмы управления природо-хозяйственными и социокультурными экосистемами Новороссии, а также, институциональные и инфраструктурные аспекты их развития.

Список использованных источников:

1. Н.П. Терешина, О.В. Ефимова, Ю.И. Соколов. Отраслевая и региональная экономика. Сборник кейсов для проектной деятельности студентов., Прометей, 2022, 144 стр., ISBN:978-5-00172-263-2
2. Aleksandrowa, Anna & Мгу, & Ломоносова, М. (2019). ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.
3. Веснин В Р Стратегическое управление: [учеб. пособие по специальности "Менеджмент орг."], Издательский дом "Питер", 2013 ISBN 5388006093, 9785388006097
4. Харченко К.В. Муниципальное стратегическое планирование. От теории к технологии, 2009. 304 с. ISBN 978-5-86295-213-1.
5. Сидоров М. В., Ходырев А. А., Жердев Ф. В., Кабалинский Д. И., Гришанков Д. Э. 7 нот менеджмента. Лучшая практика управления. Эксмо 2008. 340стр. ISBN: 978-5-9900518-3-6
6. Проданова Н.А.. "Понятие и экономическая сущность региональных социо-природо-хозяйственных систем" Terra Economicus, vol. 9, no. 2-2, 2011, pp. 205-208.
7. Глущенко В.В. Развитие методологии проектирования региональных антропогенных экосистем // Современные научные исследования и инновации. 2022. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2022/04/98086>
8. Гришкова Н.С. Экосистемы регионального развития: концептуально-платформенный дискурс // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 3. – С. 1159-1170. – doi: 10.18334/ce.16.3.114340.
9. Латышев С.В., Райко Г.А. Закономерности эволюции социально-экономических систем. Транспортное дело России. 2023. № 5. С. 40-42

УДК 657

**ЭВОЛЮЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА:
ОТ РУЧНЫХ ЗАПИСЕЙ ДО ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ**

Губанова Ангелина Дмитриевна,
Николаева Елизавета Дмитриевна,
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики, г. Самара

Аннотация. Статья посвящена эволюции бухгалтерского учета с древнейших времен до современной цифровой эпохи. Рассматривается исторический путь развития учетных систем – от примитивных глиняных табличек до передовых электронных технологий. Особое внимание уделяется ключевым этапам становления бухгалтерского учета: появлению двойной записи, развитию в период индустриализации и современной цифровой трансформации. Показана роль бухгалтерского учета как важнейшего инструмента финансового управления и отражения экономической деятельности организаций.

Abstract. The article is devoted to the evolution of accounting from ancient times to the modern digital age. The historical path of the development of accounting systems is considered – from primitive clay tablets to advanced electronic technologies. Special attention is paid to the key stage of the formation of accounting: the emergence of double entry, development during the period of industrialization and modern digital transformation. The role of accounting as the most important tool of financial management and reflection of economic activity of organizations is shown.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, история бухгалтерии, этапы развития бухгалтерского учета, двойная запись.

Key words: accounting, accounting history, stages of accounting development, double entry.

Бухгалтерский учет – это процесс отслеживания финансовой информации, обеспечивающий систему регистрации, проверки, анализа и отчетности о транзакциях. В бизнесе термин «бухгалтерский учет» относится к отслеживанию доходов и расходов.

Эволюция систем бухгалтерского учета представляет собой последовательный процесс, который берет свое начало с использования глиняных табличек и пергаментных свитков и приводит к созданию электронного архива и специализированного программного обеспечения, бухгалтерский учет претерпел трансформацию от примитивного и противоречивого процесса к современной и стандартизированной системе. Путь развития прошел от простейших методов фиксации данных до формирования сложных стандартов бухгалтерского учета, что сделало систему более эффективной и надежной. Краткая история развития бухгалтерского учета

приведена на схеме (рис. 1). Сегодня бухгалтерский учет является неотъемлемой частью бизнес-операций, обеспечивая прозрачность и подотчетность в финансовой отчетности.

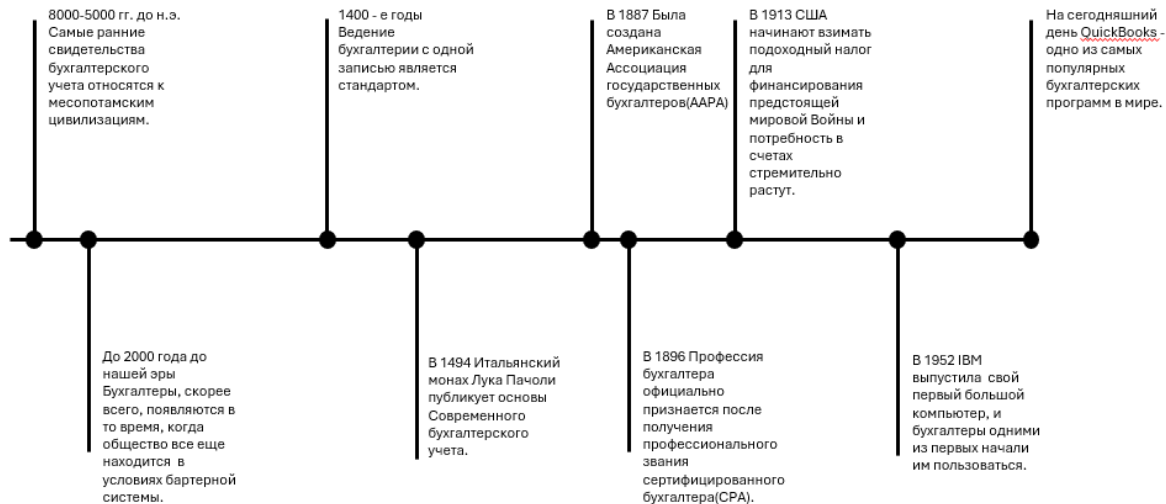


Рис. 1 История бухгалтерского учета.

Истоки бухгалтерского учета.

Некоторые из самых ранних известных письменных источников, обнаруженных археологами, – это записи о древних налогах на глиняных табличках из Египта и Месопотамии, датируемые периодом с 3300 по 2000 год до н.э. Историки предполагают, что основной причиной развития письменности была необходимость фиксировать торговые и деловые операции.

На протяжении всей истории было доказано, что в Древнем Египте и Риме использовались методы бухгалтерского учета, которые в некотором смысле представляли собой записи о поступлении и расходе товаров. В Египте писцы отвечали за ведение счетов фараонов, поскольку они могли записывать завоеванные земли и товары.

Глиняные таблички с клинописными записями – первые свидетельства того, как записи помогали поддерживать порядок и способствовали развитию государственных структур. Примитивные учетные системы того времени были сложны и требовали высокой точности, чтобы обеспечить должное распределение ресурсов.

В Средние века с развитием торговли и появлением банков учетные записи стали более формализованными. Один из первых учетных текстов принадлежит Лука Пачоли, итальянскому монаху XV века, который описал принципы двойной записи, данный метод позволил свести к минимуму ошибки в бухгалтерских книгах и дал толчок к дальнейшему развитию систем учета.

Переходом к новому этапу учета послужило обоснование двойной (дебетово-кредитовой) записи хозяйственных операций. Счета того времени возникли уже достаточно давно и успели морально устареть. Они велись в

первичном измерителе, т. е. материальные ценности – в натуральных единицах, расчеты и касса – в денежных [3]. Одно не сводилось к другому. Результат хозяйствования выражался приростом богатства, а не косвенными категориями, такими, как прибыль.

Следствием появления двойной записи стала все более возрастающая потребность осуществлять разnosку информации о хозяйственных операциях по бухгалтерским счетам. Однако полное осознание ее необходимости при организации учетно-аналитической работы пришло спустя ни одну сотню лет.

Бухгалтеры в XVI-XVII веках применяли в учетной практике двойную запись, но существовал значительный ряд хозяйственных операций (воровство, порча или гибель имущества, определенные нецелевые траты и т.п.) по которым принцип двойной записи при учетной обработке не применялся. Бухгалтер просто записывал подобные факты хозяйственной деятельности в отдельный реестр, для последующего контроля.

Уже ближе к концу XVIII в. бухгалтерское сообщество полностью осознало сущность двойной записи и признало необходимость ее применения для всех хозяйственных операций, регистрируемых в учетно-аналитической системе.

Бухгалтерский учет в эпоху индустриализации.

Промышленная революция стала важным этапом в развитии бухгалтерского учета XIX века, коренным образом изменив бизнес-среду и породив потребность в более сложных методах ведения учета для отслеживания возрастающего числа деловых операций. Формирование крупных производственных предприятий диктовало необходимость создания систем учета, способных охватывать разнообразные аспекты управления – от расходов и доходов до налогообложения и финансов. В ответ на этот запрос произошел переход к системе двойной записи, которая значительно повысила точность и полноту учета.

Параллельно с этим в обществе нарастало явление акционирования: появление акционерных обществ выдвинуло на первый план необходимость выработки новых принципов бухгалтерского учета, адаптированных для управления акционерным капиталом и распределения дивидендов. Эти изменения нашли свое отражение в финансовой отчетности, где стали активно использоваться категории акционерного капитала и дивидендов, символизируя новый уровень учета.

Еще одной важной вехой стало начало стандартизации бухгалтерского учета. Создание профессиональных организаций бухгалтеров, таких как Институт дипломированных бухгалтеров Англии и Уэльса (ICAEW), способствовало формированию единых стандартов, что значительно повысило согласованность и прозрачность финансовой отчетности. Введение стандартов дало возможность проводить сравнительный анализ данных различных компаний, а также способствовало утверждению бухгалтерского учета как научной дисциплины.

Цифровая трансформация бухгалтерского учета.

Бухгалтерский учет, является значимым показателем экономической политики компании, и отражает полную картину ее имущественного и финансового состояния. К ведению бухгалтерского учета на всех предприятиях, независимо от форм собственности предъявляются одинаковые требования. Они вытекают из нормативно-правовых документов, так как время и научно-технический прогресс не ведут себя размеренно, что обусловлено следующими признаками: автоматизация и внедрение цифровизации в сферу бизнеса.

В современном мире высоких технологий и бурно развивающейся цифровой экономики бухгалтерский учет как наука переживает в последнее время значительные изменения, которые непосредственно связаны с инновационными разработками в области сбора, хранения и передачи информации. Развитие ИТ-технологий увеличивает в разы скорость сбора, хранения, обработки и передачи информации, а также способствует созданию условий, необходимых для доступа к информации заинтересованным пользователям, при этом качество самой информации значительно возрастает.

Цифровизация бухгалтерского учета – это создание новых, и модернизация устаревших программ для систематизации, анализа и расчета показателей. Цифровизация сектора бухгалтерского учета способствует внедрению и раскрытию комплекса цифровых технологий (рис. 2).

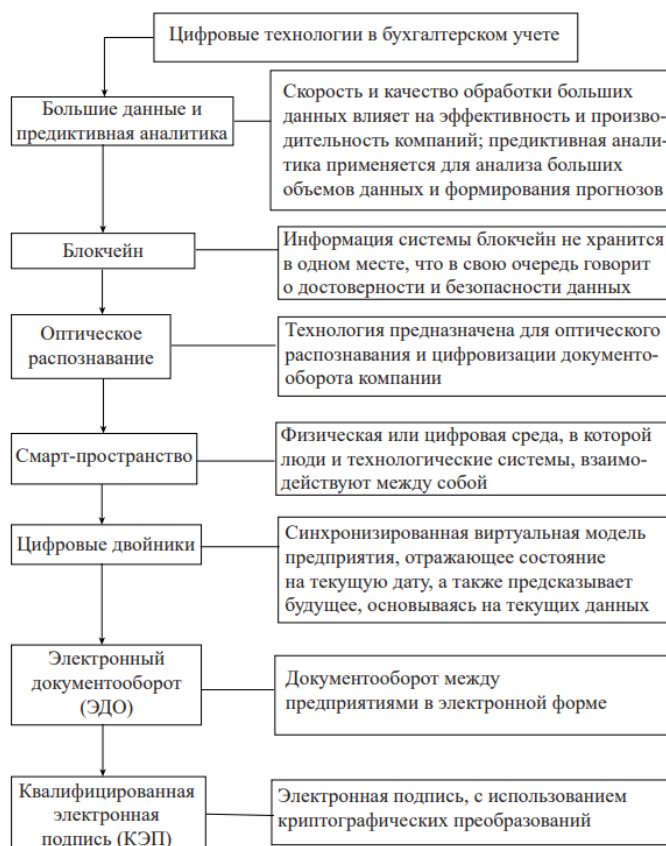


Рис. 2 Цифровые технологии в бухгалтерском учете

В современном мире цифровая трансформация является одним из основных факторов мирового экономического роста. Использование информационно-коммуникационных технологий, как ведущего инструмента цифровизации во многих отраслях не только изменяет жизнь людей, но и трансформирует экономические структуры. Однако в настоящее время, даже с учетом развития информационных технологий, представить современную бухгалтерию без бумажных документов практически невозможно, однако все идет к тому, что с течением небольшого промежутка времени такое явление изживет себя полностью и уступит свое место цифровым технологиям.

Список использованных источников:

1. История возникновения и развития бухгалтерского учета. Электронный ресурс. URL: [<https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-buhgalterskogo-ucheta>] (дата обращения: 05.11.2024).
2. Эволюция бухгалтерского учета в докапиталистическом периоде развития экономики. Электронный ресурс. URL: [<https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41218>] (дата обращения: 07.11.2024).
3. Соколов, Я.В. История бухгалтерского учета / Я.В. Соколов, В.Я. Соколов. – М., 2014.
4. Возникновение и развитие бухгалтерского учета. URL: [<http://edrf.ru/article/26-05-17>](дата обращения: 10.11.2024).
5. The Evolution of Expenses Management: From Manual to Digital Systems. URL: [<https://www.expensein.com/blog/business-expenses/the-evolution-of-expenses-management-from-manual-to-digital-systems>] (дата обращения: 10.11.2024).
6. The Evolution of Accounting: From Luca Pacioli to UniFi. URL: [<https://finansys.com/blog/evolution-of-accounting/>] (дата обращения: 11.11.2024).

УДК 338.1

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА МЕДИЦИНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

*Бугурнова Анастасия Александровна,
Научный руководитель: Безродная Л.В.,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления, г. Новосибирск*

Аннотация. *Статья посвящена анализу факторов, влияющих на выбор поставщика медицинского оборудования лицами, принимающими решения (ЛПР), в лечебно-профилактических учреждениях. В работе рассматриваются ключевые критерии, которые учитываются при выборе поставщика, такие как качество и безопасность оборудования, цена, сервис и поддержка, репутация компании, а также условия поставки и гарантийное обслуживание. Исследование основано на глубинных интервью с ЛПР из различных медицинских учреждений, что позволило выявить особенности принятия решений в данной сфере.*

Abstract. *The article is devoted to the analysis of factors influencing the choice of a supplier of medical equipment by decision makers (DM) in medical and preventive institutions. The work examines the key criteria that are taken into account when choosing a supplier, such as the quality and safety of equipment, price, service and support, the company's reputation, as well as delivery conditions and warranty service. The study is based on in-depth interviews with DM from various medical institutions, which made it possible to identify the features of decision-making in this area.*

Ключевые слова: *поставщик медоборудования, факторы принятия решения, ЛПР, рынок медицинского оборудования, маркетинг на рынке медоборудования, критерии выбора поставщика медоборудования.*

Key words: *medical equipment supplier, decision-making factors, decision maker, medical equipment market, marketing in the medical equipment market, criteria for selecting a medical equipment supplier.*

Российский рынок медицинского оборудования относится к одному из самых перспективных в мировом масштабе, что объясняется высокой численностью населения России, разработанными стратегическими планами правительства РФ в данной сфере, высокой необходимостью модернизации медицинских учреждений [9]. В 2023 году совокупный объём процедур по приобретению медицинской техники и сопутствующих инструментов в денежном выражении составил 2,12 трлн руб. [11].

Современные лечебно-профилактические учреждения оснащены разнообразным медицинским оборудованием, различающимся по цене, функциям, удобству эксплуатации, надёжности и другим критериям. Своими

характеристиками отличаются и поставщики медицинского оборудования такими, как качество обслуживания, репутация, предоставляемые гарантии и другие характеристики.

По данным Росстата на 2019 год, было зарегистрировано более 10 тысяч предприятий и индивидуальных предпринимателей, специализирующихся на производстве медицинского оборудования [10]. При таком объёме участников рынка технические характеристики предоставляемого оборудования становятся всё более однородными, и встаёт вопрос, на что заказчики обращают внимание помимо технической составляющей при выборе поставщика, поскольку производителям и поставщикам медицинского оборудования необходимо учитывать эти данные для предложения оптимального решения.

Факторы, влияющие на принятие решения, ранее уже изучались такими исследователями, как В.Н. Эйтингон и соавт. [13], Ю.И. Башкатова [2], Л.И. Лукичева [5], В.Б. Ременников [8], Д. Канеман и Э. Тверски [6], но процесс принятия решения на рынке медицинского оборудования изучен недостаточно, несмотря на важность учёта факторов при выборе поставщика и определения критериев конкурентоспособности на рынке.

Выявление факторов принятия решения при выборе поставщика медицинского оборудования позволяют компаниям лучше понять потребности клиентов, укрепить конкурентное преимущество, повысить эффективность коммуникационной деятельности при продвижении продукции, улучшить отношения с клиентами и принимать обоснованные решения о развитии бизнеса.

Все вышеперечисленное обусловило актуальность темы и позволило определить цель исследования – выполнить анализ факторов, влияющих на выбор поставщика медицинского оборудования лицами, принимающими решения в лечебно-профилактических учреждениях.

Гипотеза исследования заключается в том, что лица, принимающие решения в лечебно-профилактических учреждениях, при выборе поставщика медицинского оборудования опираются не только на рациональные факторы, но и подвержены влиянию эмоциональных факторов, которые и определяют окончательное решение.

Вопрос, который часто волнует любую компания на рынке B2B – это каким образом принимаются решения о закупке. Выявление факторов, определяющих выбор клиента, даёт возможность опережать более сильных соперников в борьбе за контракты и обеспечивать стабильный спрос на продукцию без необходимости прибегать к демпингу цен.

Начнём с психологии принятия решения в B2B-продажах. Лауреат Нобелевской премии в области психологии Даниэль Канеман [4] отмечал, что в процессе принятия решений люди используют два типа мышления: быстрое и медленное. Быстрое мышление представляет собой интуитивный, эмоциональный и подсознательный процесс, который мы часто используем в повседневной жизни. Оно позволяет нам принимать множество мелких решений в течение дня без особых раздумий. Например, когда мы идём по улице и выбираем, в какую сторону повернуть. Быстрое мышление также используется в критический момент, когда ситуация требует немедленной реакции, решения.

Медленное мышление, напротив, является логическим, аналитическим и рациональным процессом, требующим времени и усилий. Оно позволяет принимать более обдуманные и взвешенные решения [4, с. 14-15].

Несмотря на то, что чаще всего бизнес-решения принимаются в спокойной обстановке без спешки, при выборе поставщика B2B-рынка лица, принимающие решения, используют оба типа мышления. В зависимости от специфики закупочной деятельности, контекста и ряда иных условий, представители клиента применяют различные подходы.

Быстрое мышление применяется:

- при низком уровне риска;
- при маленьком бюджете закупки;
- когда в процессе принятия решений участвует один человек;
- при рутинной закупке.

Медленное мышление применяется:

- при стратегической закупке;
- когда в процессе принятия решений участвует несколько человек;
- при высоком уровне риска, который влияет на бизнес;
- при высокой стоимости закупки [7].

Мы будем рассматривать именно медленное мышление, поскольку продажи на рынке B2B длительны, дорогостоящи и подвержены большим рискам. Закупка медицинского оборудования относится к приобретению высокого уровня риска и высокой стоимости [1]. Как мы выяснили ранее, медленное мышление подразумевает анализ множества различных факторов при принятии решения. Важность каждого из этих факторов ЛПР определяет для себя самостоятельно в зависимости от определённых обстоятельств.

С целью выявления факторов, которые оказывают влияние на принятие решения при выборе поставщика медоборудования было проведено глубинное интервью с представителями медицинских учреждений, ответственными за закуп медицинское оборудование. Выбор метода обусловлен тем, что данный качественный метод исследования является инструментом изучения сложных и многогранных тем, таких как потребности и ожидания целевой аудитории на рынке лечебно-диагностического оборудования, позволяет получить информацию о взглядах, мотивах, опыте и чувствах респондентов.

Глубинное интервью было проведено с представителями медицинских учреждений Новосибирской области анонимно согласно условиям проведения интервью (имя респондента и организация не разглашаются). Инструментом исследования послужил специально разработанный гайд интервью.

В ходе глубинного интервью респондентами было отмечено множество различных факторов, которые они могут учитывать в процессе принятия решения при выборе поставщика медицинского оборудования. На основе полученных результатов мы разделили эти факторы на две большие группы, а именно на рациональные и эмоциональные факторы.

Рациональные факторы были сегментированы в группы и представлены в таблице 1.

Таблица 1

Рациональные факторы, влияющие на принятие решения
при выборе поставщика медицинского оборудования

Технические	Функциональность (технические характеристики), производительность, точность, совместимость. Безопасность, качество (материалы и технологии), долговечность.
Экономические	Стоимость оборудования, стоимость обслуживания и ремонта. Возможные экономические преимущества. Сроки окупаемости. Условия оплаты.
Юридические	Соответствие нормативно-правовым требованиям, сертификация. Договорные условия.
Логистические	Доступность оборудования, доступность запчастей. Оперативность доставки.
Практические	Простота установки, настройки и эксплуатации. Удобство использования. Техническая поддержка, сервисное обслуживание.

Чаще всего именно эти факторы влияют на принятие решения при выборе поставщика медицинского оборудования. Продажи на рынке B2B длительны, дорогостоящи и подвержены большим рискам. Лица, принимающие решения, должны учитывать максимально возможное число факторов для определения рентабельности сделки. Помимо того, что покупка медицинского оборудования – это крупная сделка, она также напрямую влияет на репутацию медицинского учреждения. В случае низкого качества оборудования или его неисправности возрастают риски некачественного оказания медицинской помощи, а главное – это напрямую угроза жизни человека. Поэтому крайне важно обращать внимание на такую группу как технические факторы.

Также было выявлено, что несмотря на то, что выбор поставщика медицинского оборудования должен основываться на рациональных факторах, которые мы рассмотрели выше, эмоциональные факторы играют не менее важную роль в процессе принятия решений [15].

Эмоциональные факторы, которые оказывают влияние на принятие решения при выборе поставщика медицинского оборудования, были сегментированы в группы и представлены в таблице 2.

Эмоциональные факторы – это те факторы, которые могут играть для поставщика как положительную, так и отрицательную роль при принятии решения представителем заказчика. Так, например, плохая репутация поставщика напрямую повлияет на принятие отрицательного решения о работе с ним, как бы он ни пытался убедить заказчика качеством своего оборудования и передовыми технологиями. При этом известный бренд напротив может служить гарантом высокого качества продукции или услуг и тем самым облегчить выбор заказчика во множестве предложений. М. Гладуэлл говорит о том, что многие решения принимаются руководителями в считанные секунды на основе симпатии к бренду. Однако затем следует долгий процесс выбора, который можно назвать «самооправданием» и поиском аргументов в пользу того, почему именно с этой компанией нужно работать [15].

В результате исследования было выявлено, что основу при принятии решения ЛПР составляют рациональные факторы – это то, на что заказчик смотрит в первую очередь и сравнивает среди множества поставщиков. Но при этом было выявлено множество эмоциональных факторов, которые ЛПР отмечали, возможно, даже не обращая на них внимания. Это то, что им хочется видеть в поставщике помимо доступной цены и качественного оборудования.

Таблица 2

Эмоциональные факторы, влияющие на принятие решения при выборе поставщика медицинского оборудования

Доверие и безопасность	Надёжность, отсутствие рисков. Профессионализм, отзывчивость, экспертность. Доступность информации о технологиях, обучении, сервисной поддержке. Поддержка и обучение персонала. Гарантии.
Личные отношения	Доверие к менеджерам, работа менеджеров. Личные коммуникации. Опыт работы с поставщиком, долгосрочное сотрудничество. Впечатления от презентаций, демонстраций, посещения выставок. Доверие к персоналу поставщика, профессионализм и компетентность.
Репутация, имидж, престиж	Положительная репутация, репутация качества. Рекомендации коллег, отзывы. Известность. Эстетический вид оборудования, эргономика, дизайн. Инновационность, современность.
Эмоциональная окраска бренда	Бренд как символ престижа. Лояльность к бренду.
Влияние личности и опыта лица, принимающего решения	Предпочтения, стиль работы, профессиональный опыт. Доверие к определенным брендам, поставщикам, технологиям.
Влияние контекста принятия решения	Срочность закупки, бюджетные ограничения, конкурентная среда. Наличие государственных программ, тендерных требований, нормативных актов.

В связи с этим можно сделать вывод, что рациональные факторы – это основа решения, они обеспечивают безопасность, качество и эффективность.

Эмоциональные факторы – это то, что делает выбор уверенным и комфортным. Доверие к поставщику, чувство безопасности и уверенность в его компетенции и отзывчивости – это важные аспекты, которые могут «перевесить чашу весов» в сторону того или иного поставщика, даже если рациональные факторы одинаковы.

Взаимосвязь рациональных и эмоциональных факторов при выборе поставщика медицинского оборудования – это сложный и многогранный процесс, где оба аспекта взаимодействуют и влияют друг на друга.

Их взаимодействие можно представить следующим образом: рациональные факторы – это фундамент для выбора, они устанавливают основные критерии и ограничения; эмоциональные факторы – это «строительный материал», который делает решение более устойчивым и уверенным.

Несмотря на регламентированность процесса закупа медоборудования, поставщик не должен забывать создавать своему продукту подкрепление. Организация, которая учитывает и рациональные, и эмоциональные факторы, имеет большие шансы на успех, так как она сможет предложить клиентам не только качественное оборудование, но и уверенность в том, что она будет надежным партнером в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников:

1. Александров Г. Закупка медицинского оборудования. Миссия невыполнима // Прогосзаказ.рф : электронный журнал. 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://журнал.прогосзаказ.рф/zakupka-medicinskogo-oborudovaniya-missiya-nevopolnima/> (дата обращения: 23.11.2024)
2. Башкатова Ю.И. Управленческие решения. М. : МЭСИ, 2004. 184 с.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ. 2014. 656 с.
4. Лукичёва Л.И., Егорычев Д.Н. Управленческие решения: учебник по специальности «Менеджмент организации». М. : «Омега-Л», 2010. 383 с.
5. Методы принятия решений // Harvard Business Review (HBR) . М. : «Альпина Паблишер». 2017. 202 с. [Электронный ресурс]. URL: https://moodle.kstu.ru/pluginfile.php/326440/mod_resource/content/0/HHHarvard-Business-Review-HBR-_Metody-prinyatiya-resheniy.pdf.
6. Модели принятия решений в B2B-продажах [Электронный ресурс] // NGM: CRM-агентство [сайт]. URL: <https://ngmsys.com/blog/b2b-decision-making> (Дата обращения: 25.09.2024).
7. Ременников В. Б. Управленческие решения : учеб. пособ. М. : ЮНИТИ, 2012. 143 с.
8. Рынок медицинских изделий [Электронный ресурс] // Рукон АФК: аудиторская компания [сайт]. URL: <https://afkrukon.ru/analitika/post-1667/> (дата обращения: 23.11.2024).
9. Рынок медицинского оборудования // Профессиональные комплексные решения (ПКР). 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://prcs.ru/analytics-article/rynok-medicinskogo-oborudovaniya/> (дата обращения: 23.11.2024).
10. Рынок медицинского оборудования и изделий 2023 // Delovoy profil: Аналитическое агентство. 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-meditsinskogo-oborudovaniya-i-izdeliy-2023/> (дата обращения: 23.11.2024).
11. Эйтингон В.Н. Методы разработки и принятия решений в менеджменте : учеб.-метод. пособ. / В.Н. Эйтингон, М.А. Кравец, Н.П. Панкратова. Воронеж: Воронежский государственный университет. 2005. 47 с.
12. Gladwell M. Blink: The Power of Thinking Without Thinking. New York: Little, Brown and Company. 2005. 320 с.

УДК 338

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

*Воропаева Алина Владимировна,
Российская таможенная академия, г. Люберцы*

Аннотация. В статье рассмотрено место национальной платежной системы в экономической безопасности государства. Разработана оценка эффективности национальной платежной системы как основного инструмента финансовой безопасности. Оценка эффективности национальной платежной системы необходима для эффективного мониторинга за текущим состоянием национальной платёжной системы, а также для управления рисками.

Abstract. The article examines the place of the national payment system in the economic security of the state. An assessment of the effectiveness of the national payment system as the main instrument of financial security has been developed. Assessment of the effectiveness of the national payment system is necessary for effective monitoring of the current state of the national payment system, as well as for risk management.

Ключевые слова: финансовая безопасность государства, национальная платежная система, оценка эффективности.

Key words: financial security of the state, national payment system, efficiency assessment.

Финансовая безопасность государства является важной составляющей экономической безопасности страны, которая в свою очередь является частью национальной безопасности страны. По мнению группы ученых А.И. Есир, О.А. Кискул, И.В. Толмачевой, экономическая безопасность – это набор действий и мер, направленных на предотвращение реализации угроз, негативно влияющих на экономические процессы государства и его развитие. Выделяют следующие виды экономической безопасности государства: энергетическая, военная, оборонно-промышленная, продовольственная и финансовая.

В свою очередь финансовая безопасность представляет собой санкционированный и контролируемый уполномоченными органами публичной власти во взаимодействии с институтами гражданского общества правовой порядок формирования, распределения и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств, обеспечивающий состояние защищенности от внутренних и внешних угроз, устойчивое функционирование, а также развитие финансовой системы, реализацию национальных интересов и сохранение финансового суверенитета страны.

Структура финансовой безопасности предполагает идентификацию ее элементов [3]:

- субъектов, к которым относятся государства, общества, личности;
- объектов, включающих в себя национальных интересы, блага и ценности
- угроз, то есть вредоносных факторов;
- правовых средств,
- инструментов.

На рис. 1. представлена структура экономической и финансовой безопасности.



Рис. 1 Структура финансовой и экономической безопасности государства

Одним из инструментов финансовой безопасности Российской Федерации является национальная платежная система.

Национальная платежная система – совокупность операторов по переводу денежных средств (включая операторов электронных денежных средств), банковских платежных агентов (субагентов), платежных агентов, организаций федеральной почтовой связи при оказании ими платежных услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации, операторов платежных систем, операторов услуг платежной инфраструктуры, операторов услуг информационного обмена, иностранных поставщиков платежных услуг, операторов иностранных платежных систем, поставщиков платежных приложений (субъектов национальной платежной системы) [1]. Структура национальной платежной системы представлен на рис. 2.



Рис. 2 Структура национальной платежной системы

Проанализируем текущее состояние НПС России.

Национальная платежная система играет значительную роль для обеспечения финансовой безопасности государства. Государство как регулятор платежной системы оценивает такие критерии её состояния, как устойчивость платежной системы, степень ее распространения среди населения, уровень риска, конкурентность. Тогда количественные показатели состояния платежной системы со стороны государства включают в себя объем и количество переводов денежных средств, количество обслуживаемых клиентов, количество поставщиков услуг по переводу денежных средств.

Если проследить за увеличением объема переводов денежных средств, совершенных на территории России при использовании национальной платежной системы, то статистика выглядит следующим образом. За период с 2019 года по 2023 год наблюдается абсолютный прирост объёма денежных переводов по средствам НПС в размере 1966071 млрд. руб., что составляет 125 процентов относительного прироста. Наблюдается стабильный рост объёма переводов денежных средств с использованием НПС с 2019 по 2023 гг.

В НПС РФ в 2023 году по сравнению с 2020 годом увеличилось количество денежных переводов более чем в 4 раза, что составило 7065,4 млн. операций по переводу денежных средств. Однако наблюдается резкое снижение числа поставщиков и потребителей. В 2023 году по сравнению с 2020 годом число потребителей НПС уменьшилось на 384, что составляет 23 процента.

Количество поставщиков сократилось к 2023 году по сравнению с 2020 на 46 единиц, то есть на 11,3%.

Сокращение числа субъектов НПС является последствием введения ограничений для поставщиков НПС. Ограничения вводятся с целью минимизации рисков для национальной платежной системы и в данном контексте не является негативным показателем НПС.

Таблица 1.

Оценка текущего состояния НПС Российской Федерации с 2020-2023 гг. [3]

Показатель	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	Темп прироста, %	Абсолютное изменение, ед. измерения
Кол-во денежных переводов, млн. ед.	1844,0	2643,9	4521,1	8909,4	383,2	7065,4
Кол-во клиентов НПС, ед.	1634	1289	1233	1250	-23	-374
Кол-во поставщиков, ед.	408	371	362	362	-11,3	-46

Проанализируем развитие инфраструктуры НПС в России.

С 2020 по 2023 год наблюдается отрицательная динамика количества банкоматов, как части инфраструктуры НПС России. Абсолютное изменение в 2023 году по сравнению с 2020 годом составило - 49181 банкомат, что составляет 24,5%. Однако не является отрицательным показателем, так как ключевым направлением развития НПС в текущий момент является цифровизация, то потребность в банкоматах снижается. К тому же влияет уменьшение числа поставщиков платежных услуг.

Также показателем обеспеченности платежными услугами населения является количество офисов банка на 1 млн жителей. Данный показатель, как видно на рис. 3. также имеет отрицательную динамику.

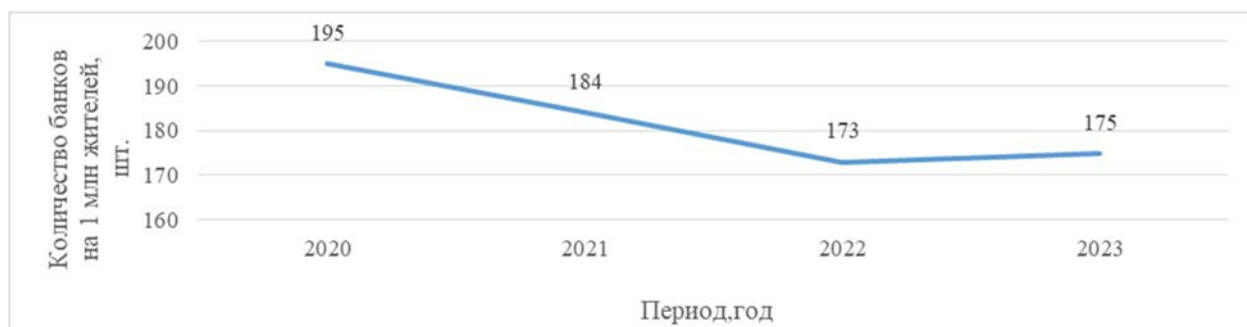


Рис. 3 Динамика офисов банка на 1 млн населения с 2020 по 2023 гг. [3]

В 2023 году по сравнению с 2020 годом наблюдается абсолютное изменение в размере -20 шт., относительный прирост же данного показателя

составляет 10,2%. На 1 января 2024 года количества банков на 1 млн жителей составляло 175 шт. Наименьшее значение за рассматриваемый период было в 2022 году и составляло 173 шт., а наибольшее – 195 шт. в 2021 году.

Для анализа состояния НПС России рассмотрим динамику операций без согласия клиентов с 2020 по 2023 гг. В 2023 году объем операций без согласия клиентов увеличился по сравнению с 2022 годом на 11,48% на фоне роста объема денежных переводов с использованием карт (+10,54%, до 136,38 трлн руб.). В 2023 году доля объема операций без согласия клиентов в общем объеме операций по переводу денежных средств составила 0,00119% (в 2022 году — 0,00097%). Наглядно динамику объема операций без согласия клиентов можно рассмотреть на рис. 4.

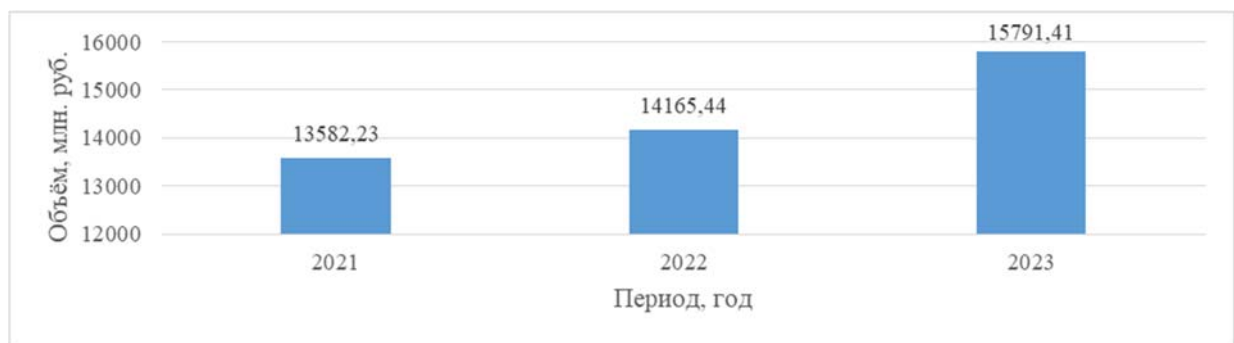


Рис. 4 Динамика объёма операций без согласия клиентов с 2021 года по 2023 год [3]

На текущий момент нет разработанной и официально утверждённой оценки эффективности национальной платежной системы. В целях стабильного развития национальной платежной системы рационально ввести показатель эффективности НПС. Это позволит облегчить мониторинг состояния НПС, быстрее выявлять риски НПС и выбирать наиболее эффективные способы управления рисками.

На основе структуры национальной платежной системы была разработана комплексная оценка эффективности.

В связи с тем, что НПС – это сложная система, включающая в себя множество элементов, то индикатор её эффективности должен включать сумму взвешенных показателей, которые следует подразделить на дисквалифицирующие показатели, а также на показатели динамики.

К дисквалифицирующему показателю можно отнести, например, количество операций совершенных без согласия клиентов НПС к общему объёму проведенных транзакций.

В свою очередь, к показателям динамики НПС следует отнести количество поставщиков, количество клиентов, объём произведенных операций.

Каждый показатель должен иметь свое пороговое значение. Сам индекс эффективности НПС складывается из суммы произведений показателя и веса выбранного показателя.

Предполагаемая формула (1) оценки эффективности НПС:

$$\mathcal{E} = O_{\text{без согласия клиентов}} * 0,1 + П * 0,2 + К * 0,3 + O * 0,2 + И * 0,1, \quad (1)$$

где $O_{\text{без согласия клиентов}}$ – объём операций, произведённых без согласия клиентов,

П – количество поставщиков платёжных услуг НПС,

К – количество клиентов НПС,

О – объём транзакций, проведённых НПС.

И – количество офисов банков на 1 млн жителей.

В отношении дискриминирующего показателя следует ежегодно устанавливать пороговые значения, при превышении которого значение показателя будет приравнено к нулю.

Структура оценки эффективности НПС представлена на рис. 5.

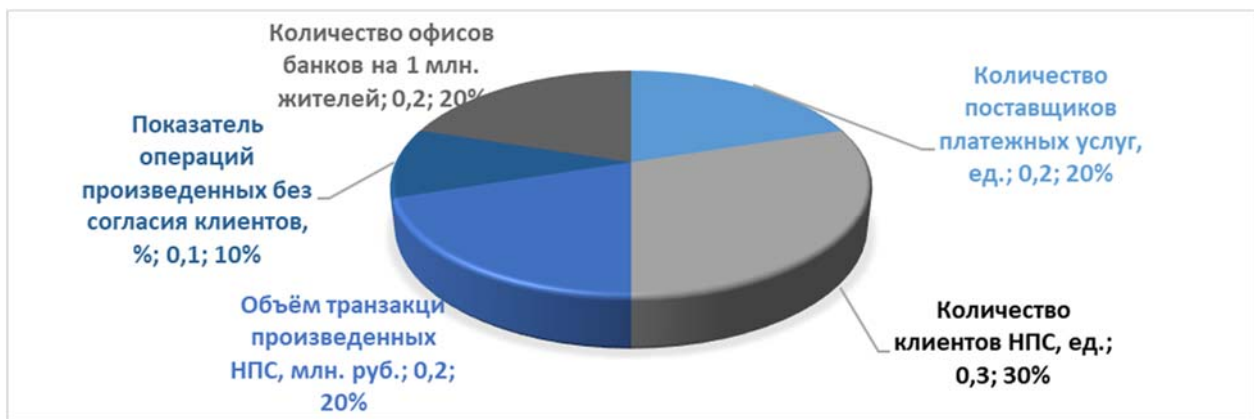


Рис. 5 Структура оценки эффективности НПС

Таким образом, была разработана комплексная оценка эффективности НПС, которая необходима для эффективного мониторинга состояния НПС, а также для управления рисками НПС.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон "О национальной платёжной системе" от 27.06.2011 N 161-ФЗ [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <https://www.pravo.gov.ru>
2. Стратегия развития национальной платёжной системы на 2021 - 2023 годы" [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <https://www.pravo.gov.ru>
3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru>

УДК 336.7

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ
РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ
АКТИВОВ И ИХ АНАЛОГОВ**

Солозобов Олег Анатольевич,
Академия труда и социальных отношений, г. Москва

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена важностью поиска лучших путей регулирования рынка цифровых финансовых активов в России в интересах повышения финансовой доступности, для чего важно проводить углубленные исследования передового международного опыта. Цель исследования – проведение сравнительного анализа национальных моделей регулирования цифровых финансовых активов и их аналогов, результаты которого призваны выявить особенности и различия в национальных моделях регулирования цифровых финансовых активов, что имеет важное значение для понимания глобальных трендов и адаптации российского законодательства к международным стандартам. При подготовке исследования использованы методы концептуального, сравнительного анализа, а также форсайта развития финансовых отношений под влиянием цифровизации. Подготовлена типология аналогов цифровых финансовых активов за рубежом, выделены, описаны и критически проанализированы основные подходы к их регулированию в зарубежных юрисдикциях. Обращено внимание на вариативность этих подходов и констатируется значимость обеспечения гибкости и адаптивности в перспективном регулировании цифровых финансовых активов в Российской Федерации.

Abstract. The relevance of the study is due to the importance of finding the best ways to regulate the digital financial asset market in Russia in the interests of increasing financial inclusion, for which it is important to conduct in-depth studies of international best practices. The purpose of the study is to conduct a comparative analysis of national models for regulating digital financial assets and their analogues, the results of which are designed to identify the features and differences in national models for regulating digital financial assets, which is important for understanding global trends and adapting Russian legislation to international standards. In preparing the study, the methods of conceptual, comparative analysis, as well as foresight of the development of financial relations under the influence of digitalization were used. A typology of analogues of digital financial assets abroad has been prepared, the main approaches to their regulation in foreign jurisdictions have been identified, described and critically analyzed. Attention is drawn to the variability of these approaches and the importance of ensuring flexibility and adaptability in the prospective regulation of digital financial assets in the Russian Federation is stated.

Ключевые слова: цифровые финансовые активы, криптоактивы, регулирование ЦФА, криптовалюта, финтех, токенизированные долговые обязательства, цифровые ценные бумаги.

Key words: *digital financial assets, crypto assets, regulation of digital financial assets, cryptocurrencies, fintech, tokenized debt obligations, digital securities.*

Введение. ЦФА представляют собой специфический концепт, в данном виде реализованный лишь в Российской Федерации. В его основе – более известный в международной практике институт цифровых прав – токенов. ЦФА не являются аналогом денег и по законодательству не могут быть использованы в качестве средства платежа. При этом в мировой практике имеется опыт конструирования и регулирования криптоактивов (их групп), имеющих схожие с ЦФА характеристики. Законодатели выбирают из множества подходов, порой, диаметрально противоречащих друг другу, и зачастую по-разному применяемых к регулированию различных инструментов, которые в зарубежных юрисдикциях образуют самостоятельные криптосущности, в то время как в России объединены в единый объект специфических цифровых прав финансового характера.

От верного выбора модели правового регулирования ЦФА, безусловно, зависит и собственно развитие рынка ЦФА, и достижение ключевых задач его функционирования, среди которых на передний план явно выходит обеспечение финансовой доступности для предпринимателей и некоторых домохозяйств.

Целью настоящего исследования выступает проведение сравнительного анализа национальных моделей регулирования цифровых финансовых активов и их аналогов, результаты которого призваны выявить особенности и различия в национальных моделях регулирования цифровых финансовых активов, что имеет важное значение для понимания глобальных трендов и адаптации российского законодательства к международным стандартам.

Материалы и методы. При подготовке исследования использованы методы концептуального, сравнительного анализа, а также форсайта развития финансовых отношений под влиянием цифровизации. Для проведения сравнительного анализа были выбраны рынки цифровых финансовых инструментов зарубежных стран, которые, по крайней мере частично, аналогичны цифровым финансовым активам (ЦФА) в контексте российского законодательства и финансовых механизмов. Под аналогами ЦФА подразумеваются цифровые инструменты, выпускаемые иностранными эмитентами, если они обладают схожими характеристиками с теми, которые в настоящее время легально выпускаются и погашаются в Российской Федерации. Эти инструменты представляют собой токенизированные формы, подтверждающие денежные обязательства эмитентов, такие как цифровые аналоги фиатных облигаций. Кроме того, к ним относятся гибридные обязательства, обладающие финансовой природой, выраженные в денежном эквиваленте или альтернативной денежной форме.

Следует отметить, что в классификациях ведущих международных аналитических компаний, включая Deloitte и KPMG, такие инструменты обозначаются как «токенизированные долговые обязательства и токены активов» (англ. tokenized debt and asset tokens, TDAST, ТДОТА) [1; 2; 3]. Данные

термины подчеркивают природу криптоактивов как инновационных финансовых инструментов, которые сочетают в себе свойства традиционных долговых обязательств и новых цифровых технологий. При этом в число определяющих критериев для принятия к сравнительному анализу входят, во-первых, наличие обязанного лица по ТДОТА и не анонимного эмиссионного центра, а, во-вторых, запрет или, по меньшей мере, смысловая не предназначенность ТДОТА исключительно для приема / использования в качестве средств / инструментов платежа.

Результаты и обсуждения. ЦФА-аналоги в зарубежных юрисдикциях могут с определенной степенью условности разделены на следующие 5 групп, (см. рисунок 1).

Комплексное понятие TDAST включает в себя разнообразные цифровые финансовые инструменты. В частности, сюда относятся определенные NFT и некоторые защищенные токены, которые не функционируют как инструменты долевого финансирования или их эквиваленты. Кроме того, часть активных токенов, обладающих финансовым механизмом, аналогичным фиатным облигациям, также входит в эту категорию.

NFT (невзаимозаменяемые токены)

- Уникальные объекты, которые могут быть представлены в виде токенов на блокчейне. NFT используются для обозначения права собственности на цифровые предметы искусства, коллекционирования или даже недвижимости

Security tokens (защищенные токены)

- Криптоактивы, представляющие долю владения финансовым инструментом или компанией, созданные на блокчейне

Payment tokens (платежные токены)

- Используются для оплаты товаров и услуг, а также для перевода денег. ЦФА в России не могут быть использованы как легальный платежный инструмент, однако для этой цели могут применяться, в частности цифровые валюты центральных банков

Utility tokens (сервисные токены)

- Обеспечивают цифровой доступ к приложениям или услугам через блокчейн-инфраструктуру

Asset tokens (активные токены)

- Активы, такие как долговые обязательства или требования по акциям эмитента, обещания доли в будущих доходах компании или потоках капитала

Рис. 1 Классификация ТДОТА
Источник: Разработано автором.

В сфере регулирования цифровых финансовых активов (ЦФА) существует несколько подходов, которые различаются в зависимости от национальных особенностей и правовых традиций. Один из интересных подходов предложен Банком России [4]. Он включает в себя три основные модели.

Первая модель, известная как фиатная аналогия, основывается на принципе «одинаковое содержание и риски – одинаковое регулирование». В соответствии с этим подходом, цифровые инструменты регулируются по тем же правилам, что и их фиатные аналоги. Например, долговые ЦФА, схожие с фиатными облигациями, подпадают под те же нормативы, что и последние. США, в частности, через Комиссию по ценным бумагам и биржам (SEC), применяют этот подход, распространяя проверенные временем нормы классического фондового рынка на цифровые инструменты.

Вторая модель – адаптивная – предполагает корректировку существующего фиатного регулирования с учетом особенностей цифровых активов. Она учитывает специфику технологии и инструментов, связанных с выпуском и обращением ЦФА на децентрализованных платформах. В России именно эта модель применяется в настоящее время для регулирования цифровых финансовых активов.

Третья модель – селективная – ориентирована на разработку новых, специальных подходов к регулированию, которые учитывают техническую специфику и гибридную природу цифровых инструментов. Такие модели часто внедряются в юрисдикциях с недостаточно развитым регулированием классических финансовых рынков, например, в странах с мусульманским или смешанным правом, таких как Объединенные Арабские Эмираты [5].

Таким образом, каждая из моделей имеет свои особенности и применяется в зависимости от национального контекста и уровня развития правовой системы.

В процессе формирования национальных моделей регулирования цифровых финансовых активов и их аналогов, безусловно, существует множество подходов, которые не ограничиваются лишь несколькими основными моделями. Одним из ключевых аспектов является решение о легализации выпуска ЦФА на национальной инфраструктуре. Это решение может стимулировать внутренний рынок, как в случае с Россией, где такие активы находятся в «белой зоне». В то же время, в ряде стран трансграничные платформы ЦФА могут находиться в «серой зоне», где они формально не запрещены, как и децентрализованные частные криптовалюты в России на момент написания данного исследования.

Регулирование ЦФА может быть направлено на достижение конкретных целей, таких как обеспечение финансовой доступности, или же осуществляться без четкой целевой привязки, следуя за общими тенденциями цифрового развития экономики и общества. Важно отметить, что стратегическое целеполагание в рамках правовых норм может способствовать более эффективной государственной политике в области регулирования цифровых активов [6].

Существует также различие между проактивным и ретроспективным подходами к регулированию. Проактивное регулирование предполагает предвосхищение рыночных тенденций, тогда как ретроспективное охватывает уже сложившиеся реалии. В условиях высокой неопределенности, связанной с развитием цифровых инноваций, выбор регуляторной политики должен быть поливариантным, учитывающим как преимущества, так и риски каждого сценария [7].

Наконец, следует упомянуть дуализм выбора между либеральным и консервативным подходами к регулированию рынка ЦФА и их аналогов. Либеральный подход предоставляет участникам рынка больше свободы, но сопряжен с большими рисками. Консервативный подход, напротив, основан на государственной защите интересов эмитентов и инвесторов, однако может ограничивать возможности для роста. Таким образом, выбор конкретной модели регулирования требует тщательного анализа и учета множества факторов.

Важным аспектом в регулировании цифровых финансовых активов (ЦФА) является их разграничение по возможности использования в качестве средства платежа. Несмотря на множество подходов [8], особое внимание следует уделить способности финансового актива выполнять функцию платежного средства, что и является определяющим признаком финансовых активов, включая цифровые права финансового характера. В Российской Федерации, например, установлен законодательный запрет на использование ЦФА как средства платежа. Однако это не отменяет их финансовой природы, так как ЦФА обладают легко определяемым эквивалентом стоимости.

Токены, удостоверяющие долговые обязательства эмитента или предоставляющие право требования определенного представления (например, получение квадратных метров жилья), а также право участия в капитале компании, играют важную роль как инструменты заимствований для эмитентов и как объекты инвестирования и спекуляций для инвесторов. Это подчеркивает их значимость в современных экономических условиях.

Цифровая экономика характеризуется развитием гибких и адаптивных механизмов формирования общественных отношений [9], которые наиболее эффективно функционируют на рынке, вытесняя менее конкурентоспособные механизмы. Участники финансовых отношений в цифровой экономике самостоятельно решают задачи обеспечения финансовой доступности, используя методы и инструменты, которые позволяют достигать поставленных целей с минимальными затратами ресурсов.

В условиях современного развития цифровых финансовых активов (ЦФА) в Российской Федерации Банк России сохраняет значительное пространство для маневра как в оперативном регулировании, так и в стратегическом направлении. Регуляторная позиция Банка России может стать ключевым фактором в формировании рынка ЦФА и обеспечении финансовой доступности через развитие цифрового финансирования. Это предположение подтверждается как

материалами рейтинговых агентств, так и результатами настоящего исследования.

Важным аспектом остается детальное регулирование различных видов ЦФА, таких как долевые инструменты участия и квази-опционы. На момент подготовки исследования законодательство не охватывало необеспеченные криптовалюты и децентрализованное финансирование, что открывает возможности для усиления влияния регулятора на цифровые финансовые отношения. Это может способствовать как повышению финансовой доступности, так и снижению рисков для национальной и корпоративной экономической безопасности.

Осмотрительный подход к регулированию в данной сфере, включая легализацию ЦФА и установление правил для публично контролируемой цифровой инфраструктуры их выпуска и обращения, соответствует международной практике. Такой подход позволяет сбалансировать ключевые публичные интересы на финансовых рынках, уделяя внимание обеспечению финансовой доступности и ограничению значимых рисков цифрового финансирования, которые пока сложно полностью прогнозировать.

Заключение

В условиях стремительного развития цифровых финансовых активов в России и мире, национальные модели регулирования демонстрируют разнообразие подходов, основанных на балансе между инновациями и безопасностью. Российская стратегия, как и международная практика, стремится обеспечить финансовую доступность и минимизировать риски, вводя четкие правила для выпуска и обращения ЦФА. В то время как некоторые страны делают акцент на строгом регулировании и контроле, другие выбирают более либеральный подход, способствующий инновациям. Такой сравнительный анализ подчеркивает необходимость адаптивности и гибкости в регулировании, чтобы эффективно справляться с вызовами цифровой экономики и поддерживать устойчивость финансовых систем.

В настоящее время российская регуляторная стратегия в отношении ЦФА находится на пересечении инноваций и осторожности, что позволяет адаптироваться к быстро меняющимся условиям цифровой экономики и поддерживать устойчивость финансовой системы.

Список использованных источников:

1. Blemus S., Guégan D. Initial crypto-asset offerings (ICOs), tokenization and corporate governance //Capital Markets Law Journal. – 2020. – Vol. 15. – No. 2. – P. 191-223. DOI: <https://doi.org/10.1093/cmlj/kmaa005>
2. Nassr I. K. Understanding the tokenisation of assets in financial markets. – OECD, 2021. – 37 p. DOI: <https://doi.org/10.1787/ec5958b3-en>

3. Tian Y. et al. Asset tokenization: A blockchain solution to financing infrastructure in emerging markets and developing economies //ADB-IGF Special Working Paper Series “fintech to Enable Development, Investment, Financial Inclusion, and Sustainability. – 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/344672498_Asset_Tokenization_A_Blockchain_Solution_to_Financing_Infrastructure_in_Emerging_Markets_and_Developing_Economies
4. Развитие рынка цифровых финансовых активов в Российской Федерации. Доклад для общественных консультаций. – М.: Банк России, 2022. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/141991/Consultation_Paper_07112022.pdf (дата обращения 12.10.2024).
5. Alblooshi F. S. A. K. FinTech in the United Arab Emirates: a general introduction to the main aspects of financial technology //Entrepreneurial Rise in the Middle East and North Africa: The Influence of Quadruple Helix on Technological Innovation. – Emerald Publishing Limited, 2022. – P. 163-178. DOI: <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-517-220221010>
6. Ferreira A., Sandner P. Eu search for regulatory answers to crypto assets and their place in the financial markets’ infrastructure //Computer Law & Security Review. – 2021. – Vol. 43. – P. 105632. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105632>
7. Yadav S. P. et al. Blockchain-based cryptocurrency regulation: An overview // Computational Economics. – 2022. – Vol. 59. – No. 4. – P. 1659-1675. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10614-020-10050-0>
8. Callens E. Financial instruments entail liabilities: Ether, bitcoin, and litecoin do not //Computer Law & Security Review. – 2021. – Vol. 40. – P. 105494. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3630895>
9. Lyu Y. et al. Digital economy and institutional dynamics: striving for equitable public service in a digitally transformed era //Frontiers in Public Health. – 2024. – Vol. 12. – P. 1330044. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1330044>

УДК 627.7

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ В УДАЛЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Еремченко Александр Георгиевич,
Шипов Олег Иванович,
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики, г. Самара*

Аннотация. В статье исследуются тенденции развития удаленной и гибридной работы в современных организациях, рассматриваются преимущества и вызовы удаленной командной работы, ключевые проблемы коммуникации, управления и взаимодействия. Также анализируются инструменты повышения эффективности удаленных команд, особенности трансформации корпоративной культуры в условиях цифровизации трудовых процессов.

Abstract. The article examines the trends in the development of remote and hybrid work in modern organizations, examines the advantages and challenges of remote teamwork, key problems of communication, management and interaction. The tools for improving the efficiency of remote teams and the peculiarities of corporate culture transformation in the context of digitalization of labor processes are also analyzed.

Ключевые слова: удаленная работа, командная работа, условия удаленной работы, корпоративное управление, коммуникация.

Key words: remote work, teamwork, remote work conditions, corporate governance, communication.

Растет популярность гибридной и удаленной работы. Становление команды как организационной формы тесно связано с другой тенденцией – развитием информационных технологий и технологий командной работы, которые позволили трансформировать офисную работу в удаленную, а также частично или полностью виртуализировать командную работу. Переход к дистанционной работе ускорился из-за пандемии коронавируса и привел к тому, что сегодня удаленная или гибридная командная работа является фундаментальной формой работы во многих странах. Исследования Международной организации труда показали, что компании, опробовавшие гибкие форматы работы, более высоко оценивают ее положительные аспекты, чем компании, еще не применившие данные форматы. С учетом того, что организации были вынуждены массово внедрить формат удаленной работы во время карантина, однако «удаленка» остается в трудовой практике и после пандемии. Она менее распространена, чем во время самоизоляции, зато принимает системный и более формализованный характер.

Создание эффективной команды никогда не было легкой задачей, а теперь добавьте к этому растущие проблемы, которые создает виртуальная среда для команд – проблемы, связанные с коммуникацией, планированием, координацией,

мониторингом прогресса и поддержкой друг друга, – и неудивительно, что команды не всегда преуспевают. По мере того, как командная работа становится все более распространенной, растет и корпоративный интерес к улучшению командной работы, и существует целая отрасль индустрии обучения, посвященная командному развитию, а также значительный академический интерес к соответствующим исследованиям (на рис.1 представлена взаимосвязь между ключевыми факторами эффективности взаимоотношений в удаленной команде).

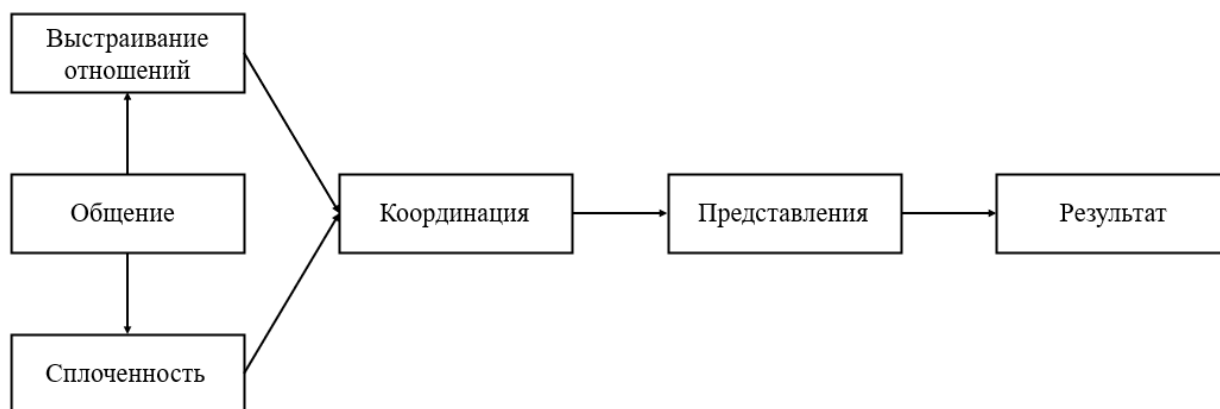


Рис. 1 Взаимосвязь между ключевыми факторами эффективности удаленной команды

Эффективная командная работа требует открытого и прозрачного общения, помогающего предотвратить непонимание и конфликты. Работа в команде также может создать чувство ответственности за соблюдение сроков, выполнение качественной работы и достижение общих целей.

Преимущества командной работы в удаленных условиях.

Удаленная работа предоставляет множество возможностей, включая гибкость, доступ к талантам из разных регионов и снижение издержек на содержание офиса.

Усложняется система управления командой и тимбилдинга, причем проблема есть как в компаниях, где сотрудники работают в одной команде, так и в случаях, когда специалисты работают как отдельные ячейки.

Усложняется система постановки рабочих задач, контроль над их выполнением и оценка качества работы, поэтому нужно уделить особое внимание системам совместной работы.

Усложняются процессы набора новых сотрудников, приходится уделять много времени для проверки компетенций работников.

Временные пояса и усложняют командную работу и повышают риски ошибок в рабочих процессах, сотрудники находятся в разных частях света, то координация действий и совместной работы тоже усложняется.

Сложности командной работы. Удаленные сотрудники (или даже отдельные команды удаленных сотрудников) видят только те задачи, которые относятся непосредственно к ним самим, но они могут не видеть общие цели или стратегию компании, этому нужно уделять отдельное внимание.

Вызовы командной работы в удаленном формате.

Несмотря на явные преимущества, удаленная командная работа сталкивается с рядом проблем, которые могут снижать эффективность. Основные сложности включают:

- проблема разной цифровой компетентности членов команды, необходимость организации дополнительных тренингов, необходимость оптимизации программного обеспечения;
- проблема контроля. Традиционный контроль сверху вниз в виртуальной команде затруднен, удаленная работа предполагает высокий уровень самоконтроля, самоорганизации и самомотивации. Высока ответственность каждого рядового члена команды за успех проекта в целом;
- трансформация системы управления и лидерства. Традиционное лидерство (авторитарное, единоличное, вертикальное) не подходит для управления виртуальными проектными командами;
- отсутствие живых коммуникаций, увеличивающее риски, связанные с разработкой и реализацией проекта. Потеря невербальных аспектов коммуникации может вести к искажению смысла, неверному толкованию информации; важная социальная/контекстная информация, такая, как социальный статус участника или уровень знаний, может быть потеряна или искажена в виртуальных командных средах, характеризующихся высоким уровнем анонимности. Отсутствие физических контактов между членами команды может негативно повлиять на результаты творчества, моральный дух, качество принятия решений и может привести к утрате доверия между членами команды;
- проблемы формирования командного духа и доверия. Чувство единения обеспечивает команде стабильность и устойчивость в условиях разнообразных культурных традиций и разнонаправленных индивидуальных устремлений.

Инструменты, помогающие удаленным командам работать более эффективно.

Совместную работу и производительность можно повысить с помощью правильных технологий и инструментов, если ваши команды работают удаленно.

Существуют различные способы, с помощью которых можно обеспечить своим командам более эффективное взаимодействие.

Командная работа может быть значительно облегчена во время виртуальных совещаний, когда люди могут обмениваться экранами и документами и сотрудничать в режиме реального времени, если у них есть способы работать асинхронно, но в то же время в команде, то производительность становится максимальной.

Интерактивные доски особенно полезны для команд, они обладают множеством функций, которые позволяют командам работать более эффективно. Команды могут совместно работать над идеями в режиме реального времени, как при использовании физической доски.

Виртуальные доски известны своей полезностью при проведении таких мероприятий, как мозговой штурм, например, для поиска новых инновационных решений в процессе дизайн-мышления, они не ограничены по размеру или области применения, и к ним можно прикреплять видеофайлы и фотографии, а также документы и стикеры для заметок.

Правильные инструменты и методы управления проектами помогают командам стать более продуктивными, поскольку они могут управлять задачами, расставлять приоритеты в проектах и отслеживать прогресс в достижении целей. С готовыми шаблонами вам не придется тратить время и усилия на создание собственных, а тот же опыт можно использовать по мере необходимости.

Члены команды должны чувствовать себя комфортно в коллективе и быть уверенными в том, что они принадлежат к нему. Иногда это может быть сложнее, когда люди работают удаленно. Такие вещи, как «ледоколы» в начале совещаний, могут помочь людям расслабиться и лучше узнать других членов команды. Благодаря таким функциям, как таймер, онлайн-доски можно использовать для того, чтобы легче привлечь внимание группы.

Анализ исследования на примере крупных организаций.

В 2020-2021 годах многие крупные российские компании перешли на удаленный формат работы, на их примерах были проведены исследования, чтобы оценить влияние удаленной работы на производительность, коммуникации и общую организацию труда. Итоги этих исследований выявили как негативные, так и положительные аспекты, ставшие основой для изменений в корпоративной культуре и подходах к управлению.

Рассмотрим опыт компании ПАО «Сбербанк России». С переходом на удаленный формат работы Сбербанк столкнулся с рядом вызовов. Руководителям пришлось перестраивать подходы, делая акцент на гибкость, мотивацию и поддержку сотрудников, чтобы не потерять эффективность и связь с командой во время дистанционной работы, работникам советовали постоянно поддерживать связь с коллегами в мессенджерах или по почте, а также совместно с командой в начале дня фиксировать задачи на день, а в конце дня подводить итоги [7].

Отдельное внимание Сбербанк уделял тому, как должно выглядеть домашнее рабочее место. Специалисты советовали работникам компании обустроить такое место как офисное пространство, регулярно его проветривать и убирать, а также выбирать для работы одежду, которая создает рабочий настрой.

Сотрудники стали проводить больше времени за компьютером, увеличилось количество собраний, что вызвало утомляемость, поэтому было крайне важно следить за рабочим временем, которое сотрудники проводили в системе удаленной работы и фиксировать все переработки, с последующей корректировкой их рабочего времени [6].

Отсутствие необходимости тратить время на дорогу позволило сотрудникам больше внимания уделять работе и личной жизни, улучшив баланс [6].

Сбер внедрил гибридный формат работы, который повысил эффективность работы сотрудников, сохранив высокую производительность.

На основе своего опыта корпоративный университет Сбербанк открыл курс «Управление дистанционными командами и сотрудниками», который был разработан специально для поддержки компаний в условиях карантина.

Руководство сбербанка твердо убеждено, что успешный переход на удаленную работу включает в себя три ключевых компонента: эффективное формирование команды в виртуальной среде, разработку и внедрение соответствующих программных решений с постоянной поддержкой и

механизмами обратной связи, а также уделение приоритетного внимания благополучию и психическому здоровью удаленных работников [5].

Далее рассмотрим опыт работы компании «Россети Урал» [8]. В компании не отметили никаких серьезных проблем по введению удаленного типа работы, дистанционная работа была организована удаленным доступом к рабочим серверам офиса с домашних технических устройств. Таким образом работники могли в удаленном режиме полноценно работать с корпоративными информационными ресурсами без дополнительных протоколов доступа.

Для организации рабочих мест в домашних условиях компания предоставляла все необходимое оборудование для работников и сохранила прежний строгий график работы для избежания переработок и не выполнения часовой нагрузки согласно трудовым договорам.

Связь между сотрудниками компании проводилась по средствам онлайн совещаний в системе облачных серверов Cisco Meeting.

Анализ эффективности командной работы в удаленных условиях показывает, что при грамотной организации, поддержке технологий и акценте на человеческие факторы, удаленные команды могут демонстрировать высокие результаты. Однако успех в дистанционном формате требует особого внимания к коммуникации, управлению задачами и укреплению командных связей.

Список использованных источников:

1. Варванина, Ю. В. Управление командой проекта в дистанционном формате / Ю. В. Варванина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 19 (309). – С. 197-200. – URL: [<https://moluch.ru/archive/309/69742/>] (дата обращения: 10.11.2024).
2. Метрики для оценки эффективности команд на удаленке и не только. Электронный ресурс. URL: [<https://habr.com/ru/companies/alfa/articles/781654/>] (дата обращения: 10.11.2024).
3. Основные правила эффективного управления удаленной командой. URL: [<https://sovman.ru/article/9401/>] (дата обращения: 11.11.2024).
4. Remote Teamwork – 10 practices to Foster Environment for Success. URL: [<https://teamhood.com/team-performance/remote-teamwork-foster-environment-for-success/>](дата обращения: 13.11.2024).
5. Как настроить удаленную работу сбербанк. URL: [<https://dasbuch.ru/kak-nastroit-udalennuyu-rabotu-sberbank/>](дата обращения: 14.11.2024).
6. Удалёнка – это наша родная среда, и теперь не надо быть таким социальным. URL: [<https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/501556/>] (Дата обращения: 14.11.2024).
7. Работа вне офиса. Опыт и советы «Билайна», Сбербанка и Google. URL: [<https://e.tspor.ru/809331>] (Дата обращения: 14.11.2024).
8. Удаленка: опыт крупных федеральных компаний. URL: [<https://nag.ru/material/37920>] (Дата обращения: 28.11.2024).

УДК 657.1

**ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В БУХГАЛТЕРСКОМ
И УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ**

*Гурьянов Тимофей Александрович,
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики, г. Самара*

***Аннотация.** Статья посвящена бухгалтерской этике как важному аспекту финансовой деятельности. Раскрываются шесть основных функций этики в бухгалтерском учете: обеспечение достоверности информации, предотвращение мошенничества, поддержание устойчивости бизнеса, укрепление доверия партнеров, защита от правовых рисков и сохранение профессиональной репутации. Представлены этические стандарты Института управленческого учёта, подчёркивается роль этических норм в обеспечении прозрачности и надёжности финансовых процессов.*

***Abstract.** The article is devoted to accounting ethics as an important aspect of financial activity. The six main functions of ethics in accounting are revealed: ensuring the reliability of information, preventing fraud, maintaining business sustainability, strengthening the trust of partners, protecting against legal risks and preserving professional reputation. The ethical standards of the Institute of Management Accounting are presented, the role of ethical standards in ensuring transparency and reliability of financial processes is emphasized.*

***Ключевые слова:** бухгалтерская этика, финансовая отчетность, принципы, этические нормы, управленческий учет.*

***Key words:** accounting ethics, financial reporting, principles, ethical standards, management accounting.*

Бухгалтерская этика – это многогранная концепция, которая включает в себя различные точки зрения на то, что представляет собой этическое поведение в финансовой сфере.

Этика в бухгалтерском учете в основном известна как прикладная этика, в которой особое внимание уделяется человеческой и деловой этике, суждениям, моральным ценностям и их применению в бухгалтерском учете. Как правило, основными этическими факторами бухгалтерского учета являются надлежащая практика и хороший стандарт профессионализма.

Большинство компаний в мире ввели этические нормы в процессы ведения бухгалтерского учета, что увеличивает вероятность конфликта интересов,

нарушение этических норм в сфере корпоративных финансов, приводящее к финансовым искажениям, обычно наносит ущерб репутации организации, уровню удовлетворенности клиентов и доверию инвесторов к компании. Разработка этических кодексов внутри организаций может обеспечить точность деловых операций и финансовых процессов, что, в свою очередь, влияет на эффективность работы сотрудников, взаимоотношения и доверие к компании.

Роль бухгалтеров в своевременной и точной подготовке финансовых отчетов имеет большое значение для принятия решений инвесторами, менеджерами и другими высшими должностными лицами. Соблюдение этических норм в бухгалтерском учете также помогает обеспечить соответствие систем внутреннего контроля стандартам. Таким образом, бухгалтеры могут выявлять и измерять растрату ресурсов, проводить расследования и выполнять функции, которые могут способствовать совершенствованию формирования политики и выявлению случаев мошенничества в организации. Неэтичное поведение подрывает репутацию не только отдельного человека, но и всей компании, повышая вероятность преступной деятельности, которая может привести к снижению уровня прибыли. Поэтому для бухгалтеров важно строго придерживаться профессиональной этики поведенческого учета (рис. 1).

Этика в бухгалтерском учете важна с точки зрения ее шести главных функций: целостность и достоверность финансовой информации, предотвращение мошенничества и неэтичности действий, поддержание долгосрочной устойчивости, укрепление доверия заинтересованных сторон, защита всех сторон от юридических проблем, сохранение репутации специалистов бухгалтерии.

Ведение своей деятельности со стороны принципов честности, объективности, независимости и этических норм обеспечивает прозрачную финансовую деятельность компаний, которые не придерживаются мошеннических схем с финансовым оборотом средств. Также соблюдение этических норм обеспечивает положительный отзыв ведения финансового документооборота, поддерживает доверие среди заинтересованных лиц (инвесторов, клиентов и т.д.) и сохраняет репутацию среди конкурентно способных организаций.

Этические принципы бухгалтерского учёта, разработанные для обеспечения честности и надёжности профессии, служат ориентирами. Они помогают бухгалтерам в их повседневной работе, поддерживая высочайшие стандарты профессионализма (рис. 1).

Этика в бухгалтерском и управленческом учёте играет важную роль в обеспечении целостности и достоверности финансовой информации. Бухгалтерам необходимо придерживаться этических принципов, чтобы

обеспечить точность отчётности и прозрачность. Институт управленческого учёта (ИМА) разработал стандарты этичного профессионального поведения. Заявление ИМА об этичной профессиональной практике считается основным кодексом этики для управленческого учёта.

Уровень компетентности обязывает сотрудников поддерживать профессиональное развитие знаний и навыков, выполнять должностные обязанности в строгом соответствии с законами и техническими стандартами. Особенно важным условием является предоставление точной, не двойственной и корректной информации как для принятия своевременных решений, так и для составления рекомендаций.



Рис. 1 Этические принципы бухгалтерского учёта

Раскрытие конфиденциальных данных и утечки их к массовым средствам распространения информации может привести к весьма серьезным проблемам: использование ее в корыстных и незаконных целях ведения бухгалтерского учета. Финансовые данные любых компаний и организаций всегда является строго секретной, и ее предоставление возможно только в условиях, прописанных в законах.

Ведение финансовой деятельности, согласно этическим нормам, способствует разрешению и предотвращению всех возможных конфликтных ситуаций между заинтересованными сторонами, предотвращает ведение недобросовестной рабочей деятельности специалистов, которая может дискредитировать, как саму профессию в глобальном смысле, так и профессиональные навыки отделенного специалиста.

Любая нераскрытая договоренность или скрытое обещание будущих деловых отношений противоречит этическим стандартам бухгалтерского и управленческого учета. Этическая сторона профессий бухгалтерии и менеджмента подчёркивает необходимость для работников соблюдать объективность, беспристрастность и этические стандарты, избегая любых скрытых стимулов, которые могут повлиять на их профессиональное суждение.

Список использованных источников:

1. Основные этические нормы бухгалтерской профессии. Электронный ресурс. URL: [<https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-eticheskie-normy-buhgalterskoj-professii>] (дата обращения: 16.11.2024).
2. About Ethics in Managerial Accounting. Электронный ресурс. URL: [<https://smallbusiness.chron.com/ethics-managerial-accounting-3737.html>] (дата обращения: 17.11.2024).
3. Ethics in Accounting: Why They Are Important and 6 Principles You Need to Know. URL: [<https://www.highradius.com/resources/Blog/accounting-ethics-and-integrity/>] (дата обращения: 17.11.2024).
4. Профессиональная этика бухгалтера. URL: [<https://zaochnik-com.com/spravochnik/buhgalterskij-uchet-i-audit/teorija-buhgalterskogo-ucheta/etika-buhgaltera/>](дата обращения: 19.11.2024).
5. Этические аспекты современных бухгалтерских проблем. Электронный ресурс. URL: [<https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskie-aspekty-sovremennyh-buhgalterskih-problem-1>] (дата обращения: 20.11.2024).

УДК 33

**ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ПОНЯТИЙ
ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА И ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ**

*Князев Игорь Андреевич,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова, г. Москва*

Аннотация. В статье рассматривается проблема соотношения понятий цифровая валюта и цифровой рубль в контексте правового регулирования финансовых технологий в России. С развитием цифровых технологий и расширением сферы цифровых финансовых активов возросла актуальность четкого правового разграничения между этими категориями. Цифровые валюты представляют собой инновационный и перспективный финансовый инструмент, однако их использование требует тщательного правового регулирования, чтобы не допустить разночтения в понимании с цифровыми валютами. Автором предложены направления совершенствования законодательства, включающие уточнение правового статуса цифрового рубля, стандартизацию технологической инфраструктуры и учет международного опыта. Эти меры направлены на устранение правовой неопределенности и повышение безопасности цифровых финансовых активов, что позволит обеспечить стабильность финансовой системы и доверие участников рынка.

Abstract. The article considers the problem of the relationship between the concepts of digital currency and digital ruble in the context of legal regulation of financial technologies in Russia. With the development of digital technologies and the expansion of the scope of digital financial assets, the relevance of a clear legal distinction between these categories has increased. Digital currencies are an innovative and promising financial instrument, but their use requires careful legal regulation to avoid misunderstandings in understanding digital currencies. The author suggests areas for improving legislation, including clarifying the legal status of the digital ruble, standardizing the technological infrastructure and taking into account international experience. These measures are aimed at eliminating legal uncertainty and increasing the security of digital financial assets, which will ensure the stability of the financial system and the trust of market participants.

Ключевые слова: цифровой рубль, цифровая валюта, наличная валюта национальная валюта, цифровизация.

Key words: digital ruble, digital currency, cash currency, national currency, digitalisation.

Динамика развития современных денежных отношений, принимая во внимание процесс перманентно развивающихся технологий, ставит вопрос, о перспективах оборота цифровых финансовых активов (ЦФА), которые приобрели особую актуальность. Основными категориями в этой сфере сегодня в Российской Федерации являются цифровая валюта и цифровой рубль, которые

все чаще именуют как равнозначные, несмотря на их различные правовые основания, так например, в стратегических документах и докладах Банка России цифровой рубль неоднократно называют цифровой валютой.

В условиях тесных рамок моей работы, проведем краткий анализ понятий цифровая валюта и цифровой рубль, их правовое соотношение, а также предложим направления для совершенствования правовой базы России в этой области.

Первым элементом правового регулирования состава отечественной цифровой денежной системы является Федеральный Закон № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты», именно данный закон фактически установил правовой режим использования цифровой валюты в Российской Федерации и стал первым шагом в регулировании оборота цифровых активов и попытке адаптации действующего законодательства к новым реальностям в условиях цифровой экономики. Хочу отметить, что Федеральный Закон № 259-ФЗ прошел активные обсуждения и подвергался неоднократным изменениям до его заключительной редакции.

Первая версия законопроекта появилась еще в 2018, когда возрос интерес к криптовалютам, майнингу и к остальным цифровым активам и данные общественные отношения было необходимо урегулировать. В первой редакции не было четкого разграничения, понимания свойств и характеристик будущего правового режима цифровых финансовых активов, а также отсутствовали основные понятия которые использовались в рассматриваемой области. Законодатель сосредоточил свое внимание на проблемах налогообложения цифровых финансовых активов и аспекте легализации, отмывания доходов полученных преступным путем. Вопросы статуса цифровых активов и их классификации оставались неясными до 2019 года, тогда законодатель уделил особое внимание формулировкам основных категорий, понятий. Только к 2019 году сформулированы основные определения и уточнены особенности каждого цифрового актива. Хочу отметить, что неоднократно подчеркивалась необходимость в дифференциации цифровых активов для их правильного правового регулирования и технологического понимания. После многочисленных правок и обсуждений, 31 июля 2020 года Федеральный Закон № 259-ФЗ был принят. Предполагалось, что именно он узаконит все операции с криптовалютами и другими активами, но фактически он стал неким правовым барьером, ведь фактически полностью запретил использовать криптовалюту или же цифровую валюту как средство платежа за товары или услуги. Если охарактеризовать правовые свойства и особенности цифрового рубля и цифровой валюты, то на первый взгляд, мы можем увидеть очень много общих уникальных признаков объединяющих данные категории, однако при детальном рассмотрении данных понятий и их определения в источниках права, мы увидим разные правовые основания. Согласно Федеральному Закону № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты» под цифровыми валютами следует понимать цифровой код, который содержится в информационной системе и (или) может являться

средством платежа, однако не признается официальной денежной единицей на территории России. Противопоставляется цифровой валюте цифровой рубль который сегодня уже в официальных докладах и источниках именуется третьей формой национальной валюты России наряду с наличными и безналичными денежными средствами, однако, несмотря на, всеобщее понимание необходимости и преимуществ цифрового рубля законодательного закрепления понятия так и нет, но в докладах Банка России четко прослеживается формулировка, что цифровой рубль является новой формой российского рубля в цифровом виде. По замыслу Центрального Банка цифровой рубль имеет больше преимуществ по сравнению с другими формами рубля, так например:

1. Безопасность: использование криптографических методов шифрования может обеспечить высокий уровень безопасности и защиты от мошенничества.

2. Более быстрые и дешевые транзакции: цифровые валюты позволяют осуществлять мгновенные и недорогие платежи напрямую между пользователями, минуя посредников.

3. Улучшенная прозрачность и контроль: технология блокчейн, на которой основаны цифровые валюты, обеспечивает прозрачность и возможность отслеживания всех транзакций, что может помочь в борьбе с финансовыми махинациями и отмыванием денег.

Хочу заметить, что сегодня цифровые валюты в отличие от цифрового рубля не обеспечены и операторы платформы сами формируют правила этой платформы согласно статье 141.1 ГК РФ, что создает финансовые риски для инвесторов в частые цифровые валюты.

Для более глубокого и всестороннего анализа основных характеристик и особенностей в правовых режимах цифровой валюты и цифрового рубля, предлагаю составить таблицу и проанализировать схожие черты и различия в определении двух основных финансовых категорий. Чтобы провести сравнительно-правовой анализ будем использовать законодательно закрепленное определение понятия цифровая валюта и определение цифрового рубля данное нам в докладах Банка России.

Сравнительная таблица, представленная в статье, подчеркивает, что, категории обозначаемые данными понятиями, имеют как схожие, так и различающиеся черты. Хочу отметить, что безусловно в техническом выражении цифровая валюта и цифровой рубль могут совпадать, однако в денежном выражении их правовой статус и правовой режим различны. Цифровая валюта не является государственной денежной единицей, и её оборот не подчинен тем же правилам, что и обращение официальных валют. Цифровой рубль, напротив, является обязательством Центрального банка и эмитируется в рамках государственной системы, что обеспечивает его легитимность и доверие со стороны участников рынка.

Для устранения правовых неопределенностей и предотвращения возможных рисков, связанных с использованием цифровой валюты и цифрового рубля, можно предложить следующие шаги по улучшению правового регулирования:

Цифровая валюта	Цифровой рубль
Цифровой валютой признается совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения)	Цифровой рубль это уникальный цифровой код или токен
Цифровая валюта содержится в информационной системе	Цифровой рубль содержится на платформе цифрового рубля, где Банк России выступает оператором платформы
Цифровая валюта не является денежной единицей Российской Федерации, денежной единицей иностранного государства и (или) международной денежной или расчетной единицей	Цифровой рубль третья форма национальной валюты, является средством платежа
Эмитентом цифровой валюты является оператор информационной системы (частное лицо)	Выпуск цифрового рубля осуществляется Банком России (оператором платформы)
В цифровой валюте отсутствует обязанное лицо	Цифровой рубль это обязательство Банка России

1. Уточнение правового статуса цифрового рубля – необходимо законодательно закрепить цифровой рубль как третью форму национальной валюты с четкими правилами его обращения, а также ее технологические особенности, что поможет устранить двусмысленность в трактовке и правовом регулировании и позволит не допустить разночтения.

2. Регулирование технологической инфраструктуры – для повышения уровня безопасности цифрового рубля и цифровых валют стоит разработать общие стандарты для платформ, на которых они функционируют. Это позволит обеспечить устойчивость инфраструктуры и защиту данных пользователей.

3. Учет международного опыта – в связи с глобальным характером цифровых валют и их активным использованием за рубежом, российскому законодателю полезно учитывать международные нормы и рекомендации. Например, подход к регулированию цифрового рубля может быть заимствован у Китая для улучшения безопасности и прозрачности рынка.

В связи с эти можно попробовать вывести следующее определение, которое могло бы быть использовано законодателем в будущем: **цифровым рублем** признается совокупность электронных данных (цифрового кода или

обозначения) с высокой степенью защиты, содержащихся в информационной системе, которые предлагаются и(или) могут быть приняты в качестве средства платежа и (или) средства сбережения, обязанным лицом перед каждым обладателем таких электронных данных является Центральный Банк.

Таким образом, цифровая валюта и цифровой рубль, несмотря на схожие технические характеристики, отличаются по правовому статусу, сфере применения и механизмам регулирования. Цифровая валюта является частным инструментом не обладающая официальным правовым режимом в отличие от цифрового рубля. Для успешного внедрения цифрового рубля и создания надежной технологической инфраструктуры необходимо законодательно закрепить функциональные свойства цифрового рубля, чтобы избежать правовых коллизий и обеспечить стабильность финансового оборота. Совершенствование законодательства с учетом предложенных мер позволит России минимизировать риски и эффективно использовать цифровые технологии в интересах государства и общества.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»//Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru>.
2. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 01.10.2022) "О национальной платежной системе" // Собрание законодательства РФ. – 2011. – N 27. – Ст. 3872.
3. Концепция цифрового рубля (подготовлена Банком России) // Информационный портал Банка России // [Электронный ресурс] – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf
4. Цифровой рубль. Доклад для общественных консультаций. М.,2020. С.37
5. Алексеев С.С. Теория права. – М.: Статут, 2023. – 512 с.
6. Башкатов М. Л. Криптовалюта с точки зрения юридической теории денег: попытка анализа // Законодательство. – 2023. – № 3.

УДК 330.322

**ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СФЕРЫ
НЕДВИЖИМОСТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ**

*Сочинская Кристина Владимировна, Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Аннотация. *Современные инструменты инвестирования в различные сферы экономической деятельности предлагают вложение финансового капитала в продукты, которые предлагает рынок недвижимости. Однако реалии, обусловленные негативным влиянием международных антироссийских санкций, привели к тому, что временный период сфера недвижимости имела более низкую оценку инвестиционной привлекательности, чем ранее. При этом текущий анализ рынка отражает высокие перспективы развития, приносящие инвестиционную доходность для частных и институциональных инвесторов. Целью научной статьи является анализа инвестиционной привлекательности сферы недвижимости для инвестиций населения и бизнеса в период санкционных ограничений.*

Abstract. *Modern investment tools in various spheres of economic activity offer investment of financial capital in products offered by the real estate market. However, the realities caused by the negative impact of international anti-Russian sanctions led to the fact that for a temporary period the real estate sector had a lower assessment of investment attractiveness than before. At the same time, the current market analysis reflects high development prospects that bring investment returns for private and institutional investors. The purpose of the scientific article is to analyze the investment attractiveness of the real estate sector for investments by the population and business during the period of sanctions restrictions.*

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, сфера недвижимости, рынок недвижимости, инвестиции в недвижимость, инвестиции.*

Key words: *investment attractiveness, real estate sector, real estate market, investments in real estate, investments.*

Актуальность исследования обусловлена тем, что от тенденций и перспектив развития инвестиций в недвижимость зависит строительная отрасль и банковская система России. Предприятия строительства осуществляют строительные работы по возведению и вводу в эксплуатацию новых объектов недвижимости, а коммерческие банки осуществляют ипотечное кредитование сделок на покупку объектов недвижимости населением и юридическими лицами. Вместе с тем увеличивается интерес населения и бизнеса к недвижимости, как к объекту инвестирования.

В процесс инвестирования в недвижимость могут использоваться следующие стратегии [6; 7]:

Стратегия «Перепродажи» – предполагает инвестирование в недвижимость с целью быстрой перепродажи с прибылью. Для этого проводится выбор перспективных районов и объектов с высоким потенциалом роста цены.

Стратегия «Развития» – предполагает инвестирование в недостроенные объекты или земельные участки с целью их реконструкции и перепродажи с прибылью.

Стратегия «Портфельного инвестирования» – предполагает распределение инвестиций между разными объектами недвижимости с целью минимизации рисков.

Стратегия «Инвестирования в коммерческую недвижимость» – предполагает инвестирование в коммерческую недвижимость с целью получения дохода от аренды или перепродажи данных объектов.

Стратегия «Доходной недвижимости» – осуществляется покупка объекта недвижимости для его сдачи в аренду с целью получения пассивного дохода/процентов при выплате за пользование арендованным имуществом.

Важным фактором, определяющего инвестиционную привлекательность сферы недвижимости, выступает изменение процентных ставок на рынке ипотечного кредитования. К тому же, важным условием взятия объекта недвижимости в ипотеку является его первоначальный взнос. Раньше он составлял не менее 20%, однако с лета 2023 г. данные условия были изменены в пользу снижения до 10%. Данные изменения повысили доступность ипотечного кредитования [4].

Динамика развития ипотечного кредитования в России изображена на графике рис. 1.

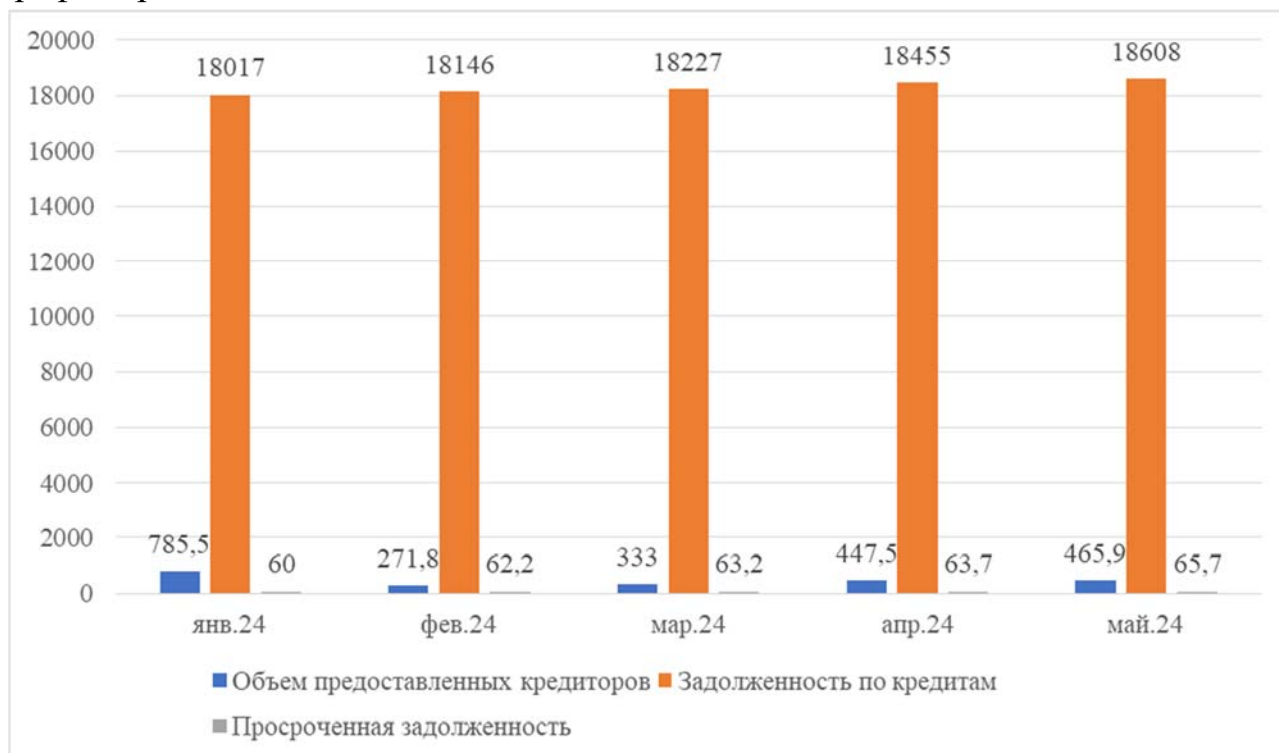


Рис. 1 Портфель ипотечных кредитов, в млрд руб. [5]

Ключевым индикатором определения привлекательности ипотеки для россиян при покупке недвижимости является доступность ипотечного кредита. Она зависит от уровня процентной ставки (см. рис. 2).

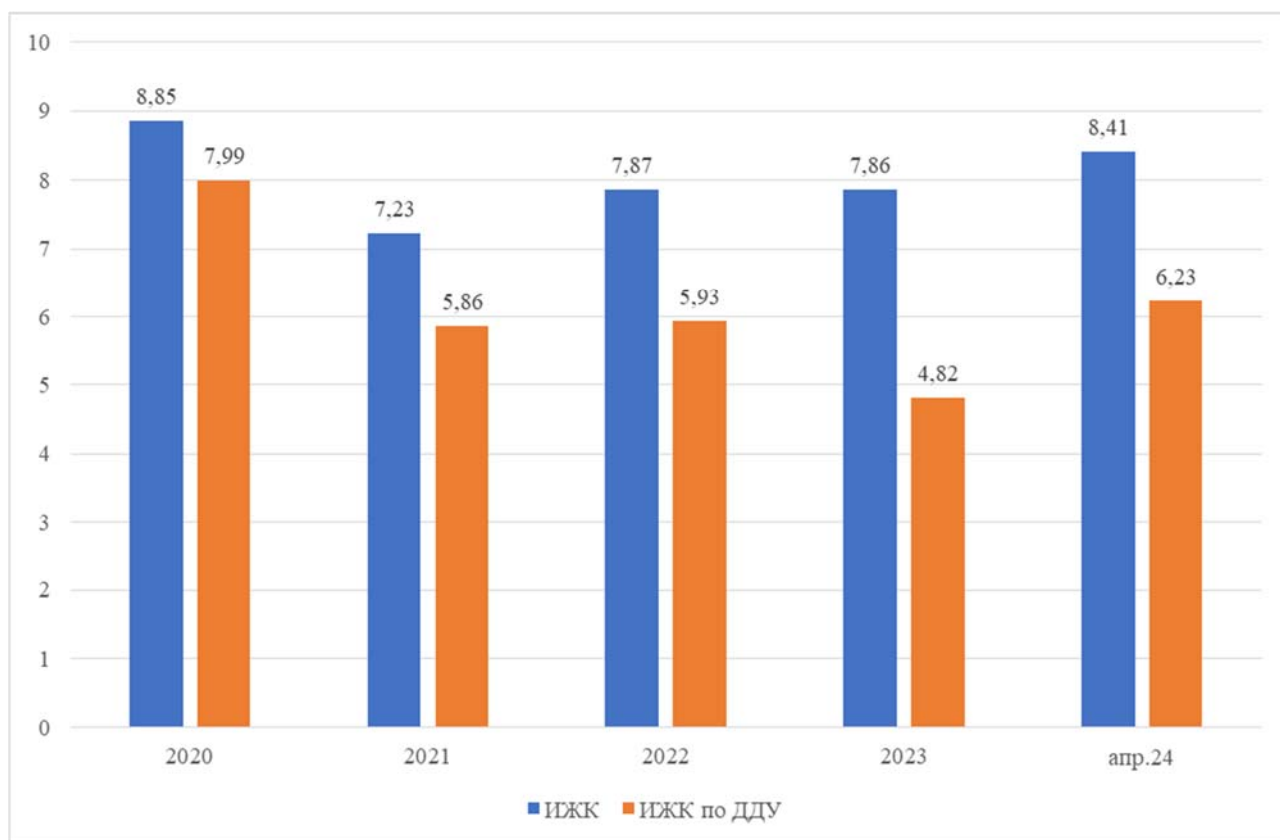


Рис. 2 Процентные ставки на ипотечное кредитование, в % [5]

Объем вложений в этот сектор по итогам 2023 г. оказался максимальным за всю историю наблюдений за рынком и составил 833 млрд руб. Годовой прирост к пиковому на тот момент 2022 г. достиг 68%, то есть превысил прошлогодний показатель более чем в 1,5 раза.

Также актуальным инструментом инвестирования в сфере недвижимости являются паевые инвестиционные фонды. Так, за период с 2018 по 2023 г. объем активов рынка недвижимости в структуре активов паевых инвестиционных фондов России увеличился с 721 млрд руб. до 1,304 трлн руб. Наибольший прирост произошел в 2022 г. (с 759 млрд руб. до 1,032 трлн руб.) и в 2023 г. (с 1,032 трлн руб. до 1,251 трлн руб.) (см. рис. 3).

Совокупный объем инвестиций в российскую недвижимость за январь-февраль 2024 г. составил 64 млрд руб., что на 18% ниже за аналогичный период 2023 г. Наиболее привлекательность стала офисная недвижимость, на которую пришлось 41% вложений [1].

Популярность инвестиций в недвижимость поддерживается изменением цен в 2023 г. Так, стоимость первичного жилья в стране активно росла, причем в регионах это происходило быстрее. Так, новостройки в Челябинске и Сочи стали

дороже почти на четверть – 25,6% и 23,3% соответственно; на 21,7% выросли цены в Нижнем Новгороде. Меньше всего подорожало новое жилье в Санкт-Петербурге и Москве – на 4,3% и 6,7% [2; 3].

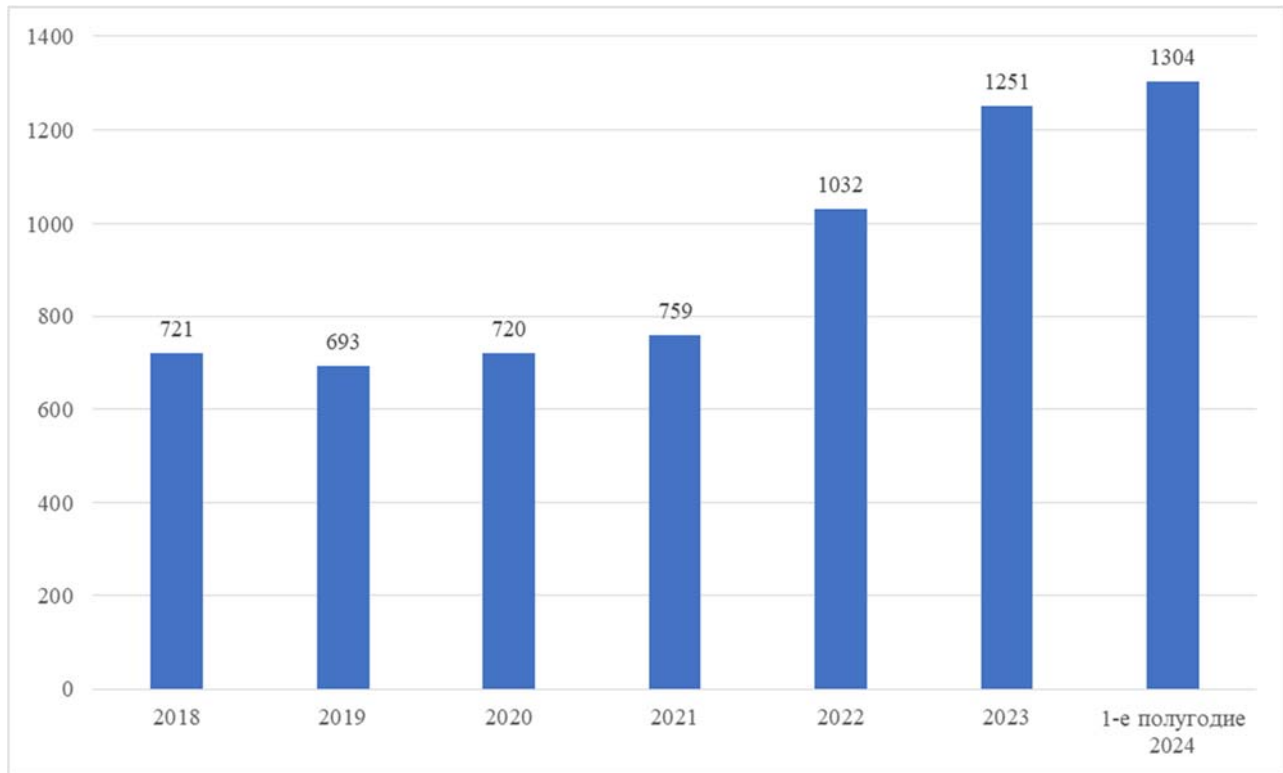


Рис. 3 Динамика активов рынка недвижимости на рынке паевых инвестиционных фондов в России, в млрд руб. [8]

Совокупный объем инвестиций в российскую недвижимость за январь-февраль 2024 г. составил 64 млрд руб., что на 18% ниже за аналогичный период 2023 г. Наиболее привлекательность стала офисная недвижимость, на которую пришлось 41% вложений [1].

Популярность инвестиций в недвижимость поддерживается изменением цен в 2023 г. Так, стоимость первичного жилья в стране активно росла, причем в регионах это происходило быстрее. Так, новостройки в Челябинске и Сочи стали дороже почти на четверть – 25,6% и 23,3% соответственно; на 21,7% выросли цены в Нижнем Новгороде. Меньше всего подорожало новое жилье в Санкт-Петербурге и Москве – на 4,3% и 6,7% [2; 3].

Что касается ценовой конъюнктуры в 2024 г., то по оценкам экспертов среднерыночный рост цены за весь период составит от 5% до 7% в зависимости от выбора класса объекта и региона. К тому же стоит учитывать вероятность влияния дисбаланса спроса и предложения, ведь в той же Москве в 2024 г. прогнозируется вероятность снижения цен, вплоть до 10%.

По итогам первого кв. 2024 г. произошел пока что рост на 1%, однако в некоторых регионах России рост достигает отметки в 5% за квартал. На

некоторые категории недвижимости в Москве в апреле-мае 2024 г. цены выше до 33%, чем годом ранее. И чтобы поддержать соответствующий спрос, которые был ранее, девелоперские компании готовы снижать стоимость предложения на новостройки [2; 3].

В современной практике инвестирования в недвижимость сопутствующими выступают следующие риски:

Риск снижения цен на недвижимость: влияние макроэкономических факторов и ситуации на рынке – нестабильная экономическая конъюнктура и вектор денежно-кредитной политики Банка России могут привести к снижению цен, из-за чего инвестиции в недвижимость становятся неэффективными и нерентабельными.

Риски неликвидности и сложностей с перепродажей – институциональная среда, социально-экономическая нестабильность, геополитическая напряженность и другие фундаментальные факторы способны снизить количество сделок на рынке недвижимости, из-за чего продажа объектов становится затруднительнее. Именно поэтому чтобы поддержать соответствующий спрос, которые был ранее, девелоперские компании готовы снижать стоимость предложения на новостройки в 2024 г.

Риск нестабильности арендного дохода: неопределенность с поиском арендаторов, неплатежеспособность арендаторов – инвестиции в целях получения доходов от сдачи объекта недвижимости в аренду могут сталкиваться с неопределенностями, которые исходят из платежеспособности субъектов арендных отношений, что увеличивает срок окупаемости вложения финансового капитала.

Риск необходимости дополнительных инвестиций: неожиданные расходы на ремонт и содержание недвижимости – отсутствие объективной оценки изначального состояния объекта недвижимости может приводить к дальнейшим дополнительным капитальным расходам, что увеличивает реальную стоимость инвестиций в выбранный актив недвижимого имущества.

Риски мошенничества и неправильного оформления сделок – злоупотребления и мошеннические действия со стороны участников рынка инвестирования в недвижимость, риелторов или нотариусов способны приводить к неправильно оформленным сделкам, что делает данные инвестиции фиктивными и приводит к потере финансового капитала инвестора. Дальнейшая судебная тяжба по таким делам может затягиваться на длительный период времени, что приводит к невозможности распоряжаться утраченными средствами.

Среди положительных факторов роста инвестиций в недвижимость может выступать удорожание аренды. Так, в апреле 2024 г. в некоторых городах рост составил больше 10%. Например, в Чите за этот год рост аренды составил уже 13%. В Грозном на 12%, а в Сочи на 10%. При этом в Москве подорожание произошло лишь на 0,7%, а в Санкт-Петербурге, наоборот, цены снизились на 0,8% [2; 3].

В 2025 году возможны негативные изменения для сферы недвижимости, что будет обусловлено следующими факторами:

- продолжающийся рост процентных ставок ипотечных кредитов;
- сокращение объема программы государственного финансирования банками льготной ипотеки;
- предыдущий рост удовлетворил большую часть спроса на недвижимость.

При этом ценовая конъюнктура все одно сохранится положительной, а общий рост стоимости объектов недвижимости увеличится от 4% до 8% в зависимости от типа недвижимости и местоположения.

В заключении статьи подытожим, что основными тенденциями инвестирования в недвижимость, скорее всего, будет замедление темпов роста цен на объекты недвижимости. Это обусловлено сохранением высокой процентной ставки ЦБ РФ и ужесточения денежно-кредитной политики. К тому же, некоторые программы льготной ипотеки прекращают свое функционирование, а прежние объемы выдачи ипотеки затруднительно поддерживать, ведь ставка по ИЖК значительно увеличилась к лету 2024 г. Соответственно, инвестиционная привлекательность сферы недвижимости может постепенно ухудшиться.

Список использованных источников:

1. Инвестиции в недвижимость России с начала года упали на 20%. URL: <https://realty.rbc.ru/news/65e1afe29a79475ca6d49340> (дата обращения: 30.09.2024).
2. Что происходит на рынке недвижимости весной 2024 года. URL: <https://journal.tinkoff.ru/chto-s-nedvigoj/> (дата обращения: 30.09.2024).
3. В мире стремительно дешевет жилье. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/04/09/v-mire-stremitelno-desheveet-zhilie/> (дата обращения: 30.09.2024).
4. Ипотека с 1 июня 2023: условия и размер первоначального взноса. URL: <https://investim.guru/faq/ipoteka-s-1-iyunya-2023-usloviya-i-razmer-pervonachalnogo-vznosa> (дата обращения: 30.09.2024).
5. Обзор рынка ипотечного жилищного кредитования. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/mortgage/Indicator_mortgage/0923/ (дата обращения: 30.09.2024).
6. Павельева Э.Ю., Пузыня Н.Ю. Особенности частного инвестирования в объекты жилой недвижимости в России // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2022. Т. 12. № 4 (43). С. 501-511.
7. Жаров А.Н., Румянцева А.Ф., Гераськин В.Н. Недвижимость как объект инвестирования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 11-1. С. 134-137.
8. Обзор ключевых показателей паевых инвестиционных фондов. Банк России. URL: https://www.cbr.ru/analytics/rsci/review_pif_aif/ (дата обращения: 30.09.2024).

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 11 / 2024

Подписано в печать 15.11.2024

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/>

