

Сборник материалов

V ЮБИЛЕЙНОЙ

Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
«Конкуренция и монополия»

Кемерово, 26-27 октября 2022 г.



Федеральная
антимонопольная
служба



КУЗБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Т. Ф. ГОРБАЧЁВА



Институт
экономики
и управления

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Кемеровской области

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Сборник материалов
V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 26-27 октября 2022 г.)

КЕМЕРОВО
2022

УДК 339.137.2
ББК 65.011.33

Конкуренция и монополия: сборник материалов V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 26-27 октября 2022 г.) / под общ. ред. Ю. С. Якуниной, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2022. – 283 с.

ISBN 978-5-00137-331-5

В сборнике представлены материалы V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования.

Сборник предназначен для сотрудников академических институтов, преподавателей и студентов высших учебных заведений, специалистов органов государственной власти, предприятий реального сектора экономики, а также для всех заинтересованных лиц.

ISBN 978-5-00137-331-5

ББК 65.011.33
© Авторы, 2022
© КузГТУ, 2022



Уважаемые коллеги!

Рады представить вашему вниманию очередной сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия».

Реалии событий в нашей стране сегодня таковы, что мы должны объединить свои усилия абсолютно во всем. Начиная от решения простых бытовых вопросов и заканчивая принятием важных экономических и социальных решений.

Именно поэтому и стоит объединиться научному сообществу для решения самых важных стратегических задач. Основными итогами нашей совместной работы должны стать исследования и примеры практических решений для устойчивого развития экономики региона, развития конкуренции в различных сферах деятельности, недопущение появления дефицита тех или иных товаров в условиях жесточайших санкций и прочих недружественных действий.

Таким образом, тема развития конкуренции и, как следствие, повышение и сохранение уровня и качества жизни россиян и в частности кузбассовцев будет еще долго оставаться актуальной.

Статус нашей конференции укрепляется от мероприятия к мероприятию. Все больше специалистов в сфере конкурентного права со всей России готовы принимать в ней участие, представляя свое видение региональных особенностей антимонопольного регулирования.

По традиции желаем всем авторам сборника продолжать исследования, тем самым, способствуя совершенствованию антимонопольного регулирования, развитию конкуренции в нашем регионе и в стране!

С уважением,
руководитель Кемеровского УФАС России,
заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования КузГТУ,
к.э.н. Н. Е. Кухарская



Уважаемые участники V Юбилейной, теперь уже традиционной Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия»!

Позвольте поприветствовать Вас от имени коллектива Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева!

Этот год для нашей конференции особенный – она проходит в пятый раз, что подчеркивает ее актуальность и значимость!

Главным «конкурентным» преимуществом этой научно-практической конференции является «сплав» теоретической и прикладной науки для разработки рекомендаций, адаптированных к потребностям реального сектора экономики.

В современных условиях государственная антимонопольная политика является особенно важной для устойчивого развития всей экономической системы, создавая предприятиям условия для честной конкурентной борьбы, направленной на совершенствование качественных характеристик выпускаемой продукции.

Решение другой задачи данного мероприятия – помощь в формировании конкурентоспособных кадров для национальной экономики, обладающих необходимыми современными компетенциями.

Наша конференция – совместный проект с Управлением федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области, является удачной площадкой интеграции теоретических исследований и их практической реализации.

Желаю участникам конференции эффективной работы и крепкого здоровья!

С уважением, ректор КузГТУ, к.ф.-м.н., доц.
А.Н. Яковлев



Уважаемые участники V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции «Конкуренция и монополия»!

В этом году наша конференция, посвященная проблемам антимонопольного регулирования, отмечает пятилетний юбилей! Для нас очень важно, что сложная геополитическая ситуация не снижает интереса к этому научному форуму.

В современных условиях санкционного давления западных стран и проведения эффективной отечественной политики импортозамещения проблема борьбы с нечестной конкуренцией является стратегической в обеспечении благополучия не только нашей малой родины, но и всей страны.

«Качественный» состав участников конференции очень разнообразный – от студентов, делающих первые шаги в науке, до маститых профессоров и докторов наук. География участников тоже «диверсифицирована» – от Кемерово и Красноярска до Волгограда, Москвы и Минска, причем появляются постоянные участники, что не может не радовать! Присоединяются и новые участники – наши коллеги из Луганской Народной Республики.

Интерес общественности характеризует актуальность и значимость научно-практической конференции!

Поздравляю всех с Юбилеем конференции, желаю эффективной работы, крепкого здоровья и мирного неба!

С уважением, проректор по учебной работе КузГТУ, к.э.н., доц.
Н.В. Кудреватых

Кухарская Наталья Евгеньевна,
руководитель управления, заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования КузГТУ, к.э.н.
Полякова Юлия Александровна,
начальник отдела контроля органов власти
(Кемеровское УФАС России, г. Кемерово)

О НЕОБХОДИМОСТИ СОГЛАСОВАНИЯ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ ИЗМЕНЕНИЙ КОНЦЕССИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ

В случаях, установленных частью 2 статьи 6, частью 3.8 статьи 13 Закона о концессионных соглашениях для продления срока действия концессионного соглашения, а также изменения существенных условий концессионного соглашения требуется получение согласия антимонопольного органа.

Основания, по которым могут быть изменены условия концессионных соглашений, заключенных в отношении объектов жилищно-коммунального хозяйства, а также порядок согласования антимонопольным органом таких изменений утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.04.2014 №368 «Об утверждении Правил предоставления антимонопольным органом согласия на изменение условий концессионного соглашения» (далее – Правила № 368).

Перечень оснований для изменения условий соглашения приведен в пункте 2 указанных Правил № 368, указанный перечень является исчерпывающим и не подлежит расширительному толкованию.

Как показывает практика, зачастую изменения в концессионные соглашения вносятся на основании пп. а), г), п. 2 Правил № 368.

Согласования изменений условий концессионного соглашения осуществляется при наличии возникновения обстоятельств непреодолимой силы (п. 2 Правил № 368). Иными словами, если реализация соглашения стала невозможной в установленные в нем сроки в результате возникновения подобных обстоятельств (санкции, мер ограничительного характера и т.п.).

При согласовании изменений концессионных соглашений, заключенных в отношении объектов теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения, заявителю необходимо в составе заявления о согласовании изменений представить также сведения, подтверждающие наличие причинно-следственной связи между основанием для внесения и соответствующими изменениями.

Для согласования внесения изменений в концессионное соглашение недостаточно одного факта внесения изменений в территориальную схему теплоснабжения и включения в неё схему новых объектов. Кроме этого необходимо обосновать невозможность выполнения принятых сторонами

обязательств, например, финансовых, производственных потерь, которая регламентируется следующими подпунктами:

д) установление регулируемых цен (тарифов), надбавок к ценам (тарифам), по которым концессионер предоставляет потребителям товары, работы, услуги, с применением долгосрочных параметров регулирования деятельности концессионера, которые не соответствуют таким параметрам, предусмотренным соглашением, то есть на основании решения о согласовании изменения значений долгосрочных параметров регулирования, установленного соглашением. Заключенным в отношении указанных объектов орган регулирования устанавливает долгосрочные тарифы с применением новых значений долгосрочных параметров деятельности концессионера как основание для изменения условий концессионного соглашения;

е), ж) выявление в течение срока реализации концессионного соглашения технологически и функционально связанных с объектами таких систем бесхозяйных объектов теплоснабжения, являющихся частью относящихся к объекту концессионного соглашения систем;

з) вывод в течение срока реализации концессионного соглашения объектов теплоснабжения, централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельные объекты таких систем, являющихся объектом концессионного соглашения или входящих в его состав;

и) осуществление возмещения фактически понесенных расходов концессионера.

В случае отсутствия оснований, предусмотренных пунктом 2 Правил, антимонопольный орган отказывает в согласовании изменений условий концессионного соглашения (подпункт «б» пункта 14 Правил).

Антимонопольный орган также отказывает в согласовании изменений условий концессионного соглашения в случае, **если объем расходов, финансируемых за счет средств концедента (ОВ), на использование (эксплуатацию) объекта концессионного соглашения на каждый год срока действия концессионного соглашения, подлежит увеличению** (за исключением согласования по пп.б) пункта 2 Правил).

Статья 401 ГК РФ устанавливает критерии, при которых то или иное обстоятельство может быть признано обстоятельством непреодолимой силы, **для признания обстоятельства непреодолимой силы необходимо, чтобы оно носило чрезвычайный, непредотвратимый при данных условиях и внешний по отношению к концессионеру характер.**

За период 01.01.2022 по настоящее время в адрес Кемеровского УФАС России поступило 37 заявлений о согласовании изменений условий концессионных соглашений, заключенных в отношении объектов ЖКХ. Из них было согласовано 23 заявления.

Примеры согласований:

1) В качестве обоснования возникновения соответствующих оснований были предоставлены документы (материалы), подтверждающие нали-

чие причинно-следственной связи между данным основанием и заявленными изменениями с учетом продления срока действия концессионного соглашения, из которых следует, что стороны концессионного соглашения оказались неспособны выполнить принятые на себя обязательства, в том числе по проведению экспертизы для принятия решения по вопросу о целесообразности дальнейшего использования имущества, о возможности и эффективности его восстановления, возможности использования отдельных узлов, деталей, конструкций и материалов от имущества возможно в период прекращения отопительного сезона, чтобы не нарушить бесперебойное обеспечение теплоснабжения потребителей Мариинского муниципального округа. Проведение указанной экспертизы в установленные концессионным соглашением сроки не было осуществлено по причине перевода сотрудников на дистанционную работу, а также невозможности осуществления фактического осмотра имущества ввиду ряда ковидных ограничений.

Учитывая указанные обстоятельства антимонопольный орган пришел к выводу о наличии причинно-следственной связи между основанием для внесения и соответствующими изменениями, в связи с чем срок действия соглашения был продлен на 1 год.

2) В качестве обоснования соответствующих оснований, а также в целях переноса срока реализации мероприятий с 2024 года на 2022 год администрацией г. Кемерово, ОАО «СКЭК» были предоставлены документы (материалы), из которых следует, что сокращение срока выполнения мероприятия обусловлено необходимостью гарантированного обеспечения строительства объекта материалами, так как существующие поставщики материалов, предусмотренных проектом, готовы за счет имеющихся запасов произвести продукцию и отгрузить ее по фиксированным ценам в необходимом для завершения работ объеме до конца 2022 года. В случае реализации мероприятия в предусмотренные ранее сроки, а именно в 2023-2024 годах существует опасность отсутствия материалов на рынке или их значительное удорожание. Так в связи с нестабильностью рынков строительных материалов поставщики прогнозируют увеличение их стоимости в связи с удорожанием логистических затрат и дефицитом компонентов. При этом замена материалов, используемых при реализации мероприятия, приведет к значительному удорожанию (по сегодняшним расценкам) ориентировочно более 20%, что повлечет невозможность исполнения мероприятия, предусмотренного концессией. Остановка и консервация объекта может повлечь его утрату и невозможность обеспечения качественного водоотведения значительной части города Кемерово.

С учетом вышеизложенного изменение концессионного соглашения №2, заключенного в отношении объектов централизованных систем холодного водоснабжения и водоотведения города Кемерово было согласовано антимонопольным органом, факт наличия причинно-следственной связи между данным основанием и заявленными изменениями с учетом

сокращения сроков выполнения мероприятий, указанных в концессионном соглашении был установлен.

3) В качестве обоснования соответствующих оснований администрацией муниципального городского округа были предоставлены соответствующие документы (материалы), из которых следует, что постановлением администрации была утверждена актуализированная схема водоснабжения на 2023 год с перспективой до 2028 года.

В основу схем развития инженерных сетей (водоснабжения и водоотведения) положенные прогнозные балансы потребления питьевой, технической воды на срок не менее 10 лет с учетом различных сценариев развития поселений, городских округов, рассчитанные на основании расходов питьевой, технической воды в соответствии со СНиП, а также исходя их текущего объема потребления воды населением и его динамики с учетом перспективы развития и изменения состава, и структуры застройки.

Актуализированная схема содержит описание изменений (фактических данных) в оценке значений индикаторов развития систем водоснабжения и водоотведения Ленинск-Кузнецкого городского округа, изменений в достижении ключевых показателей, отражающих результаты внедрения целевых показателей реализации схемы водоснабжения и водоотведения городского округа.

При этом в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 05.09.2013 № 782 «О схемах водоснабжения и водоотведения» реализуемые мероприятия должны быть экономически и энергоэффективными, то есть в результате их реализации не должно вводиться мощности не обеспеченные спросом, так как в указанном случае будет отсутствовать доходная часть, необходимая для финансирования затрат на эксплуатацию объекта, что приведет к росту тарифов и невозможности реализации последующих мероприятий по причине отсутствия средств.

Актуализированная схема и мероприятия направлены на максимальное разрешение указанных проблем наиболее эффективными способами и средствами.

Изменения концессионного соглашения в связи с актуализацией схемы направлены, в том числе на обеспечение сторонами своих обязательств в рамках концессионного соглашения в полном объеме, при условии сохранения неизменной доли участия в развитии системы водоснабжения и водоотведения.

В процессе рассмотрения предоставленных документов отделом были установлены основания, по которым могут быть изменены условия концессионного соглашения в связи с внесением в установленном порядке изменений в схемы теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения, в связи с которыми стороны оказались неспособны выполнить принятые обязательства.

Пример отказа:

Внесение изменений в концессионное соглашение заявитель обосновал тем, что прокуратурой Кемеровской области была проведена проверка правомерности положений концессионного соглашения, в результате которой был выявлен ряд нарушений, в связи с чем прокуратурой было подано исковое заявление в Арбитражный суд Кемеровской области о признании данного соглашения недействительным.

Учитывая выявленные нарушения, с целью добровольного устранения сторонами допущенных нарушений, а также в связи с возникновением, по мнению заявителя, обстоятельств непреодолимой силы просило согласовать изменения условий соглашения.

Не могут быть признаны непреодолимой силой обстоятельства, наступление которых зависело от воли или действия стороны обязательства, например, отсутствие у должника необходимых денежных средств, нарушение обязательства его контрагентами, неправомерные действия его представителей и т.п.

Также согласование изменений условий концессионного соглашения осуществляется, в том числе в связи с утверждением схем теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения или внесение изменений в схемы теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения, утвержденные в порядке, в связи с которыми стороны оказываются не способными выполнить принятые обязательства (в случае, если предметом концессионного соглашения являются вышеупомянутые объекты).

В заключении следует отметить, что согласно части 4 статьи 13 Федерального закона от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» концессионное соглашение по требованию стороны может быть изменено решением суда по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации. Внесение изменений в условия концессионных соглашений в отношении объектов, указанных в части 1 статьи 4 данного закона, на основании вступивших в законную силу решений суда осуществляется без получения согласия антимонопольного органа за исключением вступившего в законную силу решения суда, которым установлена невозможность исполнения концессионером или концедентом установленных концессионным соглашением обязательств вследствие решений, действий (бездействия) государственных органов, ОМСУ, и (или) их должностных лиц.

Список литературы

1. Федеральный закон от 21.07.2005 № 115-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «О концессионных соглашениях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2022) // СПС КонсультантПлюс.
2. Постановление Правительства РФ от 24.04.2014 № 368 (ред. от 23.06.2022) «Об утверждении Правил предоставления антимонопольным органом согласия на изменение условий концессионного соглашения» // СПС КонсультантПлюс.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022) // СПС КонсультантПлюс.
4. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // СПС КонсультантПлюс

Арешонкина Вероника Александровна, студент гр. ЭУб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

Медовикова Ангелина Андреевна, студент ЭБбт-201.1
(Филиал КузГТУ в г. Прокопьевске)

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ

В деятельности любой эффективно работающей компании рано или поздно возникает вопрос расширения границ рынка и выхода на международный уровень. При выборе Турецкой Республики в качестве перспективного направления капиталовложений также актуальной становится проблема выбора наиболее выгодного сектора экономики с точки зрения будущих прибылей и получения стабильного уровня дохода в кратчайшие сроки.

Турция является одним из государств, руководство которого ориентировано на иностранных инвесторов и создание благоприятного климата, как для новичков, так и для уже состоявшихся успешных бизнесменов. В Турции все они всегда встретят поддержку местных администраций с минимальными финансовыми потерями. В 2022 году Турецкая республика позиционирует себя как страну, открытую для новых инициатив и иностранных инвесторов, в планах которых – дать старт, продолжение и развитие своего дела на выгодных условиях.

Направлениями бизнеса, традиционными для Турции, являются выделить ресторанный, гостиничный, строительный, производство сельскохозяйственной продукции, а также золотодобыча и золотообработка, а также добыча нефти. Экономика Турецкой Республики различных отраслей отличается общей конкурентоспособностью и является динамично развивающейся, вместе с тем она заслужила доверие зарубежных партнеров. Кроме того, высокий рейтинговый балл экономики Турции продолжает расти за счет решительных мер, предпринимаемых ее правительством по развитию, которое отводит частному сектору главную роль. Сегодня Турция занимает 18 место в мире по масштабам экономики с ВВП 736

млрд. долларов и ставит амбициозную цель подняться на 10 место в данном рейтинге к 2023 году [1].

Особенностью экономики Турецкой Республики последние 20 лет стала ее способность к преодолению препятствий, несмотря на ослабление национальной валюты. В 2018 году многие экономисты были пессимистически настроены к ее способности стабилизироваться, но уже в следующем году бюджет страны достиг профицита в размере 1 млрд долларов [1].

Несмотря на отмеченное преимущество, неблагоприятным фактором конкурентоспособности турецкой экономики является ускоренная реакция инвесторов на негативные новости, что нарушает ее стабильность в достаточно короткие сроки. Так, в конце 2019 – начале 2020 годов после 5-месячного подъема и повышения оптимистических настроений в экономике, наступивший период пандемии уже в марте привел к обрушению индекса ЦБ Турции на 8,2 пункта до 98,6 баллов. Значения данного показателя ниже 100 пунктов свидетельствуют о преобладании уровня пессимизма в экономике. Кроме того, исследования ЦБ Турции выявили снижение коэффициента использования мощностей производителей, что было вызвано закрытием бизнеса почти 200 тысяч фирм [1].

Если говорить о перспективных рыночных нишах и прибыльных предпринимательских сферах турецкой экономики сегодня, можно отметить следующее. Несмотря на нестабильную геополитическую ситуацию, страна лояльно относится к зарубежным партнерами всех государств и может предложить выгодные инвестиционные проекты на условиях гражданства, прироста доходов и продвижения бизнеса в мировом масштабе [2-4].

Так, для старта гостиничного бизнеса в Республике в 2022 году можно приобрести франшизу или бутик-отель на Анталийском побережье «под ключ» с пакетом документов, а выигрышное географическое и климатическое расположение, развитость сервиса обеспечивает все шансы ведения этого направления бизнеса с окупаемостью проекта в короткие сроки и невысокими стартовыми инвестициями. Также быстроокупаемым бизнесом в Турции является ресторанный, особенности в условиях его параллельного ведения с отельным.

Популярной инвестиционной бизнес-идеей в Турции является сельскохозяйственное производство. Оптимальным вариантом для данной отрасли, по мнению экспертов, является выращивание и продажа продукции на экспорт, востребованной у зарубежных партнеров с учетом сезонного фактора: выращивание фруктов – мандарины, гранаты, хурма; выпуск сгущенного молока и кисломолочной продукции; гречиха; сыроварение и молочные фермы, оснащенные современным европейским оборудованием; эвкалиптовое масло для фармацевтических и косметологических целей.

Нельзя не отметить наиболее прибыльную нишу для зарубежных инвесторов в Турецкой Республике – рынок недвижимости и строительный сектор, демонстрирующий в течение последних 5 лет рост цен на квартиры,

виллы и коммерческие объекты минимум на 15 % ежегодно. Такой бизнес дает сразу несколько преимуществ инвестору. Во-первых, получение гражданства за инвестиции в жилье, которое не будет продаваться в течение срока ограничения сделки купли-продажи на период строительства. Во-вторых, высокая прибыльность, так как цена застройщика ниже рыночной не менее 50 %.

Иностранные инвестиции в промышленность Турции являются привлекательным сектором для малого и среднего бизнеса. В данной сфере правительство Республики создает благоприятные условия путем открытия нескольких специальных зон, разработанных для благоприятного развития деятельности иностранных и местных инвесторов. В СЭЗ предоставляется доступ к международным контактам, экспортным связям, использованию таможенных и коммунальных льгот, предоставляется освобождение от уплаты земельного налога.

Таким образом, Турецкая Республика создает благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций. Однако важно не только иметь бизнес-идею, но и иметь понимание национальных особенностей ведения бизнеса и законодательство страны. Чтобы не попасть в число бизнес-лузеров, нужно грамотно распланировать каждый этап своей деятельности и спроектировать вложения капитала.

Список литературы

1. Что нужно знать об экономике Турции, и какие ниши востребованы в этой стране на данный момент. URL: <https://vc.ru/u/1269206-relocationtr> (Дата обращения: 30.10.2022).
2. Мешкова, И. В. Проблемы экономической безопасности малого инновационного бизнеса / И. В. Мешкова, Ю. О. Егорова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 256-258.
3. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30 (4). – С. 103-109.
4. Синтяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синтяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.
5. Tyuleneva, T. The Prospects of Accounting at Mining Enterprises as a Factor of Ensuring their Sustainable Development / T. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : The Second International Innovative Mining Symposium, Kemerovo, 20–22 ноября 2017 года. – Kemerovo: EDP Sciences, 2017.

Арутюнян Лилит Самвеловна, Вегнер Анастасия Игоревна,
студенты гр. МБб-201

Научный руководитель – Михайлов Владимир Геннадьевич, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Природоохранная деятельность предприятий является одним из главных направлений его функционирования. Это особенно актуально в условиях рыночной экономики в связи с тем, что современные организации нацелены на получение прибыли вне зависимости от ущерба, наносимого окружающей среде.

Предприятия, осуществляющие природоохранные мероприятия, компенсируют отрицательное воздействие производственной деятельности на окружающую среду, что не отменяет их ответственность за несоблюдение законодательства в данной сфере деятельности.

Эколого-экономическая оценка последствий производственной деятельности любого промышленного предприятия включает следующие направления [1-8]:

- анализ выбросов вредных веществ и других видов негативного воздействия, которые оказывают существенное влияние на здоровье работников предприятия и население в целом;
- анализ экологического ущерба в целом;
- анализ природоохранной деятельности, которая стремится к экономической эффективности.

Вышеизложенное определяет необходимость реализации природоохранных мероприятий, которые целесообразно проводить с целью совершенствования природоохранной деятельности:

- а) разработка новой системы стандартизации приемлемого воздействия на окружающую среду для уменьшения антропогенной нагрузки;
- б) модернизация экономического механизма охраны окружающей среды, включая изменения в системе платежей за отрицательное воздействие на окружающую среду и выработку инструментов страхования экологической ответственности хозяйствующих субъектов;
- в) внедрение механизмов государственной поддержки работ, направленных на смягчение и ликвидацию экологического ущерба, причиняемого хозяйственной деятельностью.

Рыночная экономика позволяет предприятиям проводить высокорентабельные природоохранные мероприятия, а также увеличить заинтересованность предприятий в создании программ по охране окружающей среды, используя следующие источники финансирования:

1. средства компаний, организаций и учреждений (формируются за счет прибыли хозяйствующих субъектов);
2. фонды экологического страхования (формируется за счет средств предприятий, которые застраховали себя от непреднамеренного нанесения ущерба окружающей среде);
3. кредитные учреждения (предоставляют кредиты на осуществление природоохранной деятельности);
4. государственное финансирование, в т.ч. реализация национальных;
5. бюджетное финансирование, включая налоги, платежи и отчисления за пользование природными ресурсами, плату за негативное воздействие на окружающую среду.

Таким образом, существует достаточное количество источников средств для осуществления природоохранной деятельности.

Также можно выделить направления совершенствования природоохранной деятельности, которые позволят добиться оптимального функционирования предприятия и снизить негативное воздействие на окружающую среду:

- реальная эколого-экономическая оценка последствий производственной деятельности предприятия;
- замена устаревшего оборудования и внедрение новых малоотходных технологий;
- перепрофилирование отдельных производственных процессов на более безопасные;
- внедрение новых способов утилизации отходов производства;
- контроль за соблюдением нормативов и стандартов;
- участие предприятия в природоохранной деятельности региона.

Использование всех рассмотренных направлений позволяет оптимизировать функционирование с точки зрения негативного воздействия на окружающую среду.

Необходимо отметить, что эффективная охрана окружающей среды должна сочетаться с экономической эффективностью производства, т.е. мотивировать предприятия для осуществления природоохранной деятельности.

Поэтому, рассмотренные природоохранные мероприятия направлены на улучшение экологической ситуации в регионе без потери предприятиями экономической результативности, что особенно важно в условиях рыночной, конкурентной экономики.

Список литературы

1. Байгозин К. И. Проблемы взимания платы за негативное воздействие на окружающую среду: к вопросу о субъектах платежа // Петербургский юрист. 2019. № 5. С. 150-157.

2. Бобылев С.П., Перелет Р.А. Раздел «Экономика» // Приоритеты национальной экологической политики /Под ред. В.М. Захарова. М.: Наука, 2020.
3. Бучакова М. А., Вершило Н. Д. О повышении эффективности контроля (надзора) в сфере охраны окружающей среды // Российский юридический журнал. 2019. № 4. С. 191-197.
4. Хильчевская Р. М. Проблемы экологической экономики в свете концепции устойчивого развития // Экономика и математические методы. 2020. Т. 32. Вып. 3. С. 85-95.
5. Чепурных Н.П. Экономика природопользования. Эффективность. Ущерб. Риски. М.: Наука, 2019.
6. Шимова О. С., Соколовский Н. К. Экономика природопользования: учеб. пособие. М: Инфра-М, 2019. 377 с.
7. Mikhailov V., Kiseleva T., Bugrova S., Muromtseva A., Mikhailova Ya. // Research of environmental and economic interactions of coke and by-product process. E3S Web of Conferences. The Second International Innovative Mining Symposium. 2017.
8. Михайлов В.Г., Бугрова С.М. Совершенствование системы управления эколого-экономической безопасностью на ЗАО «Разрез «Инской». 2015. № 6-1 (66). С. 548-564.

Баширзаде Рамила Рафаил кызы
кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Отраслевое управление и экономическая безопасность»
(СГТУ имени Гагарина Ю.А., г. Саратов)

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ АДАПТИВНЫХ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК ДЛЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СТРОИТЕЛЬНО-ЖИЛИЩНОГО КОМПЛЕКСА

Конкуренция и монополия на рынке строительных материалов является условием формирования адаптивной логистической системы строительного-жилищного комплекса городской агломерации. В контексте целей и задач проектирования и функционирования логистической системы строительного-жилищного комплекса рассмотрим конкуренцию и монополию не как антипод, а как взаимодополняющие понятия.

Рынок, на котором господствует монополия, представляет собой полную противоположность конкурентному рынку, где имеется много конкурентов, предлагающих для продажи стандартизированные товары. Конкуренция способствует появлению на рынке большего количества разнообразных товаров и услуг, что дает покупателю право выбора. Монополия же наоборот, «славится» уникальностью своей продукции, что дает

покупателю уверенность в качестве товара. Виды монополии и конкуренции представлены на рисунках 1 и 2.



Рисунок 1 – Виды монополии [7]

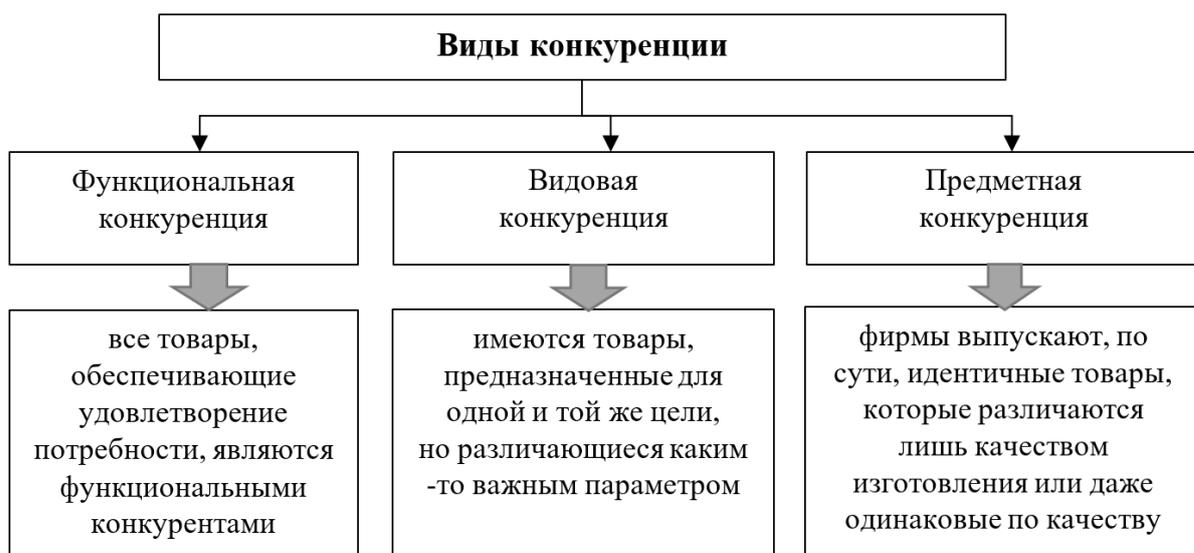


Рисунок 2 – Виды конкуренции [7]

Вопросам конкуренции на рынке строительных организаций посвящено много научных трудов, в том числе работы следующих авторов [3-6]. Именно для строительной отрасли необходимо сочетание конкурентного и монопольного рынка. Прежде всего, это относится к источникам ресурсного обеспечения и материального наполнения потоков, входящих в логистическую систему. Логистика является инструментом достижения конкурентного преимущества [2]. В данном случае речь идет об источниках строительных материалов, поступающих на объект жилищного строительства и необходимых для обустройства городской среды. Рассмотрим особенности

расположения источников строительных материалов на уровне макросреды. Для обеспечения строительного объекта массовыми материалами (песок, щебень, цемент, кирпич и др.) в городских агломерациях чаще всего имеется несколько предприятий, которые конкурируют между собой за потребителя, т.е. эти предприятия формируют конкурентную среду, и у потребителя есть выбор альтернативы.

Поэтому, решая задачу логистического характера – выбор поставщика, потребитель исходит из таких параметров (факторов), как возможность обеспечить потребности стройки в необходимых ресурсах, цена транспортировки, качество, лояльность и т.д. Иными словами, формируются стабильные цепочки поставок таких ресурсов в соответствии с требованиями целевого проекта, потребностями в ресурсах по стадиям инвестиционно-строительного цикла и т.д. Данная задача решается на стадии проектирования логистической системы, где согласуются все потоки для своевременного завершения инвестиционно-строительного цикла с минимальным риском, на что влияет возможность альтернативных цепочек поставок на конкурентном рынке [1].

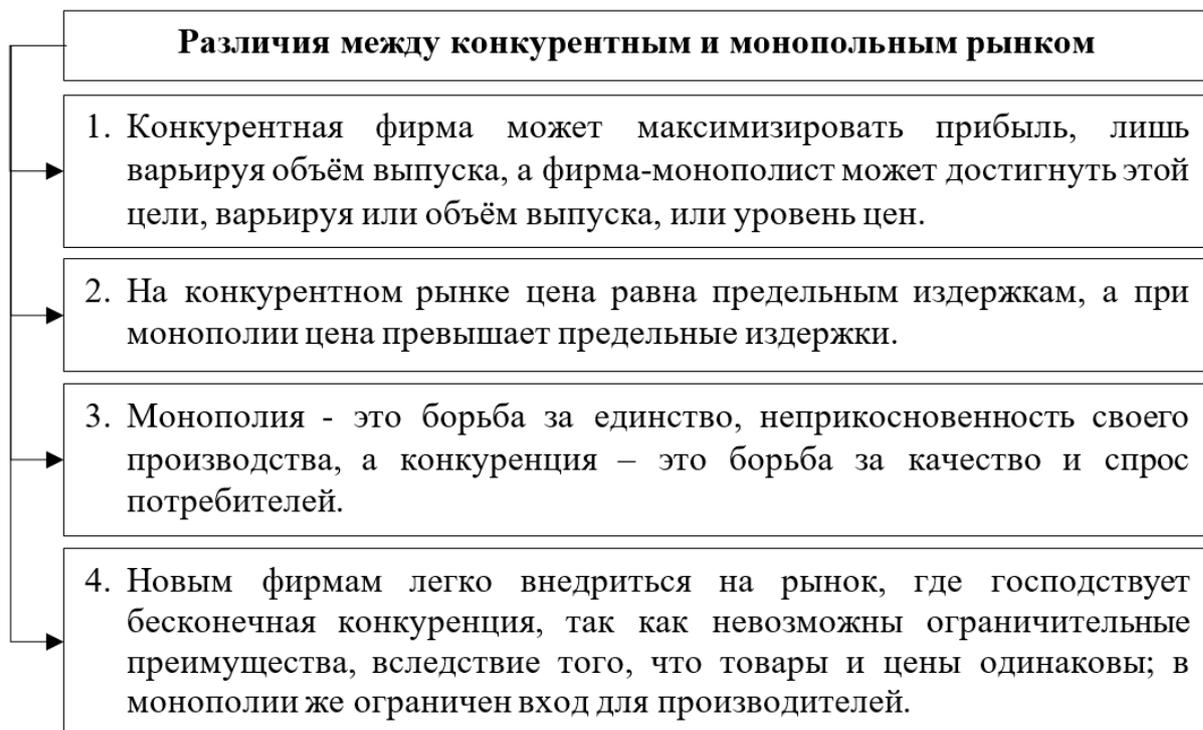


Рисунок 3 – Различия между конкурентным и монопольным рынком [7]

Более сложным вопросом является монопольная ситуация на рынке редких ресурсов (например, некоторые виды железобетонных конструкций, металлические изделия и др.). Это объясняется тем, что количество таких предприятий более ограничено. В данном случае не всегда возможно оперативно построить альтернативные цепочки, что может привести к затягиванию сроков строительства, удорожанию стоимости строительного объекта за счет транспортной логистики, если возникает необходимость такие

ресурсы из других регионов. Различия между конкурентным и монопольным рынком заключается в следующем (рисунок 3):

Значит, в таких цепочках (с монопольными ресурсами), на стадии проектирования логистической системы следует более тщательно подходить к выбору поставщиков, а именно, чаще проводить мониторинг текущих запасов таких ресурсов, принимать оперативные меры через Логистические центры, изменять состав логистической цепи по географическому принципу и др. Также стоит учитывать влияние фактора времени на цепочки поставок на монопольном рынке.

Таким образом, на стадии проектирования логистической системы необходимо исходить из ситуации на рынке и определять монопольный или конкурентный рынок. Конкурентный рынок, применительно к данной отрасли, является основой для более адаптивного формирования цепей поставок, применения альтернативных ресурсов, источники которых размещаются в данном регионе. Для монопольного рынка требуется более тщательно выбирать поставщиков более редких ресурсов и заранее определять альтернативы поставок, чтобы снизить риски прерывания цепей поставок, чтобы в дальнейшем это не привело к удорожанию стоимости строительства, несвоевременному вводу объекта в эксплуатацию и удлинению инвестиционно-строительного цикла. Это относится к функции менеджера по снабжению логистической системы и требует от него соответствующих компетенций для того, чтобы оценивать ситуацию на рынке, определять параметры такого рынка, чтобы это все учесть при формировании цепей поставок для логистической системы строительно-жилищного комплекса.

Список литературы

1. Баширзаде Р.Р. Конкуренция на рынке транспортно-логистических услуг в строительстве / Р.Р. Баширзаде, А.В. Пахомова // Конкуренция и монополия. Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. Кемерово. – 2020. – С. 37-40.
2. Баширзаде Р.Р. Логистика как инструмент достижения конкурентного преимущества транспортной организации / Р.Р. Баширзаде // Логистика - евразийский мост. материалы 10-й Международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 49-53.
3. Низовцева А.А. Анализ конкуренции на строительном рынке Саратовской области / А.А. Низовцева // Сборник научных статей XIII международной научно-практической конференции молодых учёных по региональной экономике. – 2015. – С. 392-394.
4. Нотов Б.О. Стратегии конкуренции на региональном рынке строительных материалов / Б.О. Нотов // Формирование рыночного хозяйства: теория

и практика. сборник научных статей. Под ред. М.Г. Лапаевой. Оренбург. – 2013. – С. 213-216.

5. Ткаченко Е.А. Конкуренция на рынке строительных организаций / Е.А. Ткаченко // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. сборник статей XXXVI Международной научно-практической конференции: в 2 ч.. Пенза. – 2020. – С. 48-51.

6. Халидов А.А. Конкуренция на строительном рынке / А.А. Халидов, М.И. Аушев, И.Р. Хидиров // Наука, образование и инновации. Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции: в 3 частях. – 2017. – С. 118-119.

7. Различия между конкурентным и монопольным рынком, Вывод – Конкурентный и монопольный рынки (studwood.net) [Электронный ресурс] (Дата обращения: 10.09.2022 г.).

Варнавская Дарья Сергеевна, старший преподаватель
(СИПИМ, Луганская Народная Республика, г. Стаханов)

ПРОБЛЕМЫ СООТНОШЕНИЯ МОНОПОЛИИ И КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

История рыночных отношений уходит корнями в далекое прошлое, но период своего наиболее бурного развития исчисляет двумя последними столетиями. Связано это с установлением множественных торговых связей одних государств не только со своими ближайшими соседями, но и партнерами на противоположенном конце света, – то есть происходит становление глобальных экономических отношений, появление мирового рынка.

И в XX веке огромной проблемой становится соотношение монополии и конкуренции. Однако если экономисты XIX века исходили из концепции свободного рынка, на котором конкурируют множество независимых продавцов и покупателей, то в XX веке такой подход выглядел уже нереалистичным, оторванным от жизни. Решающим фактором стало функционирование монополистических объединений различного рода.

Рынок на всех уровнях, как международном, так и внутриотраслевом превратился в настоящее «поле брани» для государств и производителей с разнообразными возможностями.

Конкуренция – сложнейший механизм соперничества между всеми участниками рынка за выгодные для себя условия производства, купли и продажи.

Конкуренция может выступать как закон, в котором выражаются существенные, повторяющиеся, устойчивые причинно-следственные связи между участниками рынка, их соперничество и борьба за экономическое

процветание. Так же Фридрих Энгельс определял ее как «наиболее полное выражение господствующей в современном гражданском обществе борьбы всех против всех».

Рыночная конкуренция является одной из важнейших категорий современной экономической теории. Без этого понятия не обходится ни одна модель механизма функционирования рынка. Более того, теория рыночной конкуренции, в отличие от многих других разделов экономической теории, находит и находила раньше, в течение, по меньшей мере, трех последних веков, самое широкое практическое приложение. Государства с традиционной рыночной экономикой пытаются регулировать рынок, обеспечивая за ним определенную конкурентную среду.

Реально сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и, более мощный и действенный, чем любой иной фактор её движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления. Конкуренция требует определённого, желательно оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции и даже сводит её на нет. Итог – застой в экономике, снижение её эффективности, возможное падение жизненного уровня населения страны

Конкуренция – сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы её проявления за последние десятилетия неизмеримо выросли. Главное в том, что конкуренция – это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «'нормальной'» конкуренции, её разрушительное либо, напротив, слабое проявление – чёткий индикатор явного неблагополучия на рынке, появления больших диспропорций в его развитии. К примеру, дефицитный рынок ведёт к устранению или сводит к минимуму конкуренцию между производителями за покупателей, одновременно вызывая конкуренцию между покупателями за товар. Постоянно действующий дефицитный рынок можно лишь с оговорками назвать рынком. Такой рынок – порождение определённой системы хозяйствования, в условиях которой рынок не в состоянии выполнить свои классические функции.

А что же необходимо в нашей стране для нормального функционирования рыночной экономики? В первую очередь – благоприятная конкурентная среда. Формирование конкурентной среды – сложный процесс с точки зрения практики и чёткости определения её содержания в экономической теории. Конкурентная среда может быть определена как исторически конкретная социально-экономическая структура общественного производства, особый тип социально-экономических отношений между субъектами и объектами. Она обеспечивает товарно-денежный обмен, организованный по законам товарного производства.

Конкурентная среда, как и рыночная экономика в целом - не стихия и не анархия. В своей основе она функционирует согласно строго рассчитанным целевым программам. Наличие такой среды характерно для рыночной экономики – особой фазы в развитии общественного производства. Известно, что не всякое товарное производство и рынок рождают рыночную экономику. Но всякая рыночная экономика базируется на высшем уровне развития товарно-денежного обращения.

Конкурентной среде предшествует становление конкуренции как таковой, т.е. формы взаимоотношений хозяйствующих субъектов в процессе реализации их индивидуальных интересов. При её отсутствии практически любой товаропроизводитель, даже не занимающий господствующего положения на рынке, обладает монопольной властью, возможностью диктовать потребителям свои условия.

Монопольная сущность экономической системы хозяйствования, проявляющаяся в чистой монополии, и реже – в олигополии отраслей народного хозяйства, обуславливает невозможность появления конкурентной среды без изменения экономических основ и форм экономических отношений.

В условиях отсутствия рыночной конкуренции формирование конкурентной среды должно происходить поэтапно:

- становление конкуренции между отечественными производителями одной отрасли за рынки сбыта и рынки сырья; появление конкуренции между банками за долгосрочное кредитование производственных программ, между торговыми организациями – за установление связей с производителями.

- формирование межотраслевой конкуренции за норму прибыли, становление нетоварных форм конкуренции, за финансовое лидерство между трестами, концернами, холдингами, финансовыми группами.

- зарождение равных партнёрских отношений между отечественными и иностранными производителями.

Целесообразно различать условия возникновения конкуренции и условия формирования конкурентной среды.

Основными условиями появления конкуренции являются:

- собственность на средства производства, продукт и доход;
- доступ к ресурсам и информации;
- множественность обособленных производителей, экономическая самостоятельность (выбор вида деятельности, организационных форм, определение источников финансирования, методов и структур управления производством, сбытом и т.д.).

Рыночная конкуренция – система отношений между экономически самостоятельными производителями (продавцами) товаров и услуг, стремящихся к поиску новых способов реализации их экономических интересов. Условиями её развития, наряду с указанными, выступают:

заинтересованность субъектов в росте прибыли, стимулирование создания новых предприятий в монополизированных отраслях и др.

Негосударственные, в том числе частные, фирмы формировались в основном в торговой и финансовой сферах, где наиболее интенсивно развивались процессы первоначального накопления капитала. В ряде отраслей конкуренция создавалась благодаря импорту.

Созданные преимущественно в непроизводственной сфере коммерческие структуры малочисленны, сосредоточены на распределении готового продукта и не способствуют формированию конкурентных отношений в производстве (между предприятиями за рынки ресурсов, за инвестора, за потребителя и т. д.; между рабочей силой – за рабочие места; между банками – за объекты кредитования, вложения капитала).

Возникающая конкуренция между банками за предоставление краткосрочных кредитов способствует накоплению не производственного, а капитала непроизводственного происхождения, увеличивает доходы коммерсантов-финансистов без прироста товарного предложения, способствуя росту неотоваренной денежной массы. Она также способствует банкротству маломощных коммерческих банков, укрепляя монополию в этой сфере.

Конкуренция обеспечивает равноправное положение участников экономических отношений – продавцов и покупателей. Равноправие создается и поддерживается свободой выбора: покупатель имеет возможность выбрать определенного контрагента из нескольких или многих продавцов какой-то необходимой ему продукции, такая же возможность имеется и у продавца – добровольно решить вопрос о географическом месте, времени и условиях предложения своего товара. Возможность выбора – это возможность влияния на контрагента. Если, например, вас не устраивает качество показа фильмов, репертуар в каком-то кинотеатре, вы можете «наказать» это предприятие, отказав ему в посещении, стать регулярным клиентом другого кинотеатра, отдавая теперь именно ему свои денежные голоса. Если так, как вы, поступят многие любители кино, то кинотеатр окажется в довольно трудном положении. Таким образом, конкуренция оказывается влиятельным инструментом воздействия одной стороны обмена на другую.

Так же конкуренция создает одно из главных условий, необходимых для эффективного выполнения ценой координирующих функций. Свободное ценообразование – это основной элемент рыночного механизма, а значит, можно утверждать, что конкуренция является условием жизнеспособности всей рыночной системы. Только в условиях конкуренции рынок может эффективно выполнять функции распределения ресурсов и конечных товаров. Рынок как саморегулирующаяся система действителен только при наличии конкуренции.

Конкуренция выступает как контрольная система эффективности частного предпринимательства. Конкуренция проверяет бизнес на степень

его соответствия общественным интересам. Не все предприятия эту проверку выдерживают, в результате конкуренции происходит непрерывная выбраковка неэффективных структур, т. е. определенная часть хозяйствующих субъектов вынуждена покинуть «поле экономической игры».

Ко всему прочему конкуренция создает заинтересованность в совершенствовании экономических ресурсов, их производственных комбинаций, снижении издержек на единицу выпускаемой продукции, научно-техническом обновлении производства. Например, денежные доходы многих людей связаны с предложением такого экономического ресурса, как трудовые способности. Привлечение того или иного работника, цена трудовых услуг -- заработная плата -- в условиях конкуренции зависят от качества трудовых способностей. Как правило, более высокие конкурентные позиции работника приносят ему больший денежный доход. Значит, здравомыслящий человек не может не заботиться о качестве своего ресурса – труда.

Предприятия ведут ценовую и неценовую конкуренцию. Чтобы побеждать, т. е. завоевывать большую сумму денежных голосов покупателей, нужно снижать издержки, совершенствовать качество выпускаемой продукции, думать над ее новыми моделями, технологическими изменениями, повышать уровень образования работников, активно взаимодействовать с наукой, изыскивать новейшие научно-технические разработки.

Перспективы развития внешней торговли России в значительной степени зависят от реализации конкурентных преимуществ ее промышленного комплекса. К ним помимо сырьевых ресурсов относятся: достаточно высокий уровень квалифицированной рабочей силы при ее сравнительно дешевой цене, а также значительные масштабы накопленных основных производственных фондов.

Внешняя торговля России: тенденции и перспективы развития обрабатывающего оборудования, что позволяет снизить капиталоемкость технологической модернизаций производства; наличие уникальных передовых разработок и технологий в ряде секторов экономики, преимущественно связанных с ВПК.

Однако использование этих преимуществ сдерживается рядом причин. Это неразвитость финансовой и организационной инфраструктуры внешнеторгового сотрудничества; отсутствие развитой системы государственной поддержки экспорта; трудности адаптации к условиям массового производства на основе конкурентных технологий, сосредоточенных в оборонном комплексе и предназначенных для малосерийного или единичного производства; низкая эффективность производства и чрезвычайно высокая доля материальных затрат даже в передовых секторах промышленности.

Список литературы

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Книжный мир, 2006. – 860 с.
2. Современная экономика. Лекционный курс. Многоуровневое учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 416 с.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория, 3-е издание. – М.: Юрайт, 2005.
4. Конкуренция в рыночной экономике: пределы свободы и ограничений: монография. Отв. ред. А.В. Габов. М.: ИЗиСП, Юриспруденция, 2016.
5. Ответственность за нарушения антимонопольного законодательства: проблемы теории и практики: монография / И.В. Башлаков-Николаев, Д.А. Гаврилов, А.Ю. Кинев и др.; отв. ред. С.В. Максимов, С.А. Пузыревский. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2016.

Варнавская Дарья Сергеевна, старший преподаватель
(СИПИМ, Луганская Народная Республика, г. Стаханов)

РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Финансовый рынок – рынок, на котором происходит перераспределение временно свободных денежных ресурсов через финансовых посредников на основе использования финансовых инструментов и предоставления финансовых услуг, объединенных в форме финансовых продуктов, являющихся товаром на финансовом рынке.

Роль финансового рынка в экономике велика, без него невозможно накопление крупного капитала с одной стороны и его инвестирование в крупные проекты с другой. Через механизмы конкуренции большого количества продавцов и покупателей на рынке формируется единая цена на финансовые активы и достигается информационная прозрачность. За счет большого объема операций в специализированных посреднических структурах происходит снижение издержек обращения денег и других активов, страхование рисков и обеспечивается ликвидность торгуемых инструментов.

Роль финансового рынка проявляется в его функциях. Основная функция финансового рынка состоит в обеспечении перетока средств от участников, для которых они в данный момент являются свободными, к участникам, испытывающим потребность в финансовых ресурсах.

Финансовый рынок рассматривается в движении, в развитии, благодаря чему выявляется диалектика его существования. Такие важнейшие категории диалектики, как противоречие, качество и количество, случайность и необходимость, возможность и действительность, применимы к предмету и объекту курса, способствуют выявлению глубинных процессов его эволюции. Все это дает возможность составить представление о перспективах развития финансового рынка, способствует формированию экономического мышления, создает теоретическую основу приобретения и закрепления навыков и умений в практической деятельности. На основании

всего изложенного выше можно говорить о безусловной актуальности темы работы.

Отечественный исследователь М. И. Столбов в своей монографии, посвященной взаимосвязи финансового рынка и экономического роста, подробно рассматривает эволюцию теории по этому вопросу начиная с первых работ У. Беджхота, появившихся еще в 1870-х гг. [8]. Он также изучает различные модели влияния финансового рынка на экономический рост. Среди них модель интегрирования капитала, в которой развитие финансового рынка рассматривается как фактор, способствующий техническому прогрессу и, таким образом, опосредованно влияющий на экономический рост и как самостоятельный фактор, непосредственно воздействующий на темпы роста экономики через накопление капитала. Кроме этого М. И. Столбов анализирует вопрос взаимосвязи структуры финансового рынка и экономического роста и влияние развития финансового рынка на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, которые считаются одним из основных факторов роста.

И наконец, М. И. Столбов рассматривает вопрос о влиянии финансового рынка на экономический рост в России. По его мнению, в условиях российской экономики потенциал финансового рынка как фактора экономического роста реализуется в недостаточной степени, и поэтому пока можно говорить о финансовом рынке как о формирующемся факторе экономического роста [8]. Он также пишет, что структура финансового рынка России не должна выстраиваться, исходя из приоритетности рынка ценных бумаг или банковского сектора. Необходимо совершенствование институтов обоих сегментов финансового рынка [8, с. 163].

Исследуя способность финансового рынка перераспределять капитал, Дж. Ваглер подчеркивает важность для этого процесса степени развитости сферы финансов в целом [8, с. 163]. В своем исследовании он определяет степень финансового развития отдельной страны как отношение размеров рынка ценных бумаг и кредитного рынка к валовому внутреннему продукту этой страны. По мнению Дж. Ваглера, для процесса распределения финансовых ресурсов в экономике важно, чтобы, во-первых, субъекты финансового рынка могли выделять верные направления для инвестирования и, во-вторых, они должны иметь стимулы делать это. Стимулы тесно связаны с правами инвесторов и их защитой. В итоге Дж. Ваглер констатирует наличие положительной взаимосвязи между степенью развития финансового рынка и качеством распределения финансовых ресурсов.

Финансовый рынок как фактор экономического роста.

Существует множество исследований, посвященных взаимосвязи финансового рынка с экономическим ростом. Среди них, например, работа Дж. Бенхабиб и М. Шпигеля, в которой они выявляют положительную

взаимосвязь между развитостью финансового рынка и экономическим ростом [1, с. 341-360]. Эту проблему также рассматривает Р. Левин, который считает, что финансовые рынки, инструменты и институты созданы для того, чтобы уменьшать информационные и транзакционные издержки. А то, насколько хорошо они выполняют эти функции, оказывает влияние на норму сбережения, принятие инвестиционных решений экономическими агентами и темпы установившегося роста [6].

Финансовый рынок как фактор инновационного развития.

Заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор Л. Н. Красавина рассматривает финансовый рынок как фактор инновационного развития экономики [4, с. 12-18]. По ее мнению, положительная роль финансового рынка в экономике заключается в перераспределительной функции, посредством которой денежный капитал направляется на развитие экономики, в том числе и инновационное. Она также обращает внимание на то, что финансовый рынок требует широкой трактовки с учетом всех его сегментов, и делает вывод, что для активизации роли финансового рынка в инновационном развитии необходимы изучение и совершенствование его взаимосвязанных сегментов, институциональной структуры и инфраструктуры, развитие новых инструментов и методов его саморегулирования и государственного регулирования.

Возрастание роли финансового сектора в экономике

Еще одной важной общемировой тенденцией, характерной и для нашей страны, стало возрастание роли финансового сектора. Причиной этого является политика, направленная на создание открытой экономики, свободной торговли, либерализацию финансовой деятельности и развитие информационных технологий в конце XX в. Эти явления носят название «финанциализации» и определяются как процесс замещения финансовым сектором других секторов в общей экономической деятельности, увеличения доли сферы услуг (прежде всего финансовых) в структуре ВВП [3, с. 262]. Этот процесс начал развиваться в национальных экономиках разных стран начиная с 1970-х гг. Отмена фиксированных валютных курсов вызвала рост торговли валютой примерно в 30 раз в период с 1970 по 2006 г. В это же время капитализация фондового рынка США выросла более чем в 100 раз [3, с. 263]. Таким образом, появилась новая финансово-экономическая модель, которая получила название неолиберальной модели, или новой экономики [3, с. 262].

Особенности финансового рынка, которые могли стать причинами кризиса

Наконец, в связи с последним экономическим кризисом многие исследователи обратились к современным особенностям и тенденциям функционирования финансового рынка, которые могли стать причиной кризиса.

В качестве ведущей причины нынешнего финансового кризиса А. Кудрин называет избыточную ликвидность финансового рынка США, под влиянием которой активизировался процесс формирования рыночных пузырей. Другой причиной стало развитие новых финансовых инструментов, а особенно структурированных производных облигаций. Их использование изначально должно было бы способствовать снижению рисков, но в действительности привело к маскировке рисков по низкокачественным ипотечным кредитам. Также, по его мнению, ключевую роль в развитии кризиса сыграла асимметрия информации. Он пишет, что структура производных финансовых инструментов стала столь сложной и непрозрачной, что оценить реальную стоимость портфелей финансовых компаний оказалось практически невозможным. Поскольку кредитный рынок больше не мог эффективно выявлять потенциально неплатежеспособных заемщиков, он впал в паралич [5, с. 9-27].

Производные финансовые инструменты были названы причиной последнего кризиса и А. Суэти-ным. Он полагает, что секьюритизация, основанная на преобразовании займов в пакеты ценных бумаг, которые затем продаются инвесторам, стала одной из основных причин, вызвавших кризис. В качестве другой значимой причины А. Суэтин выделяет политику дерегулирования финансовой сферы [9].

Похожие проблемы описывают в своем анализе Л. Григорьев и М. Салихов. По их мнению, можно выделить несколько причин кризиса: дисбаланс в сфере сбережений и накоплений, отрицательные реальные процентные ставки в развитых странах и ослабление регулирования финансового сектора при внезапном расширении использования новых финансовых инструментов [2].

Анализируя процесс возникновения кризиса, А. Я. Рубинштейн рассматривает не только факторы, проявление которых повлекло начало кризиса, но и его фундаментальные причины. К ним он относит, во-первых, возрастание роли противоречия, порожденного объективной тенденцией укрупнения корпораций, где интересы топ-менеджеров не полностью совпадают с интересами собственников. Здесь он обращает внимание на возрастание риска в зоне поведения менеджеров из-за их стремления к получению доходности в краткосрочных операциях. Второй фундаментальной причиной, названной им, стал институт банковского кредитования, начавший работать как генератор перепроизводства. Этому также способствовали стремление менеджеров к большей доходности и их готовность принятия решений о выдаче более рискованных кредитов. Примером проявления описанных тенденций стал ипотечный кризис в США. В целом А. Я. Рубинштейн делает вывод о недостаточности общей теории рынка и возникновении противоречий между основными современными теориями и реальной экономикой. Также, он предполагает скорую модернизацию существующей теории в сторону возрастания роли государства [7, с. 240-242].

Таким образом, на современном этапе развития экономики финансовый рынок способствует повышению ее эффективности и выступает в роли фактора экономического роста и инновационного развития. Но, с другой стороны, он переходит на новое качество функционирования, отделяясь от реального сектора и выходя на ключевые роли внутри всей экономической системы, и при этом становится фактором повышенной волатильности и риска всей экономической системы. Данные обстоятельства свидетельствуют о важности изучения механизма функционирования финансового рынка и прогнозирования его поведения в различных внешних условиях, а также возможностей по его регулированию.

Список литературы

1. Бенхабиб Дж., Шпигель М.М. Роль финансового развития в экономическом росте и инвестициях // Экономический рост. 2000. № 5.
2. Григорьев Л. Салихов М. Финансовый кризис-2008: вхождение в мировую рецессию // Вопросы экономики. 2008. № 12.
3. Кожурин П. Е. Финанциализация как фактор развития мировой экономики // Вестник РГГУ 2010. № 6.
4. Красавина Л.Н. Финансовый рынок как фактор инновационного развития экономики: системный подход // Банковское дело. 2008. № 8.
5. Кудрин А. Мировой финансовый кризис и его влияние на Россию // Вопросы экономики. 2009. № 1.
6. Левин. Р. Финансы и экономический рост: теория, факты и механизмы: справ. по эконом. росту. Elsever, 2005.
7. Рубинштейн А. Я. Некоторые теоретические соображения о природе нынешнего кризиса // Журнал новой экономической ассоциации. 2009. № 1-2.
8. Столбов М. И. Финансовый рынок и экономический рост: контуры проблемы. М.: Научная книга, 2008.
9. Суэтин А. О причинах современного финансового кризиса // Вопросы экономики. 2009. № 1.

Великий Владимир Александрович, Федоров Сергей Олегович,
студенты гр. ПИМ-221

Научный руководитель – Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТОПОВЫХ ВИДЕОХОСТИНГОВ

С появлением сети Интернет и её постепенным развитием было очевидно, что создание веб-сервисов, позволяющих загружать и просматривать видео в браузере, а также делиться ими с другими пользователями, неизбежно. Одними из первых, появившихся видеохостингов, был ShareYourWorld, который, однако, остановил своё развитие и полностью

закрылся ещё в 2001 г. из-за проблем с бюджетом и слабой пропускной способностью, которая не позволяла комфортно просматривать видеоролики.

В феврале 2005 г. Стивом Ченом, Чадом Хёрдли и Джаведом Каримом был разработан Youtube, использовавший технологию Flash Video, позволяющую получить хорошее качество записи при небольшом объеме передаваемых данных, тем самым нивелировав недостаток первой видеоплощадки. Распространение Youtube можно с уверенностью назвать стремительным, уже в 2006 г. веб-сервис имел аудиторию в 100 млн. человек. В настоящее время видеохостинг является второй по посещению веб-страницей и насчитывает более 2 млрд. посетителей в месяц [1].

Такой успех можно объяснить постоянным развитием Youtube. Каждый год создатели привносят улучшения, касающиеся качества видео и комфорта пользования веб-сайтом [2]. Из наиболее выдающихся можно выделить следующие:

- поддержка IMAX;
- поддержка видео с частотой 48, 50, 60 кадров и видео с разрешением до 8K UHD [3];
- переход на HTML-5 плеер (более производительный проигрыватель);
- возможность загружать видео размером до 256 Гб;
- запуск приложения для детей Youtube Kids;
- выпуск мобильного приложения и постоянные его обновления;
- появление подписки Youtube Premium (раньше Youtube Red), позволяющей отключить показ рекламы, а также предоставляющей доступ к эксклюзивным видеороликам;
- предоставление возможности владельцам каналов монетизировать свои ролики и включать платную подписку;
- обновления дизайна сайта с более удобным распределением роликов на категории;
- введение субтитров для видео, а также возможность создания автоматических субтитров;
- поддержка панорамных видео и VR-видео;
- введение видеостриминговой платформы;
- возможность покупки и просмотра фильма на самой площадке.

Однако, несмотря на солидный список достоинств, разработчики Youtube также совершают действия, которые создают для пользователей и владельцев каналов неудобства в использовании площадки. Среди них:

1. Youtube самостоятельно вносит, не спрашивая разрешения у владельца канала, некоторые ролики в подборку Youtube Kids, из-за чего пользователи лишаются возможности комментирования, а все предыдущие комментарии удаляются.

2. Осенью 2021 г. Youtube отключил возможность просмотра дизлайков (отрицательных оценок) для всех видео, из-за чего обычному

пользователю становится труднее понять, является ли ролик полезным/информативным/интересным.

3. В сентябре 2020 г. YouTube отключил функцию «Помощь сообщества», пользователи лишились возможности создавать субтитры для видео самостоятельно, на данный момент субтитры может реализовать только владелец канала, либо сам Youtube, сделав автоматические субтитры.

4. Непрозрачные правила Youtube могут привести к удалению видео или целого канала с множеством роликов. Это может возникнуть в связи с использованием автором даже небольшого количества материалов, принадлежащих третьей стороне.

5. Цензура, из-за которой целые каналы могут быть удалены, даже если они не нарушали правил использования площадки.

6. Алгоритмы Youtube перестают продвигать ролики (даже если они имеют высокие оценки) каналов, которые существуют долгое время, поэтому авторам ничего не остается, кроме как создавать новый канал.

Тем не менее, несмотря на указанные недостатки, Youtube остается лучшим видеохостингом, опережающим своих конкурентов с существенным отрывом. Его ближайший соперник – Bilibili, находится на 27 месте по посещаемости веб-страниц. Выясним, что не дает конкурентам стать достойными соперниками Youtube (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение Youtube с различными конкурентами

Конкурент	Характеристика конкурента	Youtube
Bilibili	Хорошая функциональность. Видеохостинг имеет две версии: локальную (Китай) и глобальную. Главный минус глобальной версии – меньше контента и слабый дизайн сайта по сравнению с китайской версией.	В Китае Youtube заблокирован. В связи с чем получает развитие Bilibili.
Twitch	Американский видеохостинг, который предназначен для ведения живого эфира по определенной тематике. В большинстве случаев Платформа специализируется на трансляции видеоигр.	Большая аудитория. Преимущества в техническом плане.
NicoNico	Японский видеохостинг. Нет локализации на другие языки, что отбивает большую часть аудитории.	Возможность создания контента на разных языках.
Dailymotion	Французский видеохостинг. Имеет локализацию на множество языков. Имеет ограничение на вес выкладываемого видео (не больше 2 ГБ) и ограничение на время видео. Однако в отличие от Youtube лояльнее относится к фрагментам, принадлежащим третьей стороне.	Большая аудитория. Преимущества в техническом плане.
Vimeo	Американский видеохостинг. Цель создания распространение творческих проектов и жизненных историй, так как на площад-	YouTube предлагает большое количество бесплатной справочной

	<p>ку можно загружать видео, размер которых не превышает 500 Мб. Подписка на веб-сервис дает возможность загружать ролики размером до 256 Гб. Кроме того, Vimeo предлагает качественную персонализированную техническую поддержку по подписке.</p>	<p>информации и доступ к сообществу поддержки. Предлагает более обширную тематику видео, так как ограничения на загрузку видео не такие ощутимые по сравнению с Vimeo.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Итак, рассмотрев кратко некоторые из видеохостингов, можно сделать вывод. У соперников Youtube есть проблемы, касающиеся ограничений для создателей видео и зрителей. Также можно выделить слабую рекламу видеохостингов, из-за чего множество авторов видео и зрителей не хотят переходить на новую платформу. Конечно, есть видеохостинги, которые обладают отличным функционалом (Bilibili, NicoNico), однако они не предназначены для международного использования.

Для России в последнее время особенно важно создать аналог Youtube, ведь из-за новой политики видеохостинга множество российских каналов подвергаются блокировке без возможности восстановить удаленные видео или загружать новые [4]. В настоящее время существует несколько отечественных платформ:

1. VK видео – это платформа, которая объединяет видео и трансляции со всех площадок экосистемы VK: ВКонтакте, Одноклассники и др. Видеохостинг находится на ранней стадии своего развития, поэтому о его успехах сложно говорить.

2. Дзен – веб-сервис, ранее принадлежащий компании Яндекс, недавно перешедший в пользование VK. У сервиса есть сейчас два минуса: большое количество рекламы и отсутствие плавного перехода, почти каждое действие сопровождается открытием новой вкладки. В Дзен также нет поиска видео.

3. Rutube – самый старый российский видеохостинг (основан в 2006 г.). Это лучшая попытка создать аналог Youtube. Однако существует множество проблем, которые не позволяют комфортно пользоваться платформой: слабая поисковая система, отсутствие шкалы лайков и дизлайков, отсутствие счётчика просмотров у видео.

Итак, из рассмотренных отечественных альтернатив только Rutube принимает решительные шаги для создания качественной замены Youtube, пока остальные сервисы являются лишь дополнениями к основному направлению своей деятельности.

Youtube можно назвать открытой монополией. И вполне возможно такой и останется на долгое время, ведь если даже конкуренты догонят по технологиям, то у Youtube всё равно останется огромная аудитория зрителей и владельцев каналов. Поэтому конкурентам очень важно учесть фактор рекламы своего сервиса, а также не допустить возникновения недостатков самого Youtube на своей площадке.

Список литературы

1. Т. Spangler. YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily [Электронный ресурс] // Т. Spangler. – Variety. – 2022. – Режим доступа: <https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/> (Дата обращения: 15.09.2022).
2. Кузнецова, К. М. Причины популярности Youtube с точки зрения знаний о поколениях / К. М. Кузнецова // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2019. – № 1(3). – С. 434-446. – EDN JGKVUD.
3. YouTube ввел поддержку видео с частотой 60 кадров в секунду [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – 1999. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2014/10/30/youtube/> (Дата обращения: 15.09.2022).
4. Google удалил сотни YouTube-каналов в связи с событиями на Украине [Электронный ресурс] // rbc.ru. – 1995. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6219961c9a7947f39df1a196> (Дата обращения: 15.09.2022).

Во Тхи Тхань Нян, студент гр. МЕН18-4

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК НОВОЙ УСЛУГИ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Разработка новой услуги невозможна без маркетинговых исследований, так как маркетинговые исследования позволяют снизить риск провала на рынке. Поэтому маркетинговые исследования – это систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для повышения эффективности, выявления и решения маркетинговых задач. Они позволяют уточнить текущую ситуацию внешней среды, вывести структуру удовлетворения потребностей на определённой территории. Маркетинговые исследования можно разделить на три группы [1]:

- Исследования рынка (ёмкость, состояние спроса, структура продукта, перспективы развития рынка, географическое положение);
- Исследования потребителей (сегментация, способы использования товаров, мотивы покупки, способы покупки, неудовлетворенные потребности);
- Исследования конкурентов (основные конкуренты, динамично развивающиеся конкуренты, марки конкурентов, формы и методы сбыта, особенности товаров).

В последнее время, учитывая растущий интерес населения нашей страны к азиатским странам, все чаще открываются предприятия общественного питания, специализирующиеся на тайской и китайской кухне.

Кафе и рестораны японской кухни также широко представлены, но, на мой взгляд, такое направление, как вьетнамская кухня, обходят стороной.

Вьетнамская кухня представляет собой смесь китайских, индийских, французских и других традиций, но при этом остаётся совершенно оригинальной и самобытной. Выбор блюд довольно разнообразен, а цены в ресторанах и кафе очень разумные и доступные.

Исследуемый проект предполагает открытие вьетнамского ресторана «Viet House» в Москве.

Цели и задачи проекта

Операционными целями проекта являются:

- открытие ресторана «Viet House» в городе Москва с получением прибыли не менее 10 000 000 рублей;
- увеличение потребителей более 1000 человек в месяц;
- доля постоянных клиентов свыше 40%.

Стратегическими целями являются:

- стать самым узнаваемым рестораном вьетнамской кухни в Москве;
- удовлетворять наших клиентов за счёт предоставления качественных блюд и сервиса.

Опишем цели нашего проекта в системе SMART:

- открытие ресторана «Viet House» в городе Москве с получением прибыли не менее 10 000 000 рублей к 01.04.2023 году;
- за 6 месяцев увеличить проходимость на 10% с помощью рекламных акций;
- увеличение объема продаж (более 1000 тарелок в месяц) за счёт увеличения доли постоянных клиентов;
- за год увеличить количество заключаемых контрактов на 20%.

Исходя из целей проекта можно выделить несколько задач, которые необходимо выполнить:

- поставка продуктов питания непосредственно из Вьетнама;
- увеличение проходимости за счёт расширения ассортимента продаж.

Чтобы избежать неблагоприятных последствий, которые с высокой вероятностью могут повлечь за собой закрытие бизнеса, следует уделить достаточное внимание организации контроля ресторана [2, 3].

Что касается общего контроля, у ресторана будет 2 вида проверок:

- Открытая. Он включает в себя контроль сотрудников (официантов, уборщиков и т. д.), соблюдение рецептов, правил гигиены и процедур приготовления пищи. Менеджер и руководитель участвуют в выполнении этого типа проверки;

- «Тайный покупатель». Мы будем нанимать человека под видом гостей для оценки качества обслуживания и питания в соответствии с определёнными критериями. Кроме того, агент, как правило, должен обратить внимание на дизайн и общую чистоту зала, туалетов и других помещений.

Кроме того, в ресторане будут установлены камеры по всюду для контроля качества исполнения работ каждого сотрудника. Для более весомой аргументации при защите данного проекта перед стейкхолдерами необходимо осуществить анализ конкурентной среды. [4] Результаты анализа представлены в таблице 1. Благодаря тому, что интерес к вьетнамской национальной кухни ежедневно растет, у нашего проекта очень много конкурентов. Однако, необходимо выделить два наиболее опасных и близких к нам конкурентов – это ресторан «Во» и ресторан «Сайгон».

Анализ конкурентов показал, что ресторан «Во» имеет очень разнообразное меню, которое предлагает гостям на выбор, что, безусловно, является большим плюсом. Однако цена в этой организации, по сравнению с ее основными конкурентами, сильно завышена. Отсюда и целевой потребитель «Во» – турист, который пользуется широким и разнообразным выбором, а главное, в то же время готов заплатить за него приличную сумму.

Таблица 1 – Анализ конкурентов

Характеристика	Конкурент 1	Конкурент 2
1.Название	Ресторан «Во»	Ресторан «Saigon»
2.Месторасположение	Удобное расположение, которое находится на главной дороге города, где есть большое количество проходимости людей.	Место с небольшим движением, маленькая проходимость, удаленное от автобусных остановок. Расположен в жилом районе. Довольно трудно найти этот ресторан, если бы он не был там раньше.
3.Сайт	Существует веб-сайт с подробной информацией о ресторанах, ресурс периодически обновляется.	Нет сайта, однако, есть группа в Вконтакте, где информация постоянно обновляется.
4.Ассортимент	Богатое меню паназиатской кухни, которое предлагает большое количество вариаций в приготовлении популярных паназиатских блюд.	Обширное меню с вьетнамскими блюдами, а также европейской кухней.
5.Средняя стоимость блюд	Салаты: 358 руб. Супы: 310 руб. Горячее: 574 руб. Десерты: 246 руб.	Салаты: 214 руб. Супы: 232 руб. Горячее: 390 руб. Десерты: 158 руб.

6. Система скидок	Скидки для обладателей карты «Почётные гости».	Скидка 20% в будние дни до 16: 00, скидка для именинника – 10%, начисленный бонус для владельца карты бонус от 3% до 10%.
7. Атмосфера	Приглушенный мягкий свет, статуи индуистских богов, восточные украшения	Соответствующее музыкальное сопровождение, залы оформлены в стиле курорта Вьетнам, персонал вьетнамский

Источник: составлено автором

В отношении ресторана «Сайгон», следует заметить, что там гораздо более низкие цены. Это является конкурентным преимуществом, однако, тем не менее, не все жители Москвы смогут себе позволить данное заведение. Масштаб (вместимость посетителей) этого ресторана тоже велик, но опять же значительно уступает ресторану «Во».

Проведя анализ динамики рынка ресторанного бизнеса, была выявлена актуальность его создания, на данном этапе нужно выявить, целесообразен ли данный бизнес с экономической точки зрения. Для этого проведем расчёт показателей инвестиционной привлекательности проекта.

Простые (не дисконтированные) методы – данные методы базируются на допущении равной значимости доходов и расходов в инвестиционной деятельности, не учитывают временную стоимость денег [5]. Для проведения анализа простыми методами, необходимо просчитать следующие показатели [6]:

1. Чистый доход (NV) рассчитывается по формуле (1):

$$NV = (3\ 623\ 536 + 9\ 114\ 605) - 6\ 000\ 000 = 6\ 738\ 142 \text{ руб.}$$

Таким образом, чистый доход проекта составит 6 738 142 руб., что больше нормативного значения 0, ($NV > 0$), следовательно, проект эффективен.

2. Норма прибыли (ARR) рассчитывается по формуле (2):

$$ARR = ((3\ 623\ 536 + 9\ 114\ 605)/2) / 6\ 000\ 000 = 106 \%$$

Норма прибыли составила 106 %, по нормативному значению значение высокое, следовательно, проект является прибыльным.

3. Срок окупаемости рассчитывается по формуле:

$$PB = 6\ 000\ 000 / 3\ 623\ 536 = 1,6 \text{ лет}$$

Таким образом, проект окупится через 1 год и 6 месяцев.

4. Индекс доходности (PI) рассчитывается по формуле (4):

$$PI = (3\ 623\ 536 + 9\ 114\ 605) / 6\ 000\ 000 + 1 = 3,12$$

Индекс доходности равен 3,12, что больше нормативного значения ($PI > 1$), следовательно, данное вложение капитала является экономически эффективным.

Список литературы

1. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
4. Коряков А.Г. Роль государства в обеспечении устойчивого развития отраслей экономики // Национальная безопасность / nota bene. 2012. № 4 (21). С. 4-12.
5. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Востриков Константин Валерьевич, к.пол.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В КУЗБАССЕ

Рассмотрим состояние нормативно-правовой базы в субъекте Федерации – Кемеровской области. В настоящее время в регионе разработана нормативно-правовая база борьбы с коррупцией, включающая следующие элементы:

1) Порядок организации и проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов, принимаемых и (или) разрабатываемых органами исполнительной власти Кемеровской области.

2) Методические рекомендации по проведению экспертизы на коррупциогенность нормативных правовых актов и их проектов, принимаемых и (или) разрабатываемых органами исполнительной власти Кемеровской области (для экспертов и специалистов органов исполнительной власти).

3) Закон Кемеровской области № 57-ОЗ от 8 мая 2007 года «О противодействии коррупции».

4) Распоряжение коллегии Администрации Кемеровской области от 14.05.2007 № 546-р «Об утверждении комплексной программы «Противодействие коррупции в Кемеровской области» на 2007-2008 годы».

5) Распоряжение коллегии Администрации Кемеровской области от 01.10.2008 г. № 1035-р «Об утверждении Плана противодействия коррупции в Кемеровской области».

6) Постановление Губернатора Кемеровской области «Об образовании совета при Губернаторе Кемеровской области по противодействию коррупции».

Распоряжение Губернатора Кемеровской области «О внесении изменений в постановление Губернатора Кемеровской области от 05.09.2008 № 43-пг «Об образовании совета при Губернаторе Кемеровской области по противодействию коррупции».

7) Методика проведения экспертизы на коррупциогенность нормативных правовых актов и их проектов, принимаемых и (или) разрабатываемых органами исполнительной власти Кемеровской области.

Вышеперечисленные нормативные и законодательные акты создают прочную основу для разработки и реализации антикоррупционной политики на уровне Кемеровской области. Стоит отметить, что в области сформирована именно комплексная системная основа для борьбы с коррупцией. Это выразилось, в том числе, и в разработке плана противодействия коррупции в Кемеровской области на 2010-2012 годы, целью которого устранение причин и условий, порождающих коррупцию в органах государственной власти Кемеровской области.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- повышение риска коррупционных действий и потерь от их совершения для должностных лиц;
- увеличение выгод от действия в рамках законодательства и в соответствии с общественными интересами для должностных лиц;
- формирование антикоррупционного общественного сознания, характеризующегося нетерпимостью государственных служащих, граждан и организаций к коррупционным действиям;
- предупреждение коррупционных правонарушений;
- обеспечение неотвратимости ответственности за коррупционные правонарушения в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации;
- мониторинг коррупционных факторов и эффективности мер антикоррупционной политики;
- вовлечение гражданского общества в реализацию антикоррупционной политики;

– содействие реализации прав граждан и организаций на доступ к информации о фактах коррупции и коррупциогенных факторах, а также на их свободное освещение в средствах массовой информации.

План основывается на реализации мероприятий по следующим основным направлениям:

1. Изучение вопроса о целесообразности создания в управлении кадров и государственной службы Администрации Кемеровской области подразделения по профилактике коррупционных и иных правонарушений.

2. Совершенствование нормативной правовой базы Кемеровской области:

2.1. Приведение правовых актов Кемеровской области в соответствие с требованиями федеральных законов и нормативных правовых актов федеральных государственных органов по вопросам противодействия коррупции.

2.2. Разработка планов противодействия коррупции в исполнительных органах государственной власти Кемеровской области.

2.3. Проведение антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов Кемеровской области.

3. Кадровая политика. Профилактика коррупционных правонарушений:

3.1. Обеспечение соблюдения государственными гражданскими служащими требований к служебному поведению.

3.2. Совершенствование деятельности комиссии по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих Кемеровской области и урегулированию конфликта интересов.

3.3. Оказание консультативной помощи органам местного самоуправления муниципальных образований Кемеровской области по вопросам, связанным с соблюдением муниципальными служащими требований к служебному поведению.

3.4. Проведение проверки достоверности сведений о доходах, имуществе и обязательствах имущественного характера, представляемых государственными гражданскими служащими.

3.5 Проведение служебных расследований случаев коррупционных проявлений.

3.6. Создание и внедрение программы этического образования государственных гражданских служащих в форме семинаров и тренингов.

Исполнители мероприятий: управление кадров и государственной службы Администрации Кемеровской области, исполнительные органы государственной власти Кемеровской области. Срок – планируемый период.

4. Совершенствование деятельности по размещению заказов для государственных нужд.

5. Дальнейшее внедрение в деятельность исполнительных органов государственной власти Кемеровской области административных регламентов исполнения государственных функций предоставления государственных услуг.

6. Создание в Кемеровской области многофункциональных центров предоставления гражданам и организациям государственных и муниципальных услуг.

7. Работа с обращениями граждан. Установление обратной связи с получателями государственных услуг:

7.1. Проведение анализа публикаций в средствах массовой информации, жалоб и обращений граждан с точки зрения наличия в них сведений о фактах коррупции.

7.2. Проведение проверки достоверности информации, освещенной в средствах массовой информации и содержащейся в обращениях граждан, о фактах коррупции в исполнительных органах государственной власти Кемеровской области и органах местного самоуправления.

7.3. Совершенствование деятельности исполнительных органов государственной власти Кемеровской области по исполнению требований нормативных правовых актов, регулирующих порядок рассмотрения обращений граждан.

7.4. Создание интерактивных каналов взаимодействия с заявителями (Интернет, электронная почта).

7.5. Организация работы «телефона доверия».

8. Обеспечение доступа граждан и организаций к информации о деятельности исполнительных органов государственной власти Кемеровской области.

Подготовка и принятие в установленном порядке нормативного правового акта Кемеровской области, регламентирующего порядок представления информации о деятельности исполнительных органов государственной власти Кемеровской области.

9. Участие гражданского общества в реализации мер по противодействию коррупции в Кемеровской области.

9.1. Принять меры по повышению роли общественных организаций и общественных советов в реализации мер по противодействию коррупции в Кемеровской области.

9.2. Использовать возможности средств массовой информации в реализации мер антикоррупционной направленности, профилактики и предупреждения коррупции.

10. Разработка методики оценки эффективности внутренних систем выявления и профилактики коррупционных рисков.

11. Совершенствование деятельности комиссии по противодействию коррупции.

11.1. Проведение мониторинга мер, принимаемых правоохранительными органами, органами государственной власти Кемеровской области и

органами местного самоуправления по профилактике и противодействию коррупции.

11.2. Подготовка ежегодной информации Губернатору Кемеровской области и Председателю Законодательного Собрания Кемеровской области – Кузбасса о принимаемых мерах по противодействию коррупции.

В регионе разработана методика проведения экспертизы на коррупциогенность нормативных правовых актов и их проектов, принимаемых и разрабатываемых органами исполнительной власти Кемеровской области, которая определяет наиболее типичные коррупционные факторы и проявления коррупциогенности нормативных правовых актов и их, а также правила их предупреждения и выявления при подготовке и принятии нормативных правовых актов.

Список литературы

1. Закон Кемеровской области – Кузбасса от 13 июля 2020 года № 83-ОЗО внесении изменений в Закон Кемеровской области «О регулировании отдельных вопросов в сфере противодействия коррупции» Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/570842334>. Дата обращения: 28.08.2022.
2. Постановление Губернатора Кемеровской области «Об образовании совета при Губернаторе Кемеровской области по противодействию коррупции» Режим доступа: <https://base.garant.ru/7633262/> Дата обращения: 28.08.2022.
3. Распоряжение Губернатора Кемеровской области «О внесении изменений в постановление Губернатора Кемеровской области от 05.09.2008 № 43-пг «Об образовании совета при Губернаторе Кемеровской области по противодействию коррупции».
4. Распоряжение коллегии Администрации Кемеровской области от 01.10.2008 г. № 1035-р «Об утверждении Плана противодействия коррупции в Кемеровской области» Режим доступа: <https://bulleten-kuzbass.ru/bulletin/173002> Дата обращения: 28.08.2022.

Ганцева Екатерина Васильевна, Бондарева Варвара Александровна,
Чичендаева Алина Андреевна, студенты гр. БЭс-191

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ КАК ФАКТОРА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Современная хозяйственная структура Уральского федерального округа (УрФО) имеет индустриально-сырьевую направленность. Округ расположен вблизи трех перспективных топливно-энергетических комплексов мирового значения: Западной Сибири, включая шельф Карского

моря, Тимано-Печорской провинции и далее шельфа Баренцева моря, Каспийского региона и Западного Казахстана. Потенциал промышленности УрФО в силу близости расположения может быть использован в освоении всех этих регионов [1-4].

По данным рис. 1 можно увидеть достаточно нестабильную динамику иностранных инвестиций в УрФО. С начала анализируемого периода по 1 января 2020 года рост инвестиционного потока занимал большую часть данного периода, т.е. инвестиционная привлекательность находилась в состоянии роста. Но в последующем наблюдается резкий спад инвестиционного потока, который продолжался до 1 октября 2020 года. Одним из определяющих факторов влияния стала пандемия, вернее её начало, когда всё только приспособивались к обстановке в мире. После 1 октября 2020 года произошёл очень резкий подъём до конца анализируемого года (до 1 сентября 2021 года).

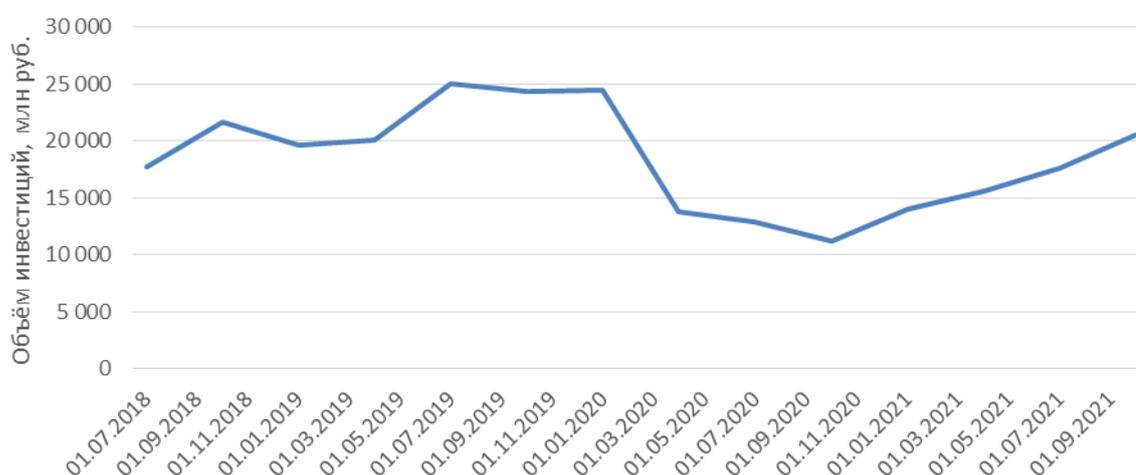


Рисунок 1 – Динамика иностранных инвестиций в УрФО

Далее проанализируем динамику иностранных инвестиций по регионам УрФО.

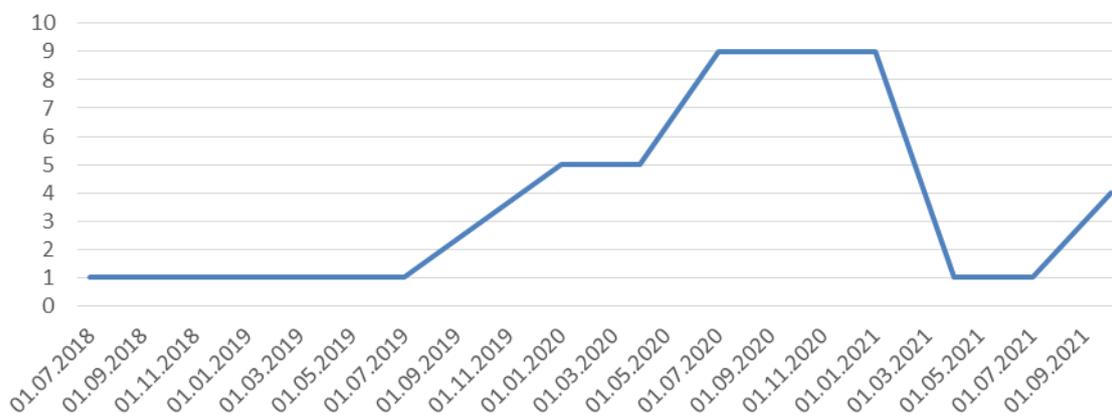


Рисунок 2 – Динамика иностранных инвестиций в Курганскую область

Так, Курганская область (рис. 2) не является регионом, определяющим инвестиционный поток из-за рубежа в федеральный округ. Но несмотря на это, данный регион обеспечил 9-кратный скачок инвестиций в июле 2019 – январе 2021 гг., что впрочем несущественно повлияло на общую величину притока. С 1 января 2021 года по 1 апреля 2021 года произошло существенное снижение, это может говорить о непоследовательности инвестиционной политики. После 1 апреля 2021 года инвестиционный поток возвращается к показателям 2018 года и продолжался он 3 месяца, после чего намечается опять циклический подъем.

По данным рис. 3 прослеживается нестабильная ситуация в инвестиционной привлекательности Свердловской области, и стоит заметить, что поступления инвестиций, колеблясь в диапазоне от 150 до 300 млн рублей, меняют свою характеристику довольно динамично, что говорит опять же о непоследовательности инвестиционной политики.

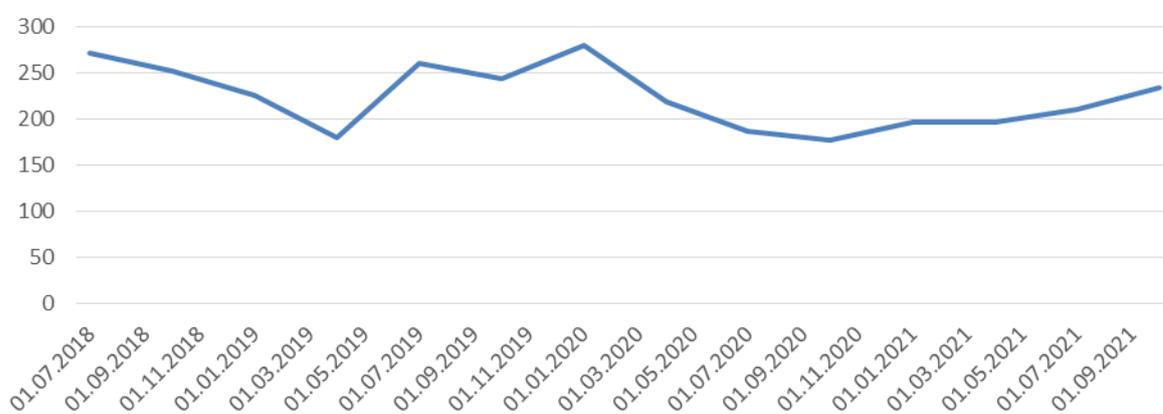


Рисунок 3 – Динамика иностранных инвестиций в Свердловскую область

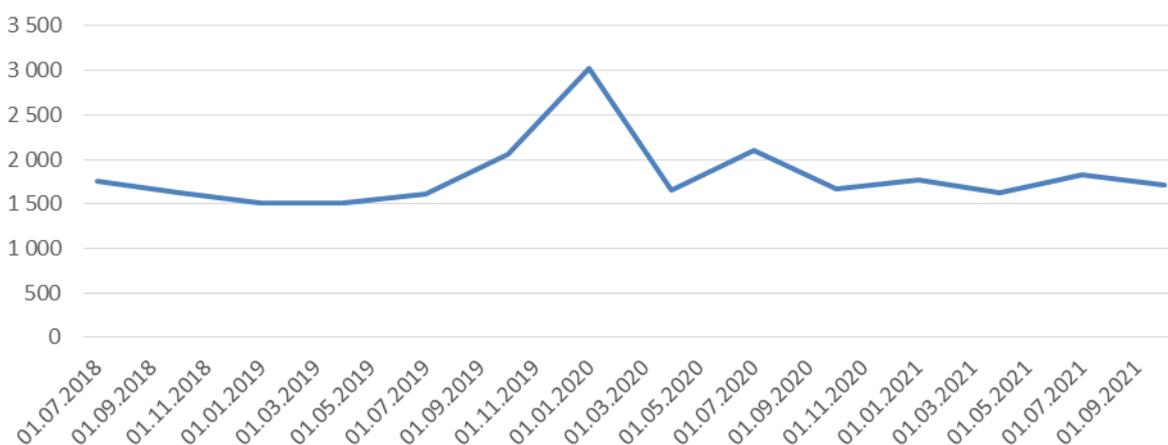


Рисунок 4 – Динамика иностранных инвестиций в ХМАО

В отличие от двух описанных ранее, ХМАО является одним из регионов УрФО, которые оказывают влияние на общую ситуацию с инвестиционной привлекательностью округа для иностранных партнеров. Сумма инвестиций колеблется примерно от 1500 до 3000 млн. рублей, но при этом

также является совершенно нестабильной. Общая динамика положительная, т.к. за весь период инвестиционный поток в основном колебался около 1500 млн. рублей, и эти колебания стали более плавными с 1 октября 2020 года (рис.4).

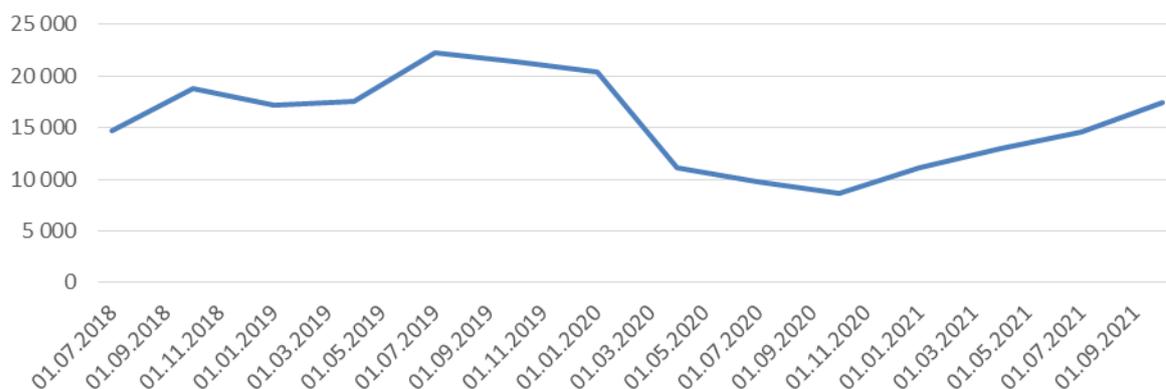


Рисунок 5 – Динамика иностранных инвестиций в ЯНАО

ЯНАО является самым инвестиционно привлекательным регионом в УрФО, т.к. в нём большой поток инвестиционных вложений, который занимает около 84% всех инвестиций УрФО. Из-за этого линии рис.5 синхронны с рис.1, иллюстрирующим динамику иностранных инвестиций в УрФО в целом, что подтверждает гипотезу о сильном влиянии ЯНАО на общее состояние инвестиционной привлекательности федерального округа.

По данным рис. 6 можно сказать, что в Челябинской области положительная динамика инвестиционного потока. Ближе к концу отчётного периода наблюдается его рост, и довольно резкий.

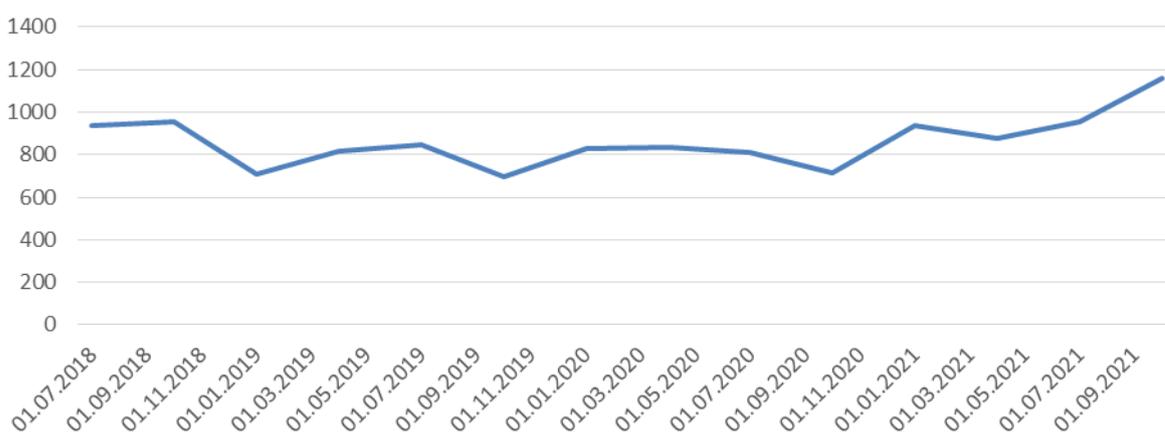


Рисунок 6 – Динамика иностранных инвестиций в Челябинской области

Ситуацию в данной области можно охарактеризовать как стабильную, т.к. резких скачков не наблюдается. Примерно в середине периода с 1 января 2019 года по 1 октября 2020 года наблюдались довольно циклические промежутки роста и убыли, которые граничили примерно от 700 до 800 млн. рублей, что благоприятно для инвестиционного климата округа и об-

ласти. Рост с апреля 2021 года может быть связан с увеличением проектов для инвестиций и улучшением сопровождения инвесторов.

Отраслевая ориентация иностранных инвестиций представлена следующим образом. Добыча природного газа занимает 40 %. По добыче природного газа Ямал занимает первое место среди регионов России. Основными предприятиями, добывающими природный газ на территории автономного округа, являются дочерние предприятия ПАО «Газпром». Далее идет нефтегазохимия (35 %). Урал – один из основных нефтяных районов нашей страны. Хотя и основная доля инвестиций приходится на добычу природного газа, нефтегазохимия не уступает по доле иностранных инвестиций. На третьем месте – машиностроение с долей 20 %. Машиностроительный комплекс Урала является одним из самых развитых в Российской Федерации. На территории Урала хорошо развивается тяжёлое машиностроение. Особую роль в промышленности Урала играют заводы тяжёлого машиностроения: Уралмаш, Уралэлектротяжмаш, а также Уралхиммаш. Все эти объекты являются перспективными для развития. Отрасли потребительского сектора занимают 5 % в объеме иностранных инвестиций. К ним относят транспорт, сельское хозяйство, торговля, оказание услуг. Факторы, обусловившие привлекательность региона-лидера для иностранных инвесторов, представлены в таблице.

Регион очень привлекателен для инвесторов, интересующимися нефтью (компания «Газпром», «Роснефть», «Лукойл»). В сложившейся ситуации российским инвесторам выгодно вкладывать инвестиции в отечественную экономику, так акции компаний на рынке ценных бумаг стоят гораздо меньше, чем стояли несколько месяцев назад.

Таблица – Факторы инвестиционной привлекательности ХМАО

Виды факторов		Позитивные
Объективные	Географическое положение	Открытый выход в мировой океан (экспортные возможности), потенциал транспортно – логистических путей сообщения
	Специфика естественных условий	Высокий уровень потенциальных запасов полезных ископаемых, разнообразие и уникальность биоресурсов
	Климатические условия	Постепенное потепление
Субъективные	Правовой климат	Поощрительная политика федеральных и региональных властей
	Развитость инфраструктуры	Наличие объектов нефтегазового комплекса, электростанции и большое количество разрабатываемых проектов
	Человеческие ресурсы	Сравнительно высокие качественные характеристики кадрового состава, спрос на сравнительно низкую зп

После завершения СВО экономика будет восстанавливаться и произойдет увеличение стоимости акций компаний, тем самым инвесторы

смогут получить достаточный доход. Однако, перед вложением средств потенциальному отечественному инвестору стоит изучить специфику работы компании. Так как многие химические и нефтегазовые компании России нуждаются в приобретение иностранного оборудования и комплектующих для своей деятельности. Поэтому необходимо вкладывать деньги в проекты с минимальной технологической зависимостью от стран Запада.

Список литературы

1. Мешкова, И. В. Проблемы экономической безопасности малого инновационного бизнеса / И. В. Мешкова, Ю. О. Егорова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 256-258.
2. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30(4). – С. 103-109.
3. Синяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.
4. Tyuleneva, T. The Prospects of Accounting at Mining Enterprises as a Factor of Ensuring their Sustainable Development / T. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : The Second International Innovative Mining Symposium, Kemerovo, 20–22 ноября 2017 года. – Kemerovo: EDP Sciences, 2017.

Гармашова Диана Александровна, студент гр. МУб-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РЕГУЛИРОВАНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рыночная экономика по своей сути всегда требовала вмешательства государства в контроль тех или иных процессов. Так и современная наука, исходя из теоретических положений и практического опыта, доказывает этот аспект. Рыночная экономика в себе сочетает два значимых аспекта: саморегулирование экономики и централизованное управление со стороны государства. Только действия, принимаемые органами государственной власти, позволяют наиболее эффективно сочетать эти два аспекта. Так во всех странах, занимающих ведущее положение в мире, система регулирования экономики государственными органами власти создаёт все необходимые условия для развития конкуренции в экономике.

Свободная конкуренция – является важной составляющей рыночной экономики. Это подтверждают не только все ведущие экономисты мира,

но богатый опыт мировой истории экономики. Противопоставлением свободной конкуренции является монополия.

Своей сутью и воздействием на экономику, монополия считается проблемой современной экономики. Деятельность организаций-монополий негативно влияет на развитие экономики государства, так как она сложно поддается регулированию со стороны государства.

Так в свободной конкуренции в рыночной экономике, фирмы самостоятельно вследствие рыночных процессов регулируют друг друга: ценообразование, стимуляция производительных сил и развитие научно-технического прогресса. В то время как, монополии самостоятельно устанавливают цены на свою продукцию и из-за отсутствия сильного конкурента, который бы заставлял их постоянно искать новые способы продвижения их товара, не было бы влияния на развитие того же самого научно-технического потенциала страны, да и всей экономики в целом.

Все государства мира, как могут, борются с монополиями на своей территории. Они ведут антимонопольную политику. Она в свою очередь представляет собой совокупность действий государства по формированию, поддержанию и стимулированию свободной конкуренции.

Направления антимонопольной политики классифицируются на два основных вида: структурное и функциональное.

Структурное направление антимонопольной политики связано с структурным регулированием отраслей экономики для контроля появления или нарастания влияния монополистического субъекта.

Функционально направление антимонопольной политики связано с принятием мер по развитию конкуренции, ограничиванием деятельности монополистических организаций, которые негативно влияют на развитие конкуренции и ценообразование в определённой отрасли экономики.

Антимонопольная политика Российской Федерации в большей степени берёт начала из мирового опыта, но она также предполагает и учитывает уникальные особенности государства. Так, Россия после распада СССР переняла от него высокомонополизированную экономику. Полноценной конкуренции в СССР не было, были предприятия-гиганты экономики, деятельность которых контролировалась государством. Но деятельность этих предприятий в условиях современной рыночной экономики была практически неэффективна, так как их производственные силы исчерпали себя и не могли внести хоть какой-то вклад в научно-технический прогресс и дальнейшее развитие государства [1].

Однако и стоит различать такое понятие как естественные монополии. Это те организации, у которых просто не может быть настолько же сильных конкурентов. К естественным монополиям относятся организации, деятельность которых заключается в:

- добыче, переработке и транспортировке нефти и газа;
- почтовой связи (Почта России);
- железнодорожных сообщений (Российские железные дороги);

- передаче питьевой воды, тепла и электроэнергии.

Государство в некоторой степени контролирует деятельность естественных монополий, устанавливая «потолок» цен, который ограничивает ценообразование на продукцию естественных монополий.

Деятельность монополий в России осуществляет Федеральная Антимонопольная служба (ФАС) [3].

В своей деятельности ФАС подразделяется на несколько направлений:

- антимонопольное регулирование, то есть принятие и совершение комплекса мер для обеспечения условий свободной конкуренции и контроль за монополиями, которые своей сутью угрожают нормальному функционированию механизмов рыночной экономики.

- тарифное регулирование, то есть установление того самого «потолка» цен, о котором упоминалось ранее;

- контроль государственных закупок;

- контроль рекламы;

- контроль государственного оборонного заказа;

- контроль в сфере иностранных инвестиций и торговли;

Так, для принятия решений и законодательно закреплённого совершения деятельности в указанных направлениях деятельности ФАС была принята «Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации сроком на период с 2013 по 2024 годы» [2].

Список литературы

1. Филиппова И.А., Шалгина О.Р., Шаргунова А.М. Основные характеристики антимонопольной политики в России // Молодой ученый. – 2017. – № 20.
2. Приказ ФАС от 06.07.2015 г. № 557/15 «Об утверждении плана мероприятий по реализации стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013 – 2024 гг.» – Текст: электронный // Гарант.ру информационно-правовой портал: сайт – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71069690/> (дата обращения 27.09.2022).
3. Федеральная антимонопольная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/spheres/1>. – Дата доступа: 27.09.2022.

Горбачев Дмитрий Александрович, магистрант гр. МТМ-212
Научный руководитель – Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент
(КемГУ, г. Кемерово)

ПРОЯВЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНФОПРОДУКТОВ

С развитием интернета каждый год возможностей в сети появляется всё больше, информация становится всё доступнее, и реализоваться в мире получается всё проще. Согласно исследованию компаний «Нетология» и Data Insight, россияне в 2021 году впервые потратили на дополнительное онлайн-образование больше, чем на очное обучение по этому направлению – 226 млрд. рублей против 214 млрд. рублей. Информационный рынок, инфобизнес или по-другому его еще называют рынком инфопродуктов, растёт в своих объемах. Значительно заниженный порог входа на рынок, слабое государственное управление, быстрые деньги и высокая рентабельность только за 2020 – 2022 годы поспособствовали входу сотни новых игроков и наполнению рынка тысячами тысяч инфопродуктов. Тенденция такая, что уже в ближайшее десятилетие будет решающим в сфере образования, фриланса и онлайн-бизнеса [3].

Инфопродукт – это информационный товар, содержащий в себе очень хорошо структурированную и востребованную у конкретной целевой аудитории информацию, ценные знания, умения и навыки, упакованный в удобную для потенциальных клиентов форму и помогающий решить одну или несколько задач покупателя [1].

Благодаря наличию у рынка инфопродуктов субъекта и объекта рынка, конкуренции, цены, определённых механизмов действия и конкретного состава товаров и услуг – таких же отличительных особенностей, как и у любого другого рынка, можно сделать вывод, что рынок функционирует и определяет сущность рыночных отношений. Индивидуальными и специфическими чертами рыночных отношений являются: наличие конкуренции, свобода и независимость в принятии решений и выбора партнера, равный обмен товаров и денежных средств.

Поведение потребителей изменилось, спрос на инфопродукты стал еще более высоким. Безграничный доступ к огромному количеству информации пугает людей, и они готовы покупать обработанную информацию у экспертов и готовы платить за то, что может быть им интересно, полезно, или что они сразу могут применить и внедрить в жизнь.

Легкость входа на данный рынок привела к появлению большого числа случаев недобросовестной конкуренции на рынке инфопродуктов. Конкуренция на рынке инфопродуктов идёт по нишам [6]. Чем актуальнее ниша, чем больше говорят и обращают внимание на популярную в обществе сферу жизни человека или вопрос, тем больше игроков рынка ин-

фопродуктов идут в эту нишу за быстрыми деньгами, не всегда при этом действуя честно.

В федеральном законе №135 «О защите конкуренции» дается понятное и лаконичное определение. Недобросовестная конкуренция – это любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации [5].

А. В. Зубова в научном труде «Недобросовестная конкуренция: теоретические аспекты и некоторые пути решения», основываясь на упомянутом выше законе, раскрывает 7 популярных признаков недобросовестной конкуренции: ложная реклама, нарушение прав на товарный знак, тактика наживки и подмены, несанкционированная подмена, незаконное присвоение коммерческой тайны, распространение слухов и продажа ниже себестоимости. Анализируя рынок инфопродуктов все перечисленные автором признаки можно проследить и на этом рынке [4].

Так, например, недобросовестные авторы инфопродуктов стремятся максимизировать свои выгоды, они нацеливаются на вовлечение и охват большого количества людей своей деятельностью и используют массовые темы для создания своих инфопродуктов - деньги, похудение, самореализация и секс [2]. Если в актуальной нише есть сильный и популярный инфопродукт, его обязательно скопируют, поставят стоимость ниже, скажут, что у них оригинал и всю скопированную информацию будут подавать от себя, не всегда даже меняя название – потому что это сэкономит время и принесет больше прибыли. Таким образом, проявляются на рынки инфопродуктов такие признаки недобросовестной конкуренции, как незаконное присвоение коммерческой тайны, нарушение прав на товарный знак, распространение слухов и продажа ниже себестоимости.

Также, мошенники любят обещать, что их продукт абсолютно и бесповоротно решит проблему потребителя, которую он на самом деле не решает, прикрываясь чудодейственным способом или секретной методикой, которую знают только они и никто больше: написать книгу не за год, а за месяц; убрать лишние килограммы не за годы, а за неделю; посадить монетку и увеличить свой финансовый доход; написать письмо и избавиться от всех своих комплексов. Так проявляется признак – ложная реклама.

Несанкционированная подмена на рынке инфопродуктов представлена таким образом: авторы инфопродуктов присваивают себе звания, титулы, выдуманные результаты, регалии, должности и профессиональные специальности, не имея образования и совсем не понимая какие методики и советы они предлагают своим клиентам, чтобы завлечь и продать свой продукт.

Добросовестный продавец инфопродукта всегда должен выступать носителем какой-то ценной информации, которая будет полезна другим людям. Бизнес в таком случае, в идеале, должен походить собой на продажу знания за деньги. Один человек – продавец, обладатель полезных и уникальных знаний, создает определенный информационный продукт – товар или услугу, и за деньги продает его другим людям – покупателям. Покупатели мечтают получить знания и умения, а продавец жаждет получить деньги за то, что он поделился или доступно изложил те знания, которыми он сам обладает [7].

Но в огромном большинстве случаев продавцы на рынке инфопродуктов не обладают уникальными знаниями и для того, чтобы им конкурировать с настоящими специалистами своего дела, они пишут, что их «продукты были разработаны совсем не для заработка, а для того, чтобы сделать этот мир капельку лучше и обучить как можно больше людей зарабатывать. При этом цена инфопродуктов «символическая» - какие-то 4 или 5 тысяч рублей». В нише, связанной с деньгами частенько проявляет признак «тактика наживи и подмены», когда мошенники прикрываются «высшей целью» и «святым предназначением», продвигают один продукт, но, когда потребитель придёт за ним, предлагают купить аналогичный, только дороже.

Ознакомление с аспектами недобросовестной конкуренции на рынке инфопродуктов и разбор этих аспектов на конкретных примерах, поможет не только добросовестным производителям инфопродуктов укрепить свои позиции на рынке, но и потребителям тех или иных инфопродуктов не попасться в руки мошенников и тем самым снизить их количество в отрасли.

Список литературы

1. Горбачев Д. А., Дмитриева Н. В. Проблема современной терминологии в сфере определения инфопродуктов : [Статья из сборника] - Текст: непосредственный // Инновации в управлении региональным и отраслевым развитием: материалы Национальной с международным участием научно-практической конференции (Тюмень, 26 ноября 2021 года) / отв. ред. В. В. Пленкина. – Тюмень: ТИУ, 2022. – С. 64-67.
2. Инфобизнес, как распознать обман : [Электронный ресурс]. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/bad-copywriter/>.
3. Исследование российского рынка онлайн-образования: построение EdTech-экосистем, усиление роли государства, выход на международный рынок : [Электронный ресурс]. – URL: <https://netology.ru/blog/06-2022-edtech-research>.
4. Зубова А.В. Недобросовестная конкуренция: теоретические аспекты и некоторые пути решения: [Статья из сборника] – Текст: непосредственный // Конкуренция и монополия: сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольно-

го регулирования (Кемерово, 20-21 октября 2021 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2021 – 76 с.

5. О защите конкуренции: [Текст] – Федеральный закон от 26.07.2006 N 135–ФЗ // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 4.

6. Руководство: как продавать инфопродукты в интернете : [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/kak-prodavati-infoprodukty/>.

7. Способы обмана в инфобизнесе: как распознать обман и выбрать хороший курс : [Электронный ресурс]. – URL: <https://online-elite.ru/zarabotok-online/infobiznes/infobiznes-loh-2222>.

Герасенко Владимир Петрович, д.э.н., профессор
(Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Республика Беларусь г. Минск)

СТАНОВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Формирование конкурентной среды – сложный процесс с точки зрения практики и четкости определения ее содержания в экономической теории. Конкурентная среда, как и рыночная экономика в целом — не стихия и не анархия. В своей основе она функционирует согласно строго рассчитанным целевым программам. Наличие такой среды характерно для рыночной экономики. Известно, что не всякое товарное производство и рынок рождает рыночную экономику. Но всякая рыночная экономика базируется на высоком уровне развития товарно-денежного обращения.

Наша экономика уникальна: в ней монополизированы не только производство, но и среда обитания хозяйствующих субъектов. Государство выступает одновременно и как монопольный производитель, и как монопольно управляющее начало. Негосударственные экономические субъекты вмонтированы в монопольную среду обитания, им же созданную. В Республике Беларусь господствуют монополия государственной собственности – по содержанию, а по форме – чистая монополия и олигополия. Уникальность белорусских монополий заключается в том, что многие из них находятся в крайне тяжелом финансовом положении, а некоторые – даже на грани банкротства.

В условиях отсутствия рыночной конкуренции формирование конкурентной среды должно происходить поэтапно:

1. Становление конкуренции между отечественными производителями одной отрасли за рынки сбыта и рынки сырья.

2. Появление конкуренции между банками за долгосрочное кредитование производственных программ, между торговыми организациями – за установление связей с производителями.

3. Формирование межотраслевой конкуренции за норму прибыли, становление нетоварных форм конкуренции, за финансовое лидерство между трестами, концернами, холдингами, финансовыми группами.

4. Зарождение равнопартнерских отношений между отечественными и иностранными производителями.

Специалисты полагают, что этапы становления конкуренции будут совпадать с этапами укрепления белорусского рубля и развития рыночных отношений.

Целесообразно различать условия возникновения конкуренции и условия формирования конкурентной среды.

Основными условиями появления конкуренции являются:

– собственность на средства производства, продукт и доход;

– доступ к ресурсам и информации;

– множественность обособленных производителей, экономическая самостоятельность.

Рыночная конкуренция – система отношений между экономически самостоятельными производителями (продавцами) товаров и услуг, стремящихся к поиску новых способов реализации их экономических интересов. Условиями ее развития, наряду с указанными, выступают: заинтересованность субъектов в росте прибыли, стимулирование создания новых предприятий в монополизированных отраслях и др. Необходимо наличие развитого института индивидуализированной (не частной) собственности – единоличной, семейной, партнерской, кооперативной, акционерной; разработанной правовой базы, определенной деятельности государства и правительства по созданию условий для конкуренции.

Основными направлениями государственной политики по формированию конкурентной среды в Республике Беларусь являются создание организационных, правовых и экономических предпосылок для демополизации экономики и развития предпринимательства. Формирование конкурентной среды в Республике Беларусь осуществляется на основе Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции». Основная направленность антимонопольной политики состоит в проведении следующих мероприятий: ликвидация объединений и ассоциаций (в ходе приватизации), ограничивающих самостоятельность предприятий; выделение структурных подразделений действующих предприятий с преобразованием их в самостоятельные субъекты; создание новых, частных предприятий, малых и средних, акционерных обществ.

В рыночной экономике акционерные общества появились вследствие обострения конкуренции как более высокая ступень в развитии индивидуального частного капитала. Они создавались, как правило, путем преобразования предприятия в акционерное общество. Негосударственные, в том числе частные фирмы формировались в основном в торговой и финансовых сферах, где наиболее интенсивно развивались процессы первоначаль-

ного накопления капитала. В ряде отраслей конкуренция создавалась благодаря импорту. В ходе реформирования экономики Республика Беларусь полноценной конкуренции, затрагивающей сферу материального производства, не возникло. Предпосылки для формирования конкурентной среды не создаются. Становление конкуренции сдерживает отсутствие навыков предпринимательской деятельности у администрации негосударственных предприятий.

Либерализация цен обернулась их необоснованным повышением, падением спроса и уменьшением объемов производства, утратой рынков сбыта. В настоящее время почти каждое третье предприятие республики является убыточным.

Одним из факторов становления конкурентных отношений является возможность банкротств субъектов хозяйствования. Без возможности банкротств экономика не может быть эффективной. Предприятие, не способное к конкуренции, должно прекращать свою деятельность.

Созданные преимущественно в непроизводственной сфере коммерческие структуры – малочисленны, сосредоточены на распределении готового продукта и не способствуют формированию конкурентных отношений в производстве (между предприятиями – за рынки ресурсов, за инвестора, за потребителя и т. д.; между рабочей силой – за рабочие места; методу банками – за объекты кредитования, вложения капитала).

Появлению настоящей конкуренции препятствует монополизм Национального банка Республики Беларусь, административный характер его отношений с промышленными предприятиями.

Особенностью становления предпринимательства в Беларуси является его значительная зависимость от государства, которое не столько поощряет предпринимательскую деятельность, сколько стремится поставить ее под свой постоянный контроль.

В обобщающем виде можно выделить следующие элементы по становлению конкурентной среды в Республике Беларусь:

1. В Республике Беларусь сложился типовой монополизм государственной собственности с преобладанием чистой монополии и олигополии.

2. Монопольная сущность экономической системы обуславливает невозможность появления конкурентной среды без изменения экономических основ и форм отношений.

3. Предлагается различать условия возникновения конкуренции и условия формирования конкурентной среды, характерной для рыночной экономики, особой фазы в развитии общественного производства.

4. Становление конкурентной среды должно проходить ряд этапов, начиная с появления конкуренции между субъектами и заканчивая формированием структурных элементов по ее обеспечению.

5. Развитие конкуренции в Республике Беларусь сдерживается: медленным реформированием экономики, отсутствием радикальных измене-

ний в организационных формах, структурой среды функционирования предприятий, механизмом управления ими, наличием существенных барьеров для конкуренции.

К числу экономических факторов, тормозящих становление рыночных конкурентных отношений в экономике переходного периода, следует отнести налоговую, кредитную, инвестиционную и ценовую политику государства, сроки окупаемости капвложений, неплатежи и т. д.

Дегоян Анаит Вагановна, студент гр. ЭУб-201

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАН ЕАЭС

Целью экономической интеграции регионов в большинстве случаев является необходимость повышения их конкурентоспособности. В соответствии со ст. 4 Договора о ЕАЭС его основными целями, помимо обеспечения условий устойчивого экономического развития стран-членов для повышения жизненного уровня их населения, являются также стремление к созданию единых рынков товаров, услуг, капитала, ресурсов, а также модернизация и повышение конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобализации.

Региональная экономическая интеграция представляет собой многоаспектную категорию. Для оценки конкурентоспособности экономики необходимо исследовать комплекс параметров и индикаторов и не ограничиваться анализом товарных и инвестиционных потоков, так это уже сейчас стало одной из причин отсутствия полноценных исследований их взаимосвязи [1-4]. Логически правильным и экономически целесообразным в данной ситуации может стать оценка воздействия интеграции на конкурентоспособность государств-участников национальных объединений.

Исследование влияния интеграции на конкурентоспособность экономики может осуществляться путем определения факторов, которые являются значимыми для обоих видов анализа. Подходы к оценке эффектов интеграции исследованы и можно выделить следующие направления их применения.

С позиции эмпирического подхода наиболее яркие итоги развития интеграционных процессов проявляются в колебаниях товарных потоков. Основными причинами популярности данного направления анализа являются возможность доступа к данным статистики внешней торговли, а также наличие торговых преференциальной и зон свободной торговли, отражающих исключительно торговые аспекты международного взаимодействия. Изменение уровня конкурентоспособности товаров и

услуг при этом в большей мере являются не следствием интеграции, а результатом принимаемых мер по внутренней политике страны. Усовершенствованный вариант методологии предусматривает оценку разнородных экспортируемых товаров. То есть для обеспечения конкурентоспособности экономики важным фактором является не только наращивание производства спектра товаров сравнительного преимущества, но и смещение его в направлении технологически более сложных товаров.

В условиях ЕАЭС это может быть набор экспортируемых товаров, технологическая сложность которых выше средней сложности текущей экспортной корзины ЕАЭС. Рост доли товаров такого рода во внешнеторговом объеме в перспективе сможет обеспечить улучшение структуры экспорта государств ЕАЭС и положительно скажется на конкурентоспособности, учитывая то обстоятельство, что значительный удельный вес в экспорте ЕАЭС сегодня занимают сырьевые товары.

Современные теории внешней торговли рост товарных потоков в большинстве случаев оценивают положительно для экономического развития, игнорируя при этом отрицательное влияние усиления торговых связей. С методологической точки зрения их подходы подразделяются на 2 группы: *ex-ante* (прогноз изменений) и *ex-post* (ретроспективная оценка). К подходам *ex-ante* относят математические модели, в частности, модель общего равновесия (CGE), и динамические модели общего равновесия (DSGE). Подходы *ex-post* в основном включают эконометрические модели, так как их применение, в отличие от сравнительного анализа параметров до и после интеграционных изменений, дает возможность отделения эффектов интеграции от эффектов других воздействий внешних и внутренних факторов.

Чаще всего инструменты CGE-моделирования применяются для анализа влияний создаваемых зон свободной торговли и таможенных объединений, что ограничивает возможности их использования для оценки изменения конкурентоспособности анализируемых государств в зависимости от интенсивности интеграционных процессов: здесь возможно говорить только об изменениях в конкурентоспособности с позиции торговли – относительные колебания ее физических объёмов, стоимости на национальном рынке, условий обмена и обменных курсов валют. На уровне отдельной отрасли косвенную оценку изменения конкурентоспособности можно давать по результатам изменения выпуска и использования трудовых ресурсов.

Формально влияние интеграции на конкурентоспособность ощущается во многих сферах. Для их обнаружения Евразийская экономическая комиссия проанализировала параметры Индекса глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума, который сегодня является общепризнанным индикатором уровня конкурентоспособности национальной экономики, и выявила сферы, исследование интеграционных процессов в которых даст дополнительные

возможности для объективности оценки конкурентоспособности при проведении дальнейших научно-практических изысканий [5].

Во-первых, макроэкономическая устойчивость, обеспечение которой является одним из направлений обеспечения конкурентоспособности экономики и наиболее подвержена влиянию интеграционных процессов. Это объясняется существованием прямой зависимости между усилением взаимодействия и государств и синхронизации их деловых циклов. Однако к числу отрицательных последствий такой взаимозависимости является разбалансированность: если у одной из участниц интеграционного союза наблюдается экономический рост, это может побудить к экономическому росту других (происходит так называемое заражение ростом), и наоборот, при наличии экономического спада происходит обратный процесс заражения кризисом.

Во-вторых, эффективность функционирования рынка товаров и услуг. Формирование единой таможенной территории и упразднение таможенного контроля облегчают международную торговлю, а это обуславливает соответствующее воздействие на уровень конкурентной борьбы на национальных рынках, которые делаются все более открытыми для стран-партнеров по объединению, причем результат данного влияния будет тем более ярко выраженным при условии, когда интеграционные процессы развивается по принципу «открытого регионализма», обеспечивая рост торгового взаимодействия как с государствами-участниками объединения, так и с третьими странами. Существование и развитие единой таможенной территории ЕАЭС на фоне отсутствия таможенного контроля на внутренних границах положительно отразится на открытости стран-участниц к ведению внешнеторговой деятельности. Единство технического регулирования постепенно минимизирует административные и технические препятствия для торговли, улучшит критерии качества и безопасности производимой продукции, ее конкурентные преимущества на внутреннем рынке ЕАЭС и внешних рынках.

Реализация мер по обеспечению свободы трансграничной торговли положительно скажется на конкуренции на рынке, расширит круг экономических субъектов – участников рынка и в будущем повысит конкурентоспособность экономики в целом. Положительное влияние это также окажет на реализацию антимонопольной политики путем опытом и наилучшими практиками регулирования.

Список литературы

1. Tyuleneva, T. The Prospects of Accounting at Mining Enterprises as a Factor of Ensuring their Sustainable Development / T. Tyuleneva // E3S Web of Conferences: The Second International Innovative Mining Symposium, Kemerovo, 20–22 ноября 2017 года. – Kemerovo: EDP Sciences, 2017.

2. Рекреационные ресурсы как фактор устойчивого развития туристских организаций / Т. П. Левченко, Т. А. Тюленева, К. Е. Хасенова, М. Б. Молдажанов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2019. – № 3(37). – С. 204-211.
3. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30(4). – С. 103-109.
4. Синтяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синтяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.
5. Оценка влияния интеграции на уровень конкурентоспособности государств-членов Евразийского Экономического Союза: доклад. URL: <https://eec.eaeunion.org/> (Дата обращения: 30.10.2022).

Дегоян Анаит Вагановна, студент гр. ЭУб-201

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГРУЗИИ ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ

Целесообразность использования данных мировых рейтинговых оценок в анализе конкурентоспособности государства объясняется их независимостью формирования, что наилучшим образом может охарактеризовать реальную ситуацию в той или иной стране. Зачастую потенциальные инвесторы используют именно эти данные для принятия решений о капиталовложениях. В последнее время Грузия является объектом инвестиционных интересов, имея устойчивые и выгодные позиции в последних опубликованных рейтингах [1].

Прежде всего, инвесторы ориентируются на экономические рейтинги и при принятии решения о начале бизнеса. Их авторами являются ведущие международные рейтинговые агентства, а также мировые банки, выполняющие исследование основных экономических и статических показателей. Так, автором рейтинга Doing business является Всемирный банк для оценки благоприятности условий страны для предпринимательства. Он включает 10 составляющих: госрегистрация компании, получение лицензии на строительство, подключение к системе энергетического снабжения, регистрация собственности, простота получения кредитных ресурсов, защищенность прав миноритарных инвесторов, налоговая нагрузка, внешняя торговля, гарантии обеспечения исполнения условий контрактов, разрешение проблем неплатежеспособности. В 2018 году Грузия занимала 6 место в

рейтинговом списке Doing business, имея лучшие позиции по критериям регистрации компаний и защите миноритарных инвесторов.

В рейтинге Paying Taxes Всемирного Банка и компании PricewaterhouseCoopers, оценивающей сложность исполнения обязательств по налогам и сборам, в 2018 году Грузия занимала 16 место из 190 (у Российской Федерации в данном рейтинге 53 место, у Республики Казахстан – 56, у Азербайджанской Республики – 28). Такая сильная позиция страны объясняется системой ее налогов и сборов, в которой юридические лица уплачивают всего 5 их видов, затраты времени на данную операцию у них составляют в среднем 220 часов, а налоговая нагрузка – 9,9 %.

По степени благоприятствования инвестиционного климата в рейтинге Best European Countries for Business Европейской Палаты, обобщившей исследования Всемирного Банка и компании Transparency International, в 2019 году Грузия заняла 16 позицию в списке из 46 государств Европы. Данная оценка характеризует состояние корпоративной среды, качество законодательства об инвестициях, политические условия, социальный климат, а также благоприятствование условий для открытия и ведения предпринимательской деятельности в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Большое значение среди экономических рейтингов, характеризующих конкурентоспособность страны, имеют суверенные инвестиционные рейтинги мировых агентств. Так, в 2019 году Standard & Poor's присвоила Грузии рейтинг «Стабильный», подняв его с оценки «Позитивный» предыдущего периода оценки. Сильные позиции стран в инвестиционном рейтинге дают им возможность привлечения иностранных инвестиций, а также зарубежных кредитов под более низкие проценты, при грамотном использовании которых это позволит улучшить экономические показатели государства и обеспечит его население дополнительными рабочими местами.

В мировом рейтинге глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness), который с 1979 года составляется рабочей группой Всемирного экономического форума по результатам исследования 140 государств, в 2018 году Грузия занимала 66 место. Этот индекс оценивает эффективность использования ресурсов государства, а также его способность к обеспечению высокого уровня благосостояния населения.

Несмотря на первоочередное значение экономических рейтингов для потенциальных инвесторов, они также принимают во внимание и результаты мировых общественных рейтингов, которые оценивают состояние социальной среды государства.

Рейтинг Всемирного банка Worldwide Governance Indicators составляется по 200 государствами по следующим показателям: свобода выбора населения, СМИ, выражения мнения; политическая стабильность; эффективность деятельности правительства; главенство закона; степень

коррупционности; качество государственного управления. Наиболее сильные показатели у Грузии в данном рейтинге по качеству государственного управления (39 место), борьбе с коррупцией (48 место) и эффективности деятельности правительства (59 место). В остальных сферах показатели слабее, так в рейтинге верховенства закона Грузия находится на 78 позиции, по уровню свободы голоса – на 93 позиции, а по уровню политической стабильности – на 143 позиции.

The Human Freedom Index показывает степень связи уровня дохода граждан и свободой человека и охватывает 162 государства, их исследование проводят Cato Institute совместно the Fraser Institute при сотрудничестве с the Liberales Institut at the Friedrich Naumann Foundation for Freedom. По данному показателю Грузия находится на 40 месте, в то время как Израиль, Армения, Казахстан, Турция и Россия на 46, 54, 76, 84 и 126 соответственно.

Global Law and Order характеризует уровень безопасности на основе опроса граждан 142 государств, проводимого Gallup World Poll. Грузия занимает 17 место в данном списке в результате эффективной реформы правоохранительных органов и борьбы с коррупцией в них.

Рейтинг процветания, или Legatum Prosperity Index, формируется по результатам оценки благосостояния, экономического роста, уровень образования, состояния здоровья и качества жизни населения в 149 государствах. В 2018 год у Грузии было 80 место и наиболее высокие значения по составляющим, которые характеризуют эффективность руководства (56 место), уровень образования (65 место), качество бизнес-среды (67 место) и безопасность (68 место).

The Good Country Index ООН и ЮНИСЕФ характеризует вклад 153 государств в развитие планеты и ее жителей по параметрам: наука и технологии, культурный аспект, поддержание международного мира и безопасности, реализация миротворческих миссий, – что в итоге дает возможность оценить, является ли это государство бременем для Земли или способствует ее развитию. Здесь Грузия занимает 38 место с максимальными значениями показателей в сферах поддержки международной безопасности, процветания и равенства.

World Justice Project Index формируется путем изучения мнения общественности 120 тысяч домохозяйств и экспертов 126 государств о соблюдении верховенства закона по следующим параметрам: открытость правительства, коррупционность, ограничение функций органов власти, поддержание правопорядка и безопасности, правосудие по гражданским и уголовным делам, качество регулирования, соблюдение гражданских прав и свобод. В рейтинге Грузия занимает 41 место (у Украины в 2018 году – 77, у Российской Федерации – 88, у Узбекистана – 94, у Турецкой Республики – 109).

Рейтинг «Женщины, бизнес и закон» Всемирного Банка характеризует гендерное равенство и оценивает права женщин 187

государств по 8 направлениям: заработная плата, трудности устройства на работу, открытие своего бизнеса, управление активами, пенсионное обеспечение, свобода передвижения, брака и наличие детей. В 2019 году Грузия заняла 82 место с максимальными показателями по направлениям свобода передвижения, брака и управление активами.

Для потенциальных иностранных инвесторов, планирующих инвестиционные проекты в Грузии с получением гражданства, дополнительный интерес может представлять Henley Passport Index, показывает уровень свободы передвижения граждан страны. Этот рейтинг составляет международное агентство Henley & Partners по 199 государствам. В данном рейтинге Грузия занимает 49 место. Паспорт гражданина Грузии дает возможность посетить 114 государство без визы либо на условиях упрощенного режима прохождения контроля. Среди соседей Грузии лучший показатель у России – 47 место.

Таким образом, мировые рейтинги дают возможность оценить возможные экономические, политические и социальные риски открытия и ведения бизнеса, что может сыграть важную роль при принятии решения об инвестировании [2-5]. Позиции Грузии в международных рейтингах сильны в борьбе с коррупцией, открытии предпринимательской деятельности, гендерном равенстве. При этом присутствует ряд направлений, где правительству страны следует провести работу по повышению конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Список литературы

1. Бабин А. Грузия в международных рейтингах. URL: <https://internationalwealth.info/offshore-jurisdictions> (Дата обращения: 30.10.2022).
2. Мешкова, И. В. Проблемы экономической безопасности малого инновационного бизнеса / И. В. Мешкова, Ю. О. Егорова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 256-258.
3. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30 (4). – С. 103-109.
4. Синяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.
5. Тюленева, Т. А. Влияние геополитических факторов на перспективы экономического сотрудничества России и Грузии / Т. А. Тюленева // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: Сборник статей по материалам V Всероссийской

(национальной) научно-практической конференции, Курган, 07 февраля 2019 года / Под общей редакцией С.Ф. Сухановой. – Курган: Курганская государственная сельскохозяйственная академия им. Т.С. Мальцева, 2019. – С. 295-299. – EDN ZODHKL.

Денисова Дарья Александровна, магистрант гр. НКмоз-201
Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

В современных условиях процесс управления любой организацией являются очень важной частью всех бизнес-процессов. Для того чтобы выстроить успешный бизнес и работающую систему, необходимо приложить колоссальные усилия. Владельцам компаний следует понимать факт того, что их предприятия должны быть эффективны. Во-первых, данный параметр влияет на конкурентоспособность компаний: им не выжить среди прочих, так как любая неэффективная компания обречена на провал [5]. Помимо этого, управляющие, в первую очередь, должны думать о том, насколько качественную продукцию и услуги они предоставляют потребителям, а также каким образом выстраивается система управления внутри для того, чтобы качество соответствовало требованиям рынка.

Таким образом, забота о качестве предоставляемых услуг или продукции, а также внутренние составляющие, например, особенности управления, мотивация и уровень заработной платы сотрудников – это то, к чему должна стремиться эффективная компания.

Итак, мы определились с тем, что организация должна быть эффективной. Однако сразу же перед нами встает вопрос, каким образом мы можем этого достичь? Ответ очевиден: компания нуждается в грамотном управлении. То, насколько руководство обеспокоено вопросами фирмы, в частности, принятием своевременных и стратегически верных решений, во многом демонстрирует уровень ее эффективности. Следует заметить, что уровень эффективности управления демонстрирует результативность обеспечения социально-экономического развития компании [1]. Именно поэтому данный параметр можно проследить с помощью показателей результативности, которые были достигнуты деятельностью организации. Так, мы можем сделать вывод о том, что организация эффективного управления способствует развитию эффективности всей компании.

На сегодняшний день качество управления в России находится на довольно низком уровне, как на макро-, так и на микроуровнях. С опорой на исследования мы можем говорить о том, что значительная часть про-

блем компаний зависят не от исполнителей, а от качества существующей в них системы управления и определяются присущими ей недостатками.

К примеру, когда завод ЗИЛ попал в сложное экономическое положение, правительство разработало некую антикризисную программу. На первый взгляд, данная программа была довольно продуманной: маркетинговый отдел, подбор партнеров, реструктуризация производственных мощностей, снижение издержек и т.д. Однако в ней был существенный минус: повышение качества управления предусмотрено не было. По причине такого крупного упущения, антикризисная программа провалилась [2].

Так, перед предприятиями сегодня стоит очень важная задача: повышение эффективности управления. Для того чтобы ее разрешить, необходимо применить целый комплекс мер, в который должна входить переподготовка кадров, а также повышение качественного уровня подготовки менеджеров. Невозможно наладить эффективное управление с помощью лишь одного мероприятия, важно работать комплексно. Для того чтобы грамотно осуществлять управление предприятием, руководству необходимо принимать эффективные и рациональные управленческие решения. Здесь на помощь приходит внутренний контроль.

Внутренний контроль – это процесс, целью которого является проверка и оценка собственной работы, осуществляемой в собственных интересах для того, чтобы удостовериться в эффективности собственной деятельности. Процесс внутреннего контроля определяют также в качестве полноценной составляющей в системе управления организацией, которая предоставляет ей долгосрочную финансовую устойчивость и эффективное функционирование как компании в целом, так и любых отдельных направлений ее деятельности. От того, насколько эффективен внутренний контроль компании, зависит эффективность ее работы в целом [3]. Так или иначе, внутренний контроль – это процесс комплексный, осуществляемый как управлением, так и сотрудниками компании, предназначенный для уменьшения возможности рисков, а также обеспечения надлежащих гарантий того, что в ходе реализации задач компании будут достигнуты общие цели.

С помощью данного процесса руководство фирмы в силах распоряжаться всей необходимой информацией о ее состоянии, что дает возможность для обеспечения полной уверенности в достижении целей с точки зрения надежности, эффективности и результативности хозяйственных операций, а также соответствия деятельности компании положениям действующих нормативных актов.

Система внутреннего контроля включает в себя несколько важнейших элементов, к которым относится контрольная среда, процедуры внутреннего контроля, оценка рисков, информация и коммуникации, оценка внутреннего контроля [4]. Рассмотрим каждый из элементов более подробно.

Контрольная среда – это основа системы внутреннего контроля, в которую входят позиция, осведомленность и действия управления по отношению к ней. Данный элемент имеет влияние на сознательное отношение работников к контролю, а также помогает в поддержании дисциплины и обеспечивает порядок.

Процедуры внутреннего контроля представляют собой подтверждение факта выполнения распоряжений руководства. Подобные процедуры выходят за пределы обычного составления отчетности, осуществляются как вручную, так и при помощи отдельных информационных систем.

Суть оценки рисков сводится к обнаружению, устранению и предотвращению угроз. Управление обязано вовремя обнаружить угрозы, а также измерить их значимость и оценить возможность возникновения, после чего – принять эффективное управленческое решение.

Информация и коммуникация очень тесно связаны со всеми финансовыми и нефинансовыми процессами внутри компании, функционирование данного элемента зачастую осуществляется благодаря техническим средствам, программному обеспечению, специализированным базам данных и персоналу.

Оценка внутреннего контроля как процесс оценки качества функционирования всей системы осуществляется посредством регулярного и непрерывного наблюдения, оценок надежности используемых средств, а также позволяет убедиться в их эффективности.

Каждый из перечисленных выше элементов внутреннего контроля помогает делать управление компанией эффективнее. Так, контрольная среда обеспечивает достойную кадровую политику, которая может укрепить позиции компании во всех сферах. С помощью оценки рисков руководство способно не только выявлять определенные угрозы, но и вовремя предпринимать необходимые меры по их устранению, тем самым повышая уровень безопасности для компании. Элемент информация и коммуникации обеспечивает упорядоченность отчетности и необходимых баз данных, что позволяет фирме принимать стратегически важные решения на основе существующих данных, а также использовать их на благо компании. Процедуры внутреннего контроля помогают проверить выполнение распоряжений руководства, а мониторинг средств контроля помогает оценить уровень эффективности системы внутреннего контроля в целом.

Таким образом, элементы системы внутреннего контроля, перечисленные выше, способны обеспечить выявление, устранение и предотвращение угроз для деятельности компании только в совокупности друг с другом. Отсюда следует: для формирования эффективной системы внутреннего контроля организации необходимо, чтобы руководство прорабатывало каждый из ее элементов [6].

В рамках повышения эффективности управления система внутреннего контроля, как нельзя лучше, подходит в качестве комплексного инструмента, так как охватывает все важнейшие для управленческого процесса

элементы. При помощи грамотно организованной системы внутреннего контроля компания сможет не только качественно повысить уровень управления, но и предотвратить часть угроз управленческому процессу, которые без налаженной системы контроля попросту не были бы выявлены.

Список литературы

1. Барсукова Н. В., Лозовая О. В., Ванюшина О. И. Современные тенденции во взглядах на направления повышения эффективности и качества управленческих решений // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. – 2020. – С. 60-64.
2. Королев Виктор Иванович Качество управления предприятием: проблемы, пути повышения // Управленческие науки. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-upravleniya-predpriyatiem-problemy-puti-povysheniya> (дата обращения: 28.06.2022).
3. Крыцина А. М. и др. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации // Форум молодых ученых. – 2018. – №. 10. – С. 669-673.
4. Никулина С. Н. Система внутреннего контроля организации // Реальный сектор экономики: проблемы и перспективы развития. – 2019. – С. 301-310.
5. Федоров И. В., Кузнецова Н. В. Организационная структура управления компании: повышение эффективности как необходимое условие выживания // Современный менеджмент: теория и практика. – 2019. – С. 37-41.
6. Черненко Е.Р., Сафина З.З. Значение внутреннего контроля организации и ошибки в его проведении // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №12-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-vnutrennego-kontrolya-organizatsii-i-oshibki-v-ego-provedenii> (дата обращения: 28.06.2022).

Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент
(КемГУ, г. Кемерово)

ТИПИЧНЫЕ СПОСОБЫ ОБХОДА НОРМАТИВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ ГОСУДАРСТВА К РЕКЛАМЕ И ПОСЛЕДСТВИЯ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ

Главные требования государства к рекламе отражены в статье 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой реклама в первую очередь должна быть добросовестной и достоверной. В соответствии антимонопольным законодательством недостоверная реклама признаётся актом недобросовестной конкуренции. Кроме того, реклама не должна содержать информацию определённого рода (призывы к насилию и противоправным

действиям; осуждение и дискредитация лиц, не пользующихся рекламируемым товаром; демонстрация процессов курения; указание на одобрение объекта рекламы органами власти и/или должностными лицами и пр.). В рекламе не допускается использование оскорбительных образов и бранных слов, использование государственных и религиозных символов, объектов культурного наследия, объектов авторского права без согласия правообладателя и пр.). Реклама, которая может ввести потребителей в заблуждение в связи с отсутствием части существенной информации о рекламируемом объекте, условиях его покупки и использования также признается ненадлежащей. Кроме этого, в законе обозначен ряд ограничений (вплоть до полного запрета) по содержанию и размещению рекламы определённых товаров и услуг [3].

Помимо Закона «О рекламе» и Закона «О защите конкуренции» существует ряд документов другого уровня, призывающих рекламодателей к соблюдению цивилизованных отношений как с потребителями, так и с конкурентами, например, Кодекс практики рекламных и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты.

Реклама, содержащая однозначно толкуемые непристойные слова и образы, достаточно быстро попадает в поле зрения Федеральной антимонопольной службы (ФАС), в том числе и через систему обращений потребителей, и блокируется государством в достаточно короткие сроки [1]. Также ФАС достаточно легко выявить однозначно толкуемые нарушения, такие как:

- демонстрация необоснованного превосходства рекламодателя («лучший», «самый вкусный», «самый совершенный» и т. п.);
- использование запрещённых в рекламе символов и объектов;
- недопустимые призывы и осуждения.

Но практика показывает, что, несмотря на достаточно четкие формулировки требований к рекламе, в этой сфере существует немало подводных камней, так называемой рекламы «на грани», соответствие которой нормативным требованиям представляется спорным вопросом. Для оценки подобной рекламы ФАС обращается к помощи экспертных советов (далее Советы), работающих при региональных управлениях ФАС, а также к помощи Комитета по рассмотрению жалоб потребителей, обращений государственных органов и общественных организаций и служб мониторинга СРО «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»».

Опыт работы автора в вышеназванных органах позволяет выделить типичные способы, которые используют рекламодатели с целью обхода нормативных требований государства и придания своей рекламе более острого, иногда провокативного характера.

Первый, достаточно распространённый способ – использование слов-синонимов, несущих смысл, близкий к понятию «лучший». К таким словам можно отнести слова «уникальный», «непревзойдённый», «исключительный», «неповторимый», «неподражаемый» и им подобные. В боль-

шинстве случаев реклама с использованием таких слов признаётся экспертами недобросовестной. Так, например, эксперты Совета при Кировском УФАС, рассмотрев радиорекламу со словами «Настоящий турецкий хамам, бассейн, паровая, финская сауна, акваэробика, пилинг и уникальные СПА процедуры. Подарочные сертификаты от СПА <...>», не обнаружили в ней документального и фактического обоснования уникальности этих процедур и приняли решение о её недостоверности.

Второй способ так же связан с лингвистическими аспектами рекламных обращений – это так называемая «игра слов», когда часть букв в очевидно бранных словах заменяется многоточиями, либо используются слова, не являющиеся бранными напрямую, но имеющие определённую специфику и вызывающие ассоциации с непристойными образами и действиями. Задача экспертов в данном случае – коллегиально определить, являются ли эти ассоциации однозначными. Если это так, то данная реклама может быть признана неэтичной.

Третий способ – указание существенной для потребителя информации или информации, необходимой по закону (например, информация об условиях получения кредита под указанный в рекламе процент) мелким шрифтом или шрифтом, имеющим низкую степень контрастности по отношению к фону, на котором размещён текст, а иногда и отсутствие таковой информации. В последние годы этот способ особенно часто используют организации, оказывающие юридические услуги по консультированию в сфере банкротства физических лиц, создавая впечатление о беспроblemном освобождении от долгов без каких-либо расчётов с кредиторами и без каких-либо иных последствий. В радиорекламе этот способ проявляется через ускоренную трансляцию предложений, затрудняющую восприятие информации вплоть до полной его невозможности.

Использование всех трёх способов наблюдается сегодня достаточно часто, подобные рекламные обращения составляют большую часть в общей структуре ситуаций с неоднозначной рекламой, рассматриваемых экспертными советами и в подавляющем большинстве случаев такая реклама признаётся несоответствующей нормативным требованиям, несмотря на все ухищрения недобросовестных рекламодателей. Позиция Советов в свою очередь принимается во внимание ФАС при вынесении окончательных решений, последствиями которых для предприятий выступают штрафы в размере от 100 до 500 тысяч рублей. Даже если рекламодатель получает не штраф, а предписание устранить нарушения, он всё равно несёт неизбежные финансовые потери в виде средств, затраченных на разработку и дизайн рекламного обращения, его тиражирование и размещение, демонтаж рекламных конструкций в случае наружной рекламы и пр., что зачастую сопоставимо с суммой штрафа, а иногда и превышает её.

Избежать появления подобных ситуаций поможет не только внешний надзор со стороны государства и общественных организаций, но и внутренний контроль самих компаний. Так, например, при проведении

внутреннего аудита по одной из популярных методик одним из семи направлений аудита является аудит соблюдения норм законодательства [2]. На наш взгляд, компаниям-рекламоделателям в ходе внутреннего аудита обязательно нужно обращать внимание на соблюдение нормативных требований государства в сфере рекламы, что безусловно снизит как финансовые, так и репутационные риски.

Список литературы

1. Дмитриева, Н. В. Неэтичная реклама как инструмент недобросовестной конкуренции: вопросы экспертной оценки / Н. В. Дмитриева // Конкуренция и монополия: Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 20–21 октября 2021 года / Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2021. – С. 51-54.
2. Зайцев, А.А. Управление корпоративными рисками на основе проведения внутреннего аудита / А.А. Зайцев, Н.Д. Дмитриев, С.В. Ильченко // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 1. – С. 51-60.
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Правовой сайт КонсультантПлюс – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968 – [25.09.2022].

Додоматов Кароматулло Аюпджонович, студент гр. ЭОб-191
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ В ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКЕ: МЕЖДУ СТРАНАМИ И МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ

Циркулярная (циклическая) экономика – явление, при котором потребление и производство происходят по замкнутому циклу минимум с тремя условиями: ресурсы используются максимально; не накапливаются отходы; нет негативного влияния на природу. Противопоставляется классической линейной экономике, действующей по принципу «создать, использовать, уничтожить отходы» (от англ. «take, make, dispose»). Концепция затрагивает одновременно два направления науки – экономику и экологию. Предполагается, что альтернативные методы производства компенсируют отрицательное воздействие на окружающую среду. Все эти условия и направления актуальны для Кемеровской области – Кузбасса.

Долгосрочная концепция устойчивого развития с внедрением экономики замкнутого цикла в России существует с 2008 г. Предполагается мо-

дернизировать национальную экономику за счет инновационных технологий, поддержки отдельных отраслей, программ экологического развития страны и ее регионов, в первую очередь ресурсодобывающих.

Основные задачи: развитие вторичного производства; создание экологических технопарков для сортировки, переработки или повторного использования отходов; уменьшение количества свалок и полигонов. Это позволит сократить объемы захоронения бытовых отходов, т.к. 90% мусора не обезвреживается, а попадает на свалки. Планируется увеличить уровень утилизации с 6–7% (в 2018 г.) до 60% (к 2025 г.) [1]. Переходу к циклической экономике в РФ способствуют: возобновляемые источники энергии (190 гидроэлектростанций с разным уровнем мощности); площадь лесов около 8 млн кв. км. (45,4% территории России) [1], что важно для сохранения биосферы планеты; внедрение в промышленность технологий, соответствующих мировым природоохранным директивам; развитие технологий утилизации попутного нефтяного газа; распространение идеи совместного потребления в бизнес-моделях циркулярной экономики [2].

Переход к циркулярной экономике может принести пользу странам за счет повышения устойчивости развития, создания рабочих мест, охраны окружающей среды и снижения выбросов вредных веществ. В тоже время существуют различные оценки относительно преимуществ и возможных рисков, соотношение и структура которых на той или иной территории обуславливают необходимость дифференциации подходов к внедрению данной концепции в странах с разным уровнем развития.

При этом понимание и степень актуальности вопросов циркулярной экономики значительно различаются по странам и зависят от специфики природного, человеческого, физического (искусственного) и институционального капиталов каждой страны, уровня ее развития и социально-экономических приоритетов, экологической культуры общества.

С одной стороны, циркулярная экономика – удел государств с сильной экономикой и высокоразвитой технологией и культурой производства. Существует определенный риск в том, что развитые страны и компании будут использовать модель циркулярной экономики, внедряя свои технологические преимущества в качестве предлога для получения доступа к рынкам и гарантий на сохранение занимаемой доли.

С другой стороны, экономика развивающихся стран с более низким доходом может считаться более циркулярной, чем развитых, в том смысле, что там из большинства выброшенных вещей извлекаются детали для переработки и ремонта. Вопрос заключается в том, как превратить эти процессы в возможность устойчивого развития. Наличие в развивающихся странах циркулярных процессов, большинство из которых связаны с сортировкой и повторным использованием отходов, обеспечивает так называемые «точки роста», которые позволяют правительствам, частному сектору и другим заинтересованным участникам продвигать инновационные модели развития экономики [3].

Основу циркулярной экономики образуют замкнутые цепи поставок, под которыми понимаются цепочки поставок, обеспечивающие максимизацию добавленной стоимости в течение всего жизненного цикла продукта с динамическим восстановлением в рамках относительно длительных временных интервалов ценностей различных типов и объемов. В идеале формирование замкнутых цепей поставок должно приводить к соблюдению принципа нулевых отходов, а распространение подобных цепочек на значительную часть отраслей, в свою очередь, приблизит человечество к формированию циркулярной экономики в целом. Важно учитывать, что циркулярная экономика не ограничивается только решением задачи переработки отходов в конце жизненного цикла продукции; она дает толчок для технологических, организационных и социальных инноваций по всей цепи создания стоимости, начиная с экологического дизайна продукции и предотвращения образования отходов. Таким образом, для повышения общественного благосостояния в циркулярной экономике применяются принципиально новые бизнес-модели, характеризующиеся не только высокими конечными результатами, но и низкими материальными, энергетическими и экологическими затратами [4].

Существуют 5 бизнес-моделей экономики замкнутого цикла, которые обеспечивают конкурентное преимущество компаниям.

1. Циклические затраты.

В экономике замкнутого цикла в производственных процессах используются возобновляемые, переработанные или пригодные для вторичной переработки ресурсы, что позволяет частично или полностью устранить отходы и загрязнение. Отходы становятся активом, а не обязательством, за утилизацию которого компания платит.

Производители с замкнутым циклом могут рассчитывать на более низкие затраты ресурсов на свои производственные затраты, поскольку их не нужно добывать из ограниченных ресурсов – они поступают из избыточных материалов и переработанных материалов. Продукты, разработанные по принципу замкнутого цикла, не становятся устаревшими, вместо этого они становятся циклом конечного использования. Они также выигрывают от высоких показателей восстановления материалов и компонентов в исходном качестве и улучшенного контроля потока материалов.

2. Концепция экономики совместного использования.

Компании *Worn-circular*, так называемые «рожденные циркуляры», максимизируют потребление неиспользуемых активов в сообществе, предоставляя клиентам доступный и удобный доступ к продуктам и услугам. Это также включает в себя совместное использование производственных активов, таких как конвейерная лента, вилочный погрузчик, оборудование и склады.

Доступ к активам больше не требует покупки или аренды у традиционных поставщиков, а обеспечивается отдельными людьми и компаниями.

Следовательно, у «рожденных циркуляров» более высокий процент использования их дорогостоящих активов.

3. Продукт как услуга.

Клиент приобретает услугу в течение ограниченного времени, в то время как поставщик сохраняет право собственности на продукт и сохраняет стимул для постоянного обслуживания, долговечности, обновления и обработки продукта в конце его использования.

Born-circular смещают фокус с объема производства на производительность, тем самым максимизируя коэффициент использования и срок службы. Они повышают устойчивость за счет сохранения контроля над продуктами и материалами, тем самым экономя материальные затраты, защищая от резких скачков цен на материалы и могут застраховать от проблем нехватки материалов.

Born-circular выигрывают от постоянного контакта с клиентами и получают представление о том, как используются их продукты.

Born-circular получает доступ к потенциальным неиспользованным возможностям для бизнеса, например, к новому рынку восстановления / реконструкции.

Поставщик теперь несет ответственность и имеет экономический стимул для более безопасных механизмов утилизации, ответственность за которые ранее лежала на конечном пользователе, часто без финансового стимула.

4. Расширение использования продукта.

Компания born-circular разрабатывает свои продукты с учетом ремонтпригодности, возможности обновления, повторного использования, простоты разборки, восстановления и возможности вторичной переработки всех компонентов.

5. Восстановление ресурсов.

Восстановление ресурсов фокусируется на конечных этапах цикла использования, а именно на восстановлении встроенных материалов, энергии и ресурсов из продуктов в конце использования, которые больше не функционируют в их текущем применении.

Born-circular имеет прямой экономический интерес в извлечении возмещаемой стоимости всей своей продукции. Их дизайн направлен на то, чтобы сделать восстановление стоимости простым и эффективным. Их бизнес-модель гарантирует, что пользователи будут заинтересованы в возврате продуктов, например, по контракту, через депозиты или в модели «продукт как услуга» [5].

Таким образом, изучение конкуренции в циркулярной экономике между странами и между компаниями показало необходимость внедрения ее форм в таких ресурсодобывающих регионах, как Кемеровская область – Кузбасс для ресурсосбережения и сбережения природы.

Список литературы

1. Циркулярная экономика: определение и значение [Электронный ресурс]. – URL: <https://viafuture.ru/sozдание-startapa/tsirkulyarnaya-ekonomika>.
2. Жернов Е.Е., Осокина Н.В. Рентный аспект циркулярной экономики в угольной промышленности ресурсодобывающего региона. 2. Бизнес-модели циркулярной экономики на угледобывающих предприятиях: рентный аспект // Уголь. – 2022. – № 6. – С. 80–83.
3. Батова Н., Сачек П., Точицкая И. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие практики [Электронный ресурс]. – URL: <https://beroc.org/upload/medialibrary/321/32121себе23d0900df821bdcb5923fdс.pdf>.
4. Пахомова Н.В., Рихтер К.К., Ветрова М.А. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2017. – Т. 33. – Вып. 2. – С. 244–268. – DOI: 10.21638/11701/spbu05.2017.203.
5. 5 circular economy business models that offer a competitive advantage [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/01/5-circular-economy-business-models-competitive-advantage/>.

Дорожкина Наталья Валерьевна, старший преподаватель,
Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СРАВНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СБОРА, ТРАНСПОРТИРОВКИ И УТИЛИЗАЦИИ ТКО В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Региональный оператор по обращению с твердыми коммунальными отходами – это юридическое лицо, которое должно осуществлять работу по обеспечению всего цикла обращения с ТКО (сбор, транспортирование, обработка, обезвреживание, утилизация, размещение) на территории зоны деятельности в пределах субъекта Российской Федерации. Региональный оператор по обращению с ТКО не является монополистом, так как такой статус присваивается только на основании конкурсного отбора.

Региональный оператор действует на основании заключенных договоров на оказание услуг с собственником твердых коммунальных отходов, которые образуются, и места накопления, которых находятся в зоне деятельности регионального оператора [1].

В ходе исследования было проведено сравнение основных показателей деятельности двух региональных операторов по обращению с отходами, осуществляющих свою деятельность на территории Кемеровской области ООО «Чистый город Кемерово» и ООО «Экотек».

Общество с ограниченной ответственностью «Чистый город Кемерово» создано в 2014 году по адресу г. Кемерово, ул. Мирная, д.10. Основным видом деятельности организации является деятельность регионального оператора по организации сбора, транспортировки и утилизации ТКО, ОКВЭД 38.1.000 «Чистый Город Кемерово» является региональным оператором по обращению с ТКО на территории зоны «Север» Кемеровской области. В обязанности регионального оператора входит: организация сбора, транспортировки, обработки, утилизации, обезвреживания, захоронения твердых коммунальных отходов в зоне его действия в соответствии с региональной программой и территориальной схемой обращения с отходами Кемеровской области. ООО «Чистый город Кемерово» осуществляет деятельность по сбору, транспортированию, обработке, утилизации, обезвреживанию, размещению отходов I-IV классов опасности. ООО «Чистый город Кемерово» осуществляет свою деятельность через головной офис и 18 обособленных подразделений, в т.ч. вг. Юрга, г. Топки, г. Белово, г. Тайга, г. Анжеро-Судженск, г. Ленинск-Кузнецкий, пгт. Промышленная, г. Мариинск, г. Березовский, г. Кемерово, г. Гурьевск, пгт. Яшкино, пгт. Тяжин, пгт. Тисуль, пгт. Крапивинский, пгт. Зеленогорский [3].

ООО «Чистый город Кемерово» имеет свой товарный знак:



ООО «Экотек» является молодым региональным оператором по обращению с твердыми коммунальными отходами на территории зоны «Юг» Кемеровской области, свою работу он начал выполнять с 01.07.2018. В зону «Юг» входят районы: Таштагольский, Калтанский, Новокузнецкий, Прокопьевский, Осинниковский, Киселевский, Краснобродский, Междуреченский, Мысковский и др. Данная организация оказывает услуги по сбору, утилизации, транспортировке, обезвреживанию и размещению твердых коммунальных отходов на основании лицензии [4].

У организации есть личный логотип, в котором присутствуют зеленый, синий цвет. Зеленый цвет обозначает чистоту и процветание, синий цвет – это стремление к совершенству производства.



Региональным операторам присвоен данный статус по результатам проведения конкурсного отбора в 2018 году сроком на 10 лет, они осуществляют свою деятельность на основании лицензий. Общества как региональные операторы по обращению с ТКО применяют 0 процентную ставку по НДС.

На рисунке 1 изображены территории охвата организаций.

В целях осуществления расчетов с собственниками ТКО учет отходов осуществляется расчетным путем исходя из нормативов накопления, выраженных в количественных показателях объема, либо исходя из количества и объема контейнеров для накопления ТКО, установленных в местах накопления ТКО [5]. Нормативы накопления ТКО по категориям потребителей и категориям объектов, на которых образуются отходы, на территории Кемеровской области установлены соответствующим Постановлением РЭК Кемеровской области [2]. Оплата услуг регионального оператора осуществляется по цене, определенной в пределах утвержденного в установленном порядке единого тарифа на услугу регионального оператора по обращению с ТКО.



Рисунок 1 – Территории охвата организаций операторами ТКО

Динамика действующих тарифов, утвержденных региональным оператором Кемеровской области, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика тарифов региональных операторов

Оператор	Потребители	С 01.01.2020 по 30.06.2021		С 01.07.2021 по 31.12.2021		С 01.01.2022 по 30.06.2022		С 01.07.2022 по 31.12.2022	
		руб./м3	руб./1 чел.						
ООО «Экотек»	Население	542,61	93,74	566,37	97,84	566,37	97,84	591,85	102,24
	Прочие потребители	542,61	-	566,37	-	566,37	-	591,85	-
ООО «Чи-	Население	332,43	57,43	413,51	71,43	400,92	69,26	400,92	69,26

стый город Кемерово»	Прочие потребители	332,43	-	413,51	-	400,92	-	400,92	-
----------------------	--------------------	--------	---	--------	---	--------	---	--------	---

На величину установленного тарифа влияют площадь региона; состояние дорог; плотность населения; наличие вблизи населенных пунктов полигонов.

Из представленных данных следует, что тарифы ООО «Экотек» на протяжении всего периода значительно выше, чем утвержденные тарифы ООО «Чистый город Кемерово». В 2022 году по сравнению с 2021 годом тарифы для населения территории охвата «Север» снизились на 3,04 %, а на «Юге» увеличились на 4,5 %. Под прочими потребителями подразумевается лица, осуществляющие деятельность в отдельном помещении.

Динамика численности сотрудников в организациях представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнительный анализ численности сотрудников

Численность сотрудников, чел.				Темп роста 2021/2020, %	
ООО «Экотек»		ООО «Чистый город Кемерово»		ООО «Экотек»	ООО «Чистый город Кемерово»
2020 год	2021 год	2020 год	2021 год		
166	176	172	219	106,02	127,33

В ООО «Экотек» численность сотрудников увеличилась на 6 %, а в ООО «Чистый город Кемерово» на 27 %, у последнего численность в 2021 году больше на 43 чел. или на 24,4 %. Связанно это с большей территорией охвата зоны «Север».

Динамика финансовых результатов ООО «Экотек» и ООО «Чистый город Кемерово» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика финансовых результатов региональных операторов

Показатели	Значения, тыс. руб.				Темп роста 2021/2020, %	
	ООО «Экотек»		ООО «Чистый город Кемерово»		ООО «Экотек»	ООО «Чистый город Кемерово»
	2020год	2021год	2020 год	2021год		
Выручка	1578334	1703378	1175505	1343744	107,92	114,31
Себестоимость	1335247	1482275	1035921	1174596	111,01	113,38
Управленческие расходы	207364	235550	172180	214040	113,59	124,31
Прибыль (убыток) от продаж	35723	14447	-32596	-44892	40,44	137,72
Проценты к получению	149	139	1232	866	93,28	70,29
Проценты к уплате	10999	8429	188	810	76,63	430,85
Прочие доходы	93420	27074	193540	177078	28,98	91,49
Прочие расходы	25378	39350	152389	127960	155,05	83,96

Прибыль (убыток) до налогообложения	92915	35013	9600	4282	37,68	44,6
Налог на прибыль	22740	1894	4370	1077	8,32	24,64
Чистая прибыль	70175	33119	4809	-177	47,19	-

Из таблицы 3 видно, что выручка региональных операторов увеличилась в 2021 году по сравнению с 2020 годом, при этом выручка ООО «Экотек» в 2021 году больше, чем у ООО «Чистый город Кемерово» на 359,6 млн руб. или на 26,76 %, что связано в первую очередь с более высоким тарифом. Рост управленческих расходов объясняется увеличением численности сотрудников и соответственно расходов на оплату труда и страховых взносов.

По итогам основной деятельности ООО «Экотек» получало прибыль, а деятельность ООО «Чистый город Кемерово» была убыточной как в 2020, так и в 2021 году. Чистая прибыль ООО «Экотек» за два года снизилась на 52,81 %. А ООО «Чистый город Кемерово» в 2020 году получило чистую прибыль в размере 4809 тыс. руб., что меньше, чем у ООО «Экотек» в 14,5 раз, а в 2021 году был получен убыток в размере 177 тыс. руб. Далее было выполнено сравнение величины внеоборотных активов у региональных операторов. Результаты сравнения представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Сравнительный анализ состояния внеоборотных активов

Показатели	Абсолютные величины, тыс. руб.				Темп роста 2021/2020, %	
	ООО «Экотек»		ООО «Чистый город Кемерово»		ООО «Экотек»	ООО «Чистый город Кемерово»
	2020 год	2021 год	2020 год	2021 год	2021	2021
Основные средства	30685	33435	1879	4343	208,96	231,13
Финанс. вложения	0	0	10	10	0	100
Нематериальные активы	66	0	28	58	-	207,14
Прочие внеоборотные активы	2010	1697	-	4348	84,43	-
Итого	32761	35132	1918	8451	107,24	440,62

Из таблицы 4 видно, что ООО «Экотек» имеет в собственности основные средства на сумму 33,5 млн руб., что больше, чем у ООО «Чистый город Кемерово» в 7,7 раз. Это связано с тем, что ООО «Экотек» имеет в собственности несколько мусоровозов для сбора и транспортировки ТКО, а ООО «Чистый город Кемерово» занимается только организацией сбора,

транспортировки и утилизации ТКО и заключает для транспортировки ТКО договоры с перевозчиками.

Далее выполнено сравнение показателей движения денежных средств от текущих, инвестиционных и финансовых операций (таблица 5).

Согласно представленным данным, наибольшее движение денежных средств связано с осуществлением текущих операций более 96 % от суммы всех поступлений в 2021 году, наименьшая активность осуществлялась по инвестиционной деятельности. В качестве финансовых операций осуществлялось размещение денежных средств на депозитных счетах с целью получения дополнительных доходов. Следует отметить, что размер поступления денежных средств по текущим операциям значительно меньше размера выручки как у ООО «Экотек» на 6 %, так и у ООО «Чистый город Кемерово» на 8 %. Это ведет к росту дебиторской задолженности.

Динамика дебиторской задолженности региональных операторов представлена в таблице 6.

Таблица 5 – Сравнительный анализ движения денежных средств

Показатели	Значения, тыс. руб.				Изменения 2021 /2020			
	ООО «Экотек»		ООО «Чистый город Кемерово»		ООО «Экотек»		ООО«Чистый город Кемерово»	
	2020 год	2021 год	2020 год	2021 год	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Поступления по текущим операциям	1440362	1599513	1020931	1237031	159151	111,05	216100	121,17
Платежи по текущим операциям	1402925	1586139	1145657	1236987	183214	113,06	91330	107,97
Поступления по инвестиционным операциям	-	-	14125	347	-	-	-13778	2,45
Платежи по инвестиционным операциям	0	2939	3512	5752	2939	-	2240	163,78
Поступления по финансовым операциям	50000	50837	104805	15000	837	101,67	-89805	14,31
Платежи по финансовым операциям	80835	66667	-	15000	-14168	82,47	15000	-

Таблица 6 – Динамика дебиторской задолженности

Показатели	Абсолютные величины, тыс. руб.				Темп роста 2021/2020, %	
	ООО «Экотек»		ООО «Чистый город Кемерово»		ООО «Экотек»	ООО«Чистый город Кемерово»
	2020 год	2021 год	2020год	2021год		
Дебиторская задолженность	757 772	899 267	408 087	497 408	118,67	121,89

Причем дебиторская задолженность в ООО «Экотек» выросла (118,67 %) в большей степени, чем рост поступлений по текущей деятельности (111,05 %) и чем рост выручки (107,92 %). Темп роста дебиторской задолженности в ООО «Чистый город» (121,89 %) соответствует темпу роста поступлений по текущим операциям и ниже темпа роста выручки

(114,31 %). Величина дебиторской задолженности в ООО «Экотек» в 1,8 раза выше, чем у ООО «Чистый город Кемерово».

Анализ позволил выявить следующие недостатки и преимущества в работе региональных операторов. К недостаткам относятся:

- отсутствие собственных основных средств (мусоровозов) для перевозки ТКО и необходимость заключать договоры с перевозчиками ТКО, что ведет к росту расходов;

- рост дебиторской задолженности из-за неплатежей части собственников твердых коммунальных отходов из-за низкой экологической ответственности;

- невысокий уровень прибыльности или даже убыточность деятельности региональных операторов ТКО из-за низких тарифов;

- рост отходов, направляемых на утилизацию.

В целях улучшения деятельности региональных операторов по обращению с твердыми коммунальными отходами необходимо:

- организовать поиск путей снижения расходов региональных операторов с целью повышения эффективности их деятельности;

- повышать экологическую грамотность, в т.ч. граждан путем проведения разъяснительной работы [6];

- организовать ежемесячные выезды мобильной службы в отдаленные территории для сбора платежей;

- проводить контроль состояния дебиторской задолженности, проводить анализ ее состава и динамики, своевременно исключать ликвидированных (недействующих) контрагентов из состава дебиторов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления», ст.1 «Основные понятия».
2. Постановлением РЭК Кемеровской области от 27.04.2017 № «Об установлении нормативов накопления твердых коммунальных отходов».
3. Чистый город Кемерово // Общие сведения // О компании . - URL:<https://sibtko.ru/about> (дата обращения: 08.09.2022). – Текст: электронный.
4. Экотек // Общие сведения //О предприятии. - URL:<https://kuzro.ru/regionalnyj-operator-po-obrasheniju-s-tko.html> (дата обращения: 08.09.2022). – Текст: электронный.
5. Березнев, С. В. Реальность и подходы инновационно-технологического развития Кузбасса / С. В. Березнев, Е. Е. Кульпина // ЭКО. – 2021. – № 6 (564). – С. 46-66.
6. Дорожкина, Н. В. Характеристика проблем по обращению с отходами производства и потребления на территории Кемеровской области / Н. В. Дорожкина, А. К. Осьмак // Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным

участием «Россия молодая» – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2017. – С. 76017.

Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ НА ПЛАТФОРМАХ ЦИФРОВОГО ТРУДА

Развитие цифровой экономики способствовало широкому применению онлайн-платформ, распространившихся на все важнейшие сферы деятельности человека. В настоящее время различают три категории цифровых платформ:

1. платформы, предлагающие цифровые сервисы физическим лицам (поисковые системы и социальные сети);
2. платформы, обеспечивающие взаимодействие и работающие по моделям «бизнес для бизнеса» (B2B) и «бизнес для потребителя» (B2C);
3. платформы цифрового труда.

В контексте данной статьи мы будем рассматривать влияние устройства платформ цифрового труда на уровень конкуренции между ними, факторы, способствующие возникновению сетевого эффекта, влияние конкуренции среди работников цифрового труда на развитие платформенной занятости.

Платформы цифрового труда, обеспечивая взаимодействие между субъектами рынка труда, создают определенную конкурентную среду и реструктуризируют трудовые отношения в сторону гибкости [6]. Международная организация труда (МОТ) выделяет два типа платформ цифрового труда: платформы на основе веб-технологий и платформы на основе геолокации. Все платформы цифрового труда имеют свои отличительные свойства в зависимости от типа решаемых задач, от сложности и продолжительности выполняемых заданий.

Платформы на основе веб-технологий объединяются по признаку виртуально – дистанционного выполнения работ и включают в себя фрилансерские и конкурсные платформы, платформы конкурентного программирования, платформы микрозаданий. Фрилансерские и конкурсные платформы используются для проектирования и разработки программного обеспечения. Решение сложных задач программирования и анализа данных осуществляется на платформах конкурентного программирования. Платформы микрозаданий позволяют оказывать услуги по цензуре контента, расшифровке видео, аннотированию изображений.

Работники платформ на основе геолокации оказывают услуги такси, доставки, ухода и бытового обслуживания в указанном физическом месте.

МОТ на основе сведений базы данных Crunchbase подтверждает, что на январь 2021 года во всем мире действовало минимум 777 платформ цифрового труда, в том числе платформ на основе веб-технологий – 283

платформ на основе геолокации – 489, а также пять гибридных платформ. При этом, в состав платформ на основе веб-технологий входят 218 фрилансерских и конкурсных платформ, 19 платформ конкурентного программирования и 46 платформ микрозаданий. Платформы на основе геолокации состоят из 106 платформ, оказывающих услуги такси и 383 платформ сферы услуг [8].

Возникновение и распространение цифровых платформ не просто создает конкуренцию в традиционной сфере труда, но и в некоторых случаях вытесняет ее с рынка. Так, например, платформы на основе геолокации, обеспечивающие и контролируемые услуги такси, сломали стандартные бизнес-модели в транспортной сфере, путем использования массива данных и алгоритмов для подбора пассажиров и водителей в реальном времени. Фрилансерские платформы Freelancer и Zhubajie (ZBJ) являются конкурентами традиционных кадровых агентств. Они позволяют экономическим субъектам более экономно и стремительно решать свои задачи в силу имеющейся возможности привлекать работников со всего мира.

Степень успешности функционирования онлайн-платформ определяется способностью привлечения достаточного числа пользователей, как заказчиков, так и работников, что создает сетевой эффект. Конкурируя между собой платформы цифрового труда, используют стратегию ценообразования, выступающей ключевым инструментом в появлении сетевого эффекта. При этом, надо учитывать тот факт, что платформы цифрового труда становятся привлекательными для заказчиков только в случае наличия определенного количества потенциальных работников. Следовательно, стратегия ценообразования платформ цифрового труда должна быть построена таким образом, чтобы стимулировать привлечение на свои интернет площадки достаточное количество как заказчиков, формируя спрос на труд, так и работников, способствуя росту предложения рабочей силы. Стратегия ценообразования строится в зависимости от типа и устройства платформ цифрового труда.

Фрилансерские и конкурсные платформы взимают с работников более высокую плату, чем с клиентов, где размер комиссионных с работников варьируется в диапазоне 25-30% договорной цены за выполнение задания. Данные платформы успешно развиваются, и доля российского рынка фриланса в общей структуре глобального рынка фриланса к 2025 г. составит порядка 1,1% [7].

Доходы платформ конкурентного программирования, в отличие от фрилансерских и конкурсных платформ, формируются за счет взимания комиссионных с заказчиков в виде подписки, предусматривающей определенный спектр услуг по подбору и найму персонала и услуг по разработке определенного ряда проектов. В целях совершенствования профессиональных навыков и оказания услуг высокого качества платформы конкурентного программирования формируют сообщества программистов и разработчиков, чей труд в рамках данных платформ оплачивается в виде де-

нежных призов и предоставления права участия в различных конкурсах, соревнованиях, рейтингах с возможностью дальнейшего трудоустройства в крупные компании.

На платформах микрозаданий комиссионные с работников, также как и на платформах конкурентного программирования, не взимаются. Оплату комиссионных производят заказчики, размер которых колеблется в диапазоне 8-40% от суммы, полученной работниками.

Конкурентных преимуществ с помощью стратегий ценообразования стремятся добиться и платформы на основе геолокации. На платформах такси комиссионные взимаются с работников, то есть с водителей, а на платформах доставки комиссию платят магазины и предприятия общепита и дополнительно может взиматься плата с заказчиков за доставку.

В качестве примера сложности и неопределенности применения алгоритмов управления эффективностью в конкурентной борьбе можно привести историю платформ цифрового труда Ola и Uber в Индии. Ola является местной платформой индийского рынка труда с 2010 года, а Uber вышел на индийский рынок в 2013 году. Как Ola, так и Uber активно привлекали водителей, предоставляя им средства на приобретение или аренду автомобилей, а также различные стимулирующие выплаты. Uber более эффективно предлагал водителям бесплатную страховку, бесплатную постановку автомобиля на учет, денежные скидки, а также выплачивал бонусы за привлечение других водителей. Эти меры помогли Uber достичь сетевого эффекта на индийском рынке труда и потеснить как своего конкурента Ola, так и традиционный сектор такси [2].

С целью увеличения своего дохода многие работники регистрируются одновременно на нескольких онлайн-платформах. Так работники, имеющие учетные записи одновременно на нескольких платформах цифрового труда составляют 52% в развитых странах и 44% в развивающихся. Однако платформы цифрового труда с учетом соблюдения интереса повышения собственной рентабельности проводят политику сдерживания множественной регистрации, ограничивая своих работников в открытие учетных записей у конкурентов. Работникам множественная регистрация, с одной стороны, позволяет увеличивать объем работы, а, с другой стороны, бывает невыгодна из-за роста затрат на создание привлекательного профиля, завоевания репутации, высоких расходов на оплату комиссионных, регистрационных и других сборов (таблица 1).

Таблица 1 – Комиссионные, уплачиваемые работниками отдельных фрилансерских платформ (доля респондентов), %

Уплачиваемые комиссионные	Freelancer	Upwork	Kabanchik
Разовый регистрационный сбор	22	4	16
Ежегодный регистрационный сбор	25	5	2
Премиальная подписка	0	5	0
Плата за подачу заявки (получение предложений)	22	69	29

Плата за первое место в поисковых запросах	7	10	6
Сервисный сбор за каждое задание	48	65	42
Нулевой сбор	7	0	15

Источник: Глобальный опрос МОТ работников фрилансерских платформ (2019–2020) [8]

Например, на таких фрилансерских платформах, как Upwork и PeoplePerHour, если работник постоянно сотрудничает с одними и теми же заказчиками, то размер его комиссионных сокращается в 3-4 раза [8]. Это способствует прочной привязанности работника к одной платформе, который ради повышения заработка и снижения размера комиссионных вынужден отказаться от регистрации и работы на других конкурирующих платформах.

Обращает на себя внимание тот факт, что некоторые платформы цифрового труда на основе веб-технологий взимают дополнительную плату за подачу заявки и за продвижение на первые места в поисковых запросах. Это создает конкуренцию среди работников, независимую от уровня профессионализма и опыта работы, так как работники, оплатившие дополнительные сборы и премиальную подписку могут быстрее других получить отклик на заявку, создавать более обширную клиентскую базу и повышать свой рейтинг.

Степень конкуренции на платформах цифрового труда отличается в зависимости от страны проживания работника. Во-первых, потенциальным работникам из развивающихся стран сложнее получить учетную запись и доступ к перспективным заказам, чем работникам, проживающим в развитых странах. В целях преодоления неравенства в правах между работниками из развивающихся и развитых стран, обусловленных устройством платформ цифрового труда, некоторые потенциальные работники покупают учетную запись у тех, кто зарегистрировался формально (без потребности в работе на онлайн-платформах) или по подложным документам. Во-вторых, есть страны, например, Китай, где рост предложения рабочей силы значительно превышает спрос на труд и, как следствие, на один заказ претендуют более 100 человек [8]. Однако это не единственная причина роста конкуренции на платформах цифрового труда. Как ни парадоксально, но меры государственной поддержки направленные на обучение населения и развитие платформенной занятости, способствуют росту конкуренции среди работников платформ цифрового труда. Следовательно, платформенная занятость, не может регулироваться теми же нормами, что и традиционная занятость, и традиционные трудовые отношения [9].

Таким образом, различные комбинации элементов системы управления платформ цифрового труда – стратегия ценообразования, подбор работников и заказчиков, алгоритмы управления эффективностью – позволяют получать конкурентные преимущества и способствуют развитию платформенной занятости.

Список литературы

1. Аранжин В.В., Нехода Е.В. Формирование политики эффективной занятости в условиях трансформации рынка труда // Социально-трудовые исследования. – 2022. – № 1 (46). – С. 36-54.
2. Дымова И.А. Вопросы конкуренции и монополии в условиях развития платформенной занятости // В сборнике: Конкуренция и монополия. Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. Кемерово, 2021. С. 59-62.
3. Дымова И.А., Нехода Е.В. Тенденции развития занятости в современной экономике // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2022. – № 57. – С. 102-118.
4. Капелюшников Р. И. Технологический прогресс – пожиратель рабочих мест? // Вопросы экономики. – 2017. – № 11. – С. 70-101.
5. Карпова О.С., Формулевич Я.В. Проблемы нормативно-правового регулирования российского внутреннего аудита: институциональный аспект // Аудитор. – 2019. – Т. 5. № 11. – С. 19-22.
6. Колосова Р. П., Луданик М. В. Новая архитектура российского рынка труда в условиях цифровой экономики // В сборнике: Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации. Сборник научных статей. Витебск, 2018. С. 100-108.
7. Нехода Е.В. Институционализация новых форм занятости // В книге: Институциональная трансформация экономики: человек и социум (ИТЭ-ЧС 2021). Материалы VII Международной научной конференции. - Томск, 2021. – С. 132-134.
8. Перспективы занятости и социальной защиты в мире. Роль платформ цифрового труда в трансформации сферы труда / Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. – Москва: МОТ, 2021. ISBN 978-92-2-035920-4.
9. Платформенная занятость: определение и регулирование / Авт. коллектив: О.В. Синявская, С.С. Бирюкова, А.П. Аптекарь, Е.С. Горват, Н.Б. Грищенко, Т.Б. Гудкова, Д.Е. Карева; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт социальной политики. – М.: НИУ ВШЭ, 2021.

Ерохина Карина Константиновна, магистрант гр. СУМ-221
Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Основы конкурентоспособности предприятия являются сегодня одним из ключевых элементов компетенций специалиста любого профиля и руководителя любого уровня. Так же проблема конкурентоспособности промышленного производства занимает важное место в экономической политике страны.

Создание конкурентных преимуществ в области национальной экономики становится стратегическим направлением деятельности государства. При этом повышение конкурентоспособности касается различных уровней промышленного производства: продукции, предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но крайнюю важность приобретает конкурентоспособность предприятия как звена экономики [1].

Формально признанным термином, который законодательно закреплен в России, можно считать следующим: «конкуренция — состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются производителю» [2].

Компания «СУЭК» – является одной из крупнейших интегрированных энергетических компаний мира с добывающими, генерирующими и логистическими мощностями на территории Российской Федерации и международной сбытовой сетью. Также у компании социальные программы разрабатываются и реализуются в тесном взаимодействии с заинтересованными сторонами: с региональными и муниципальными администрациями, общественными организациями, местными жителями – реализуются благотворительные проекты во всех направлениях, в том числе и в жилищной коммунальной сфере [6, 7].

Рассмотрим предприятие АО «СУЭК-Кузбасс» ПЕ Энергоуправление – это одно из старейших предприятий города Ленинска-Кузнецкого. Предприятие всегда шло рука об руку с угледобывающими предприятиями, что определяет характер деятельности предприятия в целом, ее ответственность и уникальность. Энергоуправление зарекомендовало себя ответственным и надежным партнером в энергетической отрасли Кузбасса [3].

Все предприятия должны осуществить комплексную модернизацию производства и его переориентации на выпуск инновационной и конкурентоспособной продукции. Модернизация промышленного производства представляет собой многогранный процесс комплексных инноваций с це-

лью перехода предприятия на новый качественный уровень [2].

В условиях стремления каждого субъекта рынка к максимизации прибыли, чтобы поддерживать конкурентоспособность данного предприятия необходимо качественное оборудование для производства и оказания услуг.

Состояние основных средств представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Состояние основных средств ПЕ Энергоуправление

Показатели	Значение показателя			Абсолютное изменение, +,-			Темп роста, %		
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	211 145	286 353	291 559	75 208	5 206	80 414	135,61	101,81	138,08
Коэффициент износа основных средств, %	56,31	59,05	72,24	2,74	13,19	15,93	104,86	122,33	128,28

Среднегодовая стоимость основных средств на протяжении всего анализируемого периода увеличивалась и в 2021 году составила 291 559 тыс. руб., что на 80 414 тыс. руб. больше, чем в 2019 году, за счет закупки нового оборудования.

Отрицательно, что коэффициент износа основных средств увеличивается с каждым годом. В 2019 году он составлял 56,31 %, а к 2021 году увеличился до 72,24 %, что означает ухудшение состояния основных средств организации [4].

Для поддержания эффективности работы производства, и чтобы уменьшить риск снижения производительности труда в будущем, следует обратить внимание на высокий износ основных средств, что в будущем может вызвать увеличение простоев и поломок оборудования.

Поэтому для сохранения и увлечение производительности труда следует обратить внимание на необходимость обновления основных средств.

Увеличение эффективности использования оборудования предполагает комплексный подход. В процессе осуществляется работа не только с оборудованием, но и с сотрудниками. Сокращения, повышение мотивации, переквалификация – все это оказывает косвенное положительное влияние на эксплуатацию ОС.

Есть три варианта улучшения данного показателя:

- Ремонт;
- Реконструкция;
- Модернизация.

Ремонт – это наименее затратный способ, многие предприятия прибегают именно к нему, чтобы улучшить основные средства, но ремонт

устранит лишь физический износ, при этом коэффициент износа ОС продолжит расти, также как и прочие расходы, что будет отрицательно сказываться на показателях деятельности предприятия.

А вот реконструкция или модернизация позволит изменить не только физический, но и моральный износ, также как и замена оборудования, но последний способ более затратный.

Таким образом, можно прийти к выводу, что для снижения износа основных средств, предприятию необходимо модернизировать оборудование. Модернизация позволяет увеличить сроки службы действующего оборудования, при этом затраты на устранение морального износа в таком случае несравненно ниже затрат на его замену, нередко при достижении тех же результатов. Модернизации могут быть подвергнуты как отдельные устройства, так и агрегаты, и электростанции в целом. Комплексная модернизация оборудования позволяет получить практически новую станцию при затратах в несколько раз меньших, чем это потребовалось при полной замене оборудования [5].

Стоит отметить, что основной вид деятельности предприятия АО «СУЭК-Кузбасс» ПЕ Энергоуправление – это передача электроэнергии. Поэтому для качественной работы предприятия необходимо обеспечить высокую исправность его оборудования, которое будет способно максимально сократить свои электросети. Неисправность оборудования может привести не только к задержкам выполнения работ, но и как мы видим к быстрому износу оборудования, что приведет к потерям.

Следовательно, отвечая на требования времени и потребности потребителей, предприятию необходимо активно модернизировать сетевое хозяйство, широко применять современную систему защиты от замыкания на «землю», которая позволит моментально отключать поврежденные электроустановки. В данный момент предприятие занимается этими проблемами, постепенно обновляется и парк спецтехники.

Часть приобретенного оборудования в 2021 году указана в таблице 2.

Таблица 2 – Приобретенное оборудование на АО «СУЭК-Кузбасс» ПЕ Энергоуправление за 2021 год

Наименование оборудования	Цена, руб.
Мастерская АРТК шасси SADKO NEXT C41A23	5 417 000,00
Полуприцеп тракторный ПСТБ-12	1 667 000,00
Электростанция ЭД1600-Т400-50-2РН-G1-P0	26 117 500,00
Уф-принтер TECHNO-JET HYBRID 210 UV	1 917 000,00
Сооружение модульное 7320*13614*4905 рама	9 229 836,54
Прибор измерения переходных сопротивлений МИКО-21	280 000,00
Щит ТЗ 9424979805 IP64 630А	1 250 000,00

Установка контроля трансформаторного масла АСТ-2М	465 750,00
Комплекс мобильного индикаторного логотех МИК-2ВТ	728 000,00
Устройство низковольтное ТЗ 9720345493	785 544,08
Установка изменения напряжения трансформаторов ТЗ 9798348896	570 000,00
Шкаф оперативной блокировки ТЗ 9801676621	1 600 000,00
Комплекс стеллажный ТЗ10003543915	298 416,67
Электростанция вепрь ТЗ 9708038266	145 450,00
Устройство РПН ТЗ 9970168364	4 600 000,00
Комплекс стеллажный ТЗ10003551426	252 916,67

Эффект данного мероприятия рассчитан в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет мероприятия по модернизации основных средств

Показатели	Значение показателя		Темп роста, %
	2021	2022	2021/2022
Коэффициент износа основных средств, %	72,24	60,17	84,03

Из расчета видно, что уже при закупки некоторого оборудования износ уменьшится на 12,07 %, поэтому данное мероприятие будет весьма эффективным для предприятия и позволит повысить конкурентоспособность.

Список литературы

1. Мокроносков, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносков, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194.
2. Бексултанова А. И. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятия / А. И. Бексултанова, С. А. Аслаханова, М. А. Эскиев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 21 (101). – С. 361-363.
3. АО «СУЭК-Кузбасс» Энергоуправление – Режим доступа: <http://leu.suek-kuzbass.ru/> (дата обращения: 07.04.2021). – Текст: электронный.
4. О компании – АО «СУЭК-Кузбасс» ПЕ Энергоуправление- Режим доступа: <http://leu.suek-kuzbass.ru/about-us/> (дата обращения: 07.04.2022). – Текст: электронный.
5. Производительность труда как фактор повышения эффективности деятельности предприятия // Пути повышения эффективности производства – Режим доступа: https://studwood.net/1566901/ekonomika/povyshenie_effektivnosti_deyatelnosti

_predpriyatiya (дата обращения: 10.04.2022). – Текст: электронный.

6. Колотовкина, Е.И., Малюгин, А. Н. Обоснование корректировки индекса доступности жилья (на примере Кемеровской области) / Е.И. Колотовкина, А. Н. Малюгин // Бизнес. Образование. Право – 2011. – № 3. – С. 113-117.

7. Малюгин А. Н., Колотовкина, Е. И. Прогноз показателей развития рынка жилищного фонда Кемеровской области. // Российское предпринимательство, 2013. - №12. - С. 89-100.

Жернов Евгений Евгеньевич, заведующий кафедрой экономики,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ В ТЕХНОЭКОНОМИКЕ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

Актуальность темы обусловлена назревшей необходимостью кардинального изменения отношения людей к месту и роли технологического прогресса в современной экономике как части общества. Складывающиеся геополитические обстоятельства требуют идентифицировать технологический прогресс не как средство достижения узкокорыстных целей извлечения прибыли отдельными лицами, но как категорический императив улучшения жизни всего человечества в мировом масштабе и всего народа на уровне страны. В этом состоит гуманистический подход к экономике любого типа в любое время. На смену индивидуального вождения голой прибыли должно прийти естественное стремление общества к новым технологиям, делающим жизнь всех людей и благополучнее в материальном плане, и интереснее (богаче) духовно.

Упование на успешное применение технологий во всеобщее благо против засилья «свободного» рынка, при кажущейся наивности, представляется некоторым экономистам весьма перспективной идеей [1]. «По сути дела, это новая, современная форма социалистической идеи, превращающейся из традиционной социал-демократической, свойственной индустриальной эпохе, в идею технологического социализма, если угодно – техносоциализма» [2]. Таким образом, вопрос о техноэкономике ставится много шире – как вопрос о капитализме (свободный рынок) и социализме (плановое хозяйство).

На встрече с лидерами фракций Государственной Думы 7 июля 2022 года президент РФ В.В. Путин сказал: «Что касается социалистической идеи, то в ней ничего плохого нет. Вопрос наполнения: чем наполнять, особенно в сфере экономики? Вот в некоторых странах наполнение есть, оно переплетается и с рыночными формами регулирования и так далее. И достаточно эффективно работает. Надо смотреть». Президент отметил, что нужно решить вопрос о том, «где, в каком объеме государство должно

участвовать» и «как оно должно регулировать свою деятельность в сфере экономики». Президент также сказал, что, понимая, в чем интересы людей и страны, все эти «развязки» можно найти. [3].

По теме данной публикации, из-за ограниченности ее объема, рассмотрим только два взаимосвязанных замечания по поводу конкуренции в техноэкономике, содержащихся в работе С.Б. Чернышева [1]. Эти замечания отражают взаимообусловленные организационный и технологический аспекты рассматриваемого вопроса. Хотя автор и считает, что формула «развитие конкуренции» ни с чем не соотносится сегодня в пространстве актуальных хозяйственных проблем, будучи идеологемой и мифопоэтическим образом позднесоветской публицистики 1980-х годов – вторичным изложением неоклассической парадигмы. Это обесценивает соответствующие «прикладные» модели теоретиков экономической науки. И, тем не менее, указанные аспекты конкуренции достойны своего рассмотрения в анализе техноэкономике, поскольку меняют идеологему конкуренции.

В организационном плане сегодняшнюю экономику можно определить, как проектную экономику. Известно, что основу оценки стоимости любого проектного актива составляет прогноз потока добавленной стоимости. «Отсюда видно, что современная проектная экономика физиологически зависима от институциональной инфраструктуры целостного национального проекта. Вне его корпоративного русла предприниматели, борющиеся за однотипный ресурс, смертельно опасны друг для друга подобно бойцам спецназа. Старая добрая ценовая бизнес-конкуренция отдыхает в сторонке. Без четкого государственного образа-плана будущего проектный уклад, едва возникнув, разносит страну в клочья, как плазма – чугунный токамак» [1, с. 207]. Проектный уклад близок к плановому хозяйству, поскольку проект имеет ряд общих с планом характеристик: исполняется людьми, ограничен доступностью ресурсов, управляется.

Эффективная техноэкономике в этом аспекте – хозяйственный уклад с цивилизованными идеями, идеалами и нравственными принципами. Последние не позволяют слить воедино компьютерную революцию с биологической для полной власти над человеком («взломать» человека), как замышляет советник Клауса Шваба, эксперт Всемирного экономического форума Юваль Харари, автор книги «Sapiens: Краткая история человечества». Они хотят использовать технологические новшества не во благо большинства, а для меньшинства – так называемых элит.

Основное предназначение рынка – соединять разорванные капиталом технологические связи производства. С возникновением более сложного производства появляется другой способ соединения разорванных производственных связей – технологический, предусматривающий передачу изготавливаемого изделия от одного специалиста к другому, из одного цеха в другой, от одного завода к другому и т. д., в полном соответствии с технологией производства. Этот способ еще называют планово-директивным или командным способом управления.

Технологически современную экономику характеризуют как платформенную. «Параллельное внедрение разношерстных платформ – разработанных ведомственными конструкторскими группами, *конкурирующими в сфере, где конкуренция неуместна* (курсив мой. – Е.Ж.), под ситуативный бюджет либо по конъюнктурной оказии, исходя из непроясненных концептуальных оснований – усугубляет институциональную несогласованность вместо ее снятия, порождает противоречия и междоусобные конфликты, вплоть до создания прямых угроз жизнедеятельности общества» [1, с. 401–402]. Плюсы и минусы конкуренции платформ в современных условиях описаны в работах [4; 5].

Тесную взаимосвязь организационного и технологического аспектов автор иллюстрирует примером платформизации систем работы с малым бизнесом типа той, которая воплощена в системе SBA (Small Business Administration) [1, с. 294–295]. В ней физические и юридические лица, соискатели кредита, – это руководители проектов, что уже требует стандартизации. При наличии платформ проектной стандартизации начнут разрабатывать развитые формы финансовых технологий – виртуальные корпорации, которые управляют потоками предпринимательских проектов, используя технологии типа Project Finance и Impact Investing. Понятно, что информационные технологии здесь нужны для оптимизации параллельного осуществления предпринимательских проектов, конкурирующих по поводу дефицитных ресурсов. Так возникает поле для практического использования оптимизационных моделей. Постепенно процесс коснется федеральных целевых программ, корпоративных систем управления, особых экономических зон, кластеров, реализуемых и создаваемых соответственно, в том числе и в Кемеровской области – Кузбассе. А это уже сферы практического выражения явления новой конкуренции техноэкономики, которые следует грамотно разделить на плановые и рыночные для их эффективного действия.

Госрегулирование незамедлительно должно быть установлено в жизненно важных сферах экономики. Сегодня это, безусловно, экзистенциальный вопрос. «Сферы действия свободы и справедливости – это, соответственно, производящий и воспроизводящий уклады», – справедливо считает С.Б. Чернышев [1, с. 23]. В сфере производства вещей действительно не обойтись без здоровой, регулируемой конкуренции производителей. Для сферы воспроизводства человека, для социальной сферы, не годится индивидуалистический принцип «Каждому – по способностям». «Вопрос о бытии социализма <... > прост как жизнь: общество социалистично, если в нем свобода существует в рамках и во имя справедливости; и наоборот, общество принадлежит к иной системе (капитализма. – Е.Ж.), если свобода в нем доминирует и допускает справедливость для собственного воспроизводства и стабильности» [1, с. 23]. Это положение верно, на наш взгляд, и для техноэкономики как вида экономики знаний [6].

В новой экономике «предпринимательство должно концентрироваться в полюсах и регионах промышленного роста, в свободных экономических зонах различного типа, которые в совокупности составят “открытый сектор” нашей экономики. <...> При этом предпринимательские зоны смогут уцелеть в агрессивном окружении, только если будут исправно платить обществу дань в виде постоянного потока качественных и недорогих потребительских товаров» [1, с. 24].

Среди техносфер государственного регулирования – космос и ядерная энергетика, био-, когно- и нанотехнологии. Первые две сферы имеют советскую предысторию: отечественные космические аппараты С.П. Королева до сих пор вне конкуренции по параметрам дешевизны и безотказности; в атомной энергетике со времен И.В. Курчатова консервативная надежность доминирует над инновациями. Нано-, когно- и биотехнологии в будущем, возможно, и станут факторами роста, но пока как продукты фундаментальных наук требуют многолетних усилий больших коллективов и огромных инвестиций в исследования и разработки, что доступно только учреждениям государственного сектора экономики.

Таким образом, для постановки вопроса описаны новые черты конкуренции в техноэкономике и определены сферы ее эффективного приложения там. Конкуренция товаропроизводителей уместна в сфере рынка, где она способствует развитию производительных сил, наполнению рынка необходимыми товарами. Для преодоления экономических кризисов и решения фундаментальных проблем в стихийную рыночную экономику государство вводит регулирующие начала, элементы упорядочения, ориентирующие интересы предпринимателей и ученых на направление перспективного и прогнозируемого развития всей национальной экономики.

Новую экономическую доктрину вместе с коллегами продвигает М. Портер – автор известных работ о конкурентоспособности. В программной статье «Creating shared value» [7] они пишут: «Парадигма Shared Value – не то же самое, что социальная ответственность, благотворительность и даже устойчивое развитие. Ее место в самом центре стратегии. Мы убеждены, что концепция Shared Value (общая ценность. – Е.Ж.) приведет к перевороту в деловом мировоззрении. Возможность получать прибыль, помогая обществу решать его проблемы, станет одним из самых мощных факторов роста мировой экономики. Во главу угла ставятся важнейшие, еще не удовлетворенные потребности человечества, не освоенные крупные рынки, издержки бизнеса как результат нерешенных социальных проблем... Нам нужен более совершенный капитализм – капитализм, движимый идеей служения обществу. Но это служение должно быть основано не на благотворительности, а на глубоком понимании механизмов конкуренции и создания стоимости».

Данная тема сквозь призму этики подробно рассмотрена нами в работе [8]. Решение же вопроса конкуренции в техноэкономике фундаментально базируется на поиске оптимального соотношения плана и рынка.

Список литературы

1. Чернышев С.Б. Иное: Письма о техноэкономике: науч.-худож. изд. – М.: Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2020. – 408 с.
2. Делягин М., Шеянов В. Русский космос: победы и поражения. – М.: Эксмо, 2011. – 155 с.
3. В социалистической идее ничего плохого нет, заявил Путин [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20220707/putin-1801065832.html>.
4. Асадуллина А.В. Конкуренция между владельцами цифровых платформ в мировой экономике // Российский внешнеэкономический вестник. – 2020. – № 1. – С. 51–59.
5. Рыжкова М.В. Концептуализация феномена «цифровая платформа»: рынок или бизнес? // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 47. – С. 48–66.
6. Жернов Е.Е. Трансформация конкуренции в экономике знаний: новые условия, формы и модели // Конкуренция и монополия: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. – Кемерово, 2019. – С. 60-64.
7. Porter M.E., Kramer M.R. Creating shared value // Harvard Business Review. – 2011. – № 1-2. – Р. 62-77.
8. Жернов Е.Е., Нехода Е.В., Редчикова Н.А. Этические аспекты концепции создания общих ценностей // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 12. – С. 4077–4092. – DOI 10.18334/rp.19.12.39630.

Жигунова Ирина Александровна, студент гр. ОУб-191
Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК

Одним из важнейших секторов экономики и наиболее динамично развивающихся рынков, является рынок пассажирских авиаперевозок, обеспечивающий укрепление экономических, культурных и других связей между регионами.

Авиакомпании – крупные предприятия, как правило, существующие на рынке не один десяток лет. Подобный бизнес требует больших начальных инвестиций, проработанной организационной структуры, четкого понимания пути развития компании в условиях конкурентного рынка [3].

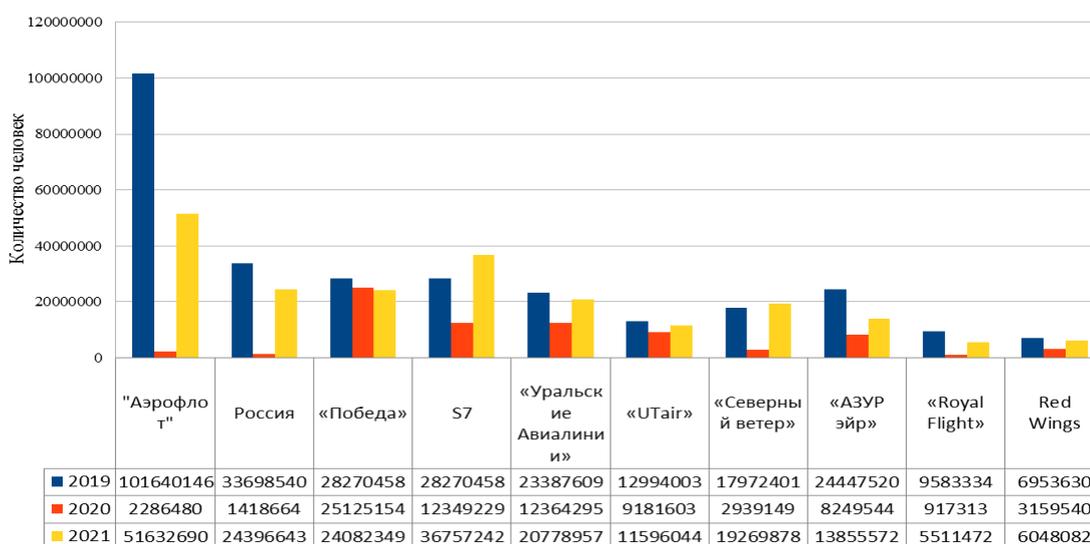
Российский рынок авиационных пассажирских перевозок всё еще находится в стабильном состоянии. Несмотря на присутствие нескольких больших игроков, занимающих финансовые доли рынка, существует еще много компаний поменьше, чье положение не настолько прочное, а марка мало известна [4].

Обобщив опыт российских исследователей в данной сфере, на наш взгляд, оценку конкурентных преимуществ российских авиакомпаний можно провести по следующим параметрам: размеры и состав авиапарка компании, показатели пассажиропотока, уровень сервиса, включая профессионализм персонала авиалиний, от которых зависит комфорт пассажиров [3].

Из 39 действующих в настоящее время на рынке российских авиаперевозчиков, в качестве объектов исследования мы выбрали 10 ведущих авиакомпаний по величине пассажирооборота в 2021 году.

По сравнению с 2020 годом наиболее значительные темпы увеличения пассажирооборота в 2021 году отмечены у авиакомпаний «Победа», «S7 Airlines». Причиной тому послужило частичное снятие ограничений на частные и чартерные авиаперелеты, в связи с улучшениями санитарно-эпидемиологической обстановкой по COVID-2019.

Проанализировав динамику пассажиропотока российских авиакомпаний. За период с 2019 по 2021 год (рисунок 1) можно сделать вывод, что в анализируемом периоде наблюдалась нестабильная динамика данного



показателя указанных авиакомпаний.

Рисунок 1 – Динамика пассажиропотока российских авиакомпаний [3]

Наиболее значительные темпы увеличения количества перевезенных пассажиров в целом за 3 года отмечены у авиакомпаний «Россия» и «S7 Airlines» (2,9 раз), максимальный внутри годовой прирост выявлен у авиакомпании «Аэрофлот» в 2021 году (2,5 раза). У авиакомпании «Победа» происходит снижение пассажиропотока с каждым годом. Также мы наблюдаем, что у всех авиакомпаний в 2020 году наблюдается снижение анализируемого показателя. Причинами такого результата стали ограничения на международные перелеты из-за пандемии COVID – 19, противоэпидемиологические меры внутри страны и режимы самоизоляции.

Проранжируем изменения приведенных показателей у данных авиакомпаний в соотношении ранговых значений от 1-го до 10, для того чтобы выявить наиболее конкурентоспособные авиакомпании (таблица 1).

Таблица 1 – Ранговые значения пассажирооборота и пассажиропотока ТОП-10 авиакомпаний России

Авиакомпания	Пассажирооборот			Пассажиропоток		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
«Аэрофлот»	1	1	7	1	8	1
«Россия»	3	4	3	2	9	4
«Победа»	4	3	2	4	1	3
«S7»	2	2	1	3	3	2
«Уральские авиалинии»	5	5	4	6	2	5
«UTair»	6	6	5	8	4	8
«Северный ветер»	8	7	6	7	7	6
«АЗУР эир»	7	8	8	5	5	7
«Royal Flight»	9	10	10	9	10	10
«Red Wings»	10	9	9	10	6	9

Из данных таблицы 1 видно, что в течение 3-х лет конкурентные преимущества на рынке пассажирских авиаперевозок продемонстрировали авиакомпании «Северный ветер» и «Победа». Это дало возможность по объему пассажирооборота авиакомпании «Победа» подняться с 4-го места в 2019-м году на 2-е место в 2021 году, а «Северный ветер» – с 8-го места на 6-е. Также существенно выросли преимущества у авиакомпании «S7 Airlines» (рост со 2-го до 1-го места) и «UTair» (с 6-го до 5-го). В то же время конкурентные преимущества были утрачены авиакомпаниями «Аэрофлот» и «АЗУР эир», спустившимися в рейтинге (с 1-го на 7-е и с 7-го на 8-е места соответственно). Стоит отметить, что совпадение ранговых значений по обоим показателям в каждом из лет анализируемого периода наблюдалось только у авиакомпании «Аэрофлот».

Ряд авиакомпаний ориентируется на перелеты на ближние расстояния – это «Red Wings» (9-е место по пассажирообороту и 9-е по количеству пассажиров), «Победа» (3-е и 4-е соответственно) и «Royal Flight» (10-е и 10-е), – а, например, такая авиакомпания, как «UTair», наоборот, на пассажироперевозки на дальние расстояния (5-е место по пассажирообороту и 8-е по количеству пассажиров) [2].

Проведем анализ конкурентных преимуществ авиаперевозчиков по ценам на авиабилеты, вариациям предлагаемых тарифов и дат вылета для того, чтобы сделать наиболее точный вывод о конкурентных преимуществах выбранных нами авиакомпаний (таблица 2).

Таблица 2 – Вариации цен и дат вылета ТОП-10 российских перевозчиков

Авиакомпания	Цена, р.	Разброс цен, %	Вариация рейсов в период с 13 по 22 сентября 2022 года	Ранг
«Аэрофлот»	8528-16952	98	3 рейса	10
«Россия»	14881-19846	33	9 рейса	3
«Победа»	8688-12362	42	6 рейсов	4
«S7»	13845-15681	13	11 рейсов	1
«Уральские авиалинии»	13497-25491	88	4 рейса	9
«UTair»	8319-12442	49	7 рейсов	6
«Северный ветер»	6793-8956	31	2 рейса	2
«АЗУР эир»	11265-18547	64	1 рейс	7
«Royal Flight»	15693-23254	48	3 рейса	5
«Red Wings»	17953-30254	68	1 рейс	8

Для сравнения выбран рейс «Москва-Кемерово», который выполняется всеми авиаперевозчиками. Рейс-экономкласса, интервал дат для анализа с 13-го по 22-е августа 2022 года и рассматриваем дату с минимальной ценой авиабилета. По результатам анализа неоспоримые конкурентные преимущества по цене и удобству времени вылета у авиакомпании «S7», а также у авиакомпании «Россия» и «UTair» (исходя из количества совершаемых рейсов). Наименьшие конкурентные преимущества по удобству вылета у авиакомпаний «Аэрофлот» и «Уральские авиалинии» по причине малого числа совершаемых рейсов и невозможности свободного приобретения билетов соответственно.

Таким образом, проведенный анализ показал наличие как сильных, так и слабых сторон практически у каждой из рассматриваемых авиакомпаний.

Значительная доля рынка авиаперевозок и авиапарк авиакомпании «Аэрофлот», длительная история работы на данном рынке, число совершаемых рейсов и география полетов, несомненно, позволяют ей занимать лидерские позиции. Однако среди авиаперевозчиков, входящих в ТОП-10, существуют перспективные компании, имеющие конкурентные преимущества относительно многолетнего лидера. К ним можно отнести: авиакомпании «S7 Airlines» и «Уральские авиалинии» по преимуществам в сфере безопасности полетов; авиакомпании «Nord Wind», «Уральские авиалинии» и «Победа», обладающими ценовыми преимуществами в формировании тарифов по совершаемым рейсам; авиакомпании «Azur Air» и «Royal Flight» с благоприятными для пассажиров условиями сервиса.

В заключении отметим, что оценка конкурентоспособности на рынке авиаперевозок на основе выявления сильных и слабых сторон в сравнении

с аналогичными показателями конкурентов имеет важное значение для каждой авиакомпании независимо от ее положения в рейтинге в целях совершенствования различных аспектов ее деятельности [1].

Список литературы

1. Березуцкая И.С., Оценка финансовых рисков авиакомпаний в условиях ценовой конкуренции на рынке пассажирских авиаперевозок // [Электронный ресурс] // Обозреватель – sites/kemerovo – Режим доступа: https://kemerovo.fas.gov.ru/sites/kemerovo.f.isfb.ru/files/news/2020/10/19/sbornik_kim_2020.pdf [12.09.2022].
2. Федеральное агентство воздушного транспорта [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://favt.gov.ru/dejatelnost-vozdushnye-perevozki-perevozki-passazhirov/> [12.09.2022].
3. Веселова, Е. В. Конкурентоспособность российских авиакомпаний на международных рынках пассажирских авиаперевозок: автофер. дисс... канд. экон. наук. Москва, 2020.
4. Пассажиропоток авиакомпаний России [Электронный ресурс] // Обозреватель – placement/in-flight/passenger-traffic – Режим доступа: <https://www.avia-adv.ru/placement/in-flight/passenger-traffic.htm> [12.09.2022].
5. Airlines Inform [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.airlines-inform.ru/> [12.09.2022].

Зайцева Юлия Александровна, магистрант гр. СУмоз-221
Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВНЕДРЕНИЕ КРІ НА ПРЕДПРИЯТИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность [2].

Конкурентоспособность – как экономическая категория устанавливает роль и место производителя и его взаимоотношения с потребителями на рынке, по поводу установления цен и объемов предложения товаров. Но настоящее время не существует единого определения понятия «конкурентоспособности» [9].

Предприятия АО «Кемеровоспецстрой» [1] – это успешная, стабильно развивающаяся компания, которая занимается: строительством и реконструкцией; благоустройством; производство готовой продукции; лабораторно-строительный контроль [4, 5].

Для повышения конкурентоспособности данного предприятия необходимо будет внедрить КРІ [7, 8].

Итак, KPI (Key Performance Indicators - ключевые индикаторы эффективности) – это количественная оценка эффективности работы сотрудников, продуктивности их деятельности и успешности. KPI позволяет отразить качество работы, как любого отдела, так и отдельно взятого сотрудника. Также, руководитель сможет правильно организовать производственный процесс предприятия: учитывать сильные и слабые стороны, учитывать размер вознаграждение и правильно распределять его. Рассчитать показатели также может и сам сотрудник для того, чтобы продемонстрировать собственные успехи и учесть успехи других сотрудников [3].

Измерить с помощью KPI предприятие может измерить результативность работы, качество процесса работы, смарт – задачи, соблюдения регламента работы, а также KPI должны соответствовать целям компании как ближайшим, так и долгосрочным.

Индикаторы KPI должны отражать 3 уровня эффективности организации:

- личные данные о продуктивности труда каждого работника;
- сведения о производительности отделов, других подразделений;
- результаты деятельности всей компании, позволяющие выяснить необходимость реструктуризации, изменения планов [6].

Единственный недостаток – это большие расходы ресурсов, но для предприятия АО «Кемеровоспецстрой» это не является проблемой, так как предприятие довольно крупное и справится со всеми поставленными задачами.

Такая технология позволит улучшить эффективность деятельности персонала и откроет много новых возможностей в этом направлении.

В организации АО «Кемеровоспецстрой» юристы работают с дебиторской задолженностью, для того чтобы понять какую сумму премии нужно заплатить за работу юристов, рассчитаем KPI в системе оплаты труда и премировании. Используем следующие цели:

Во-первых, обеспечить подачу исковых заявлений по дебиторской задолженности на 50% в месяц. Ключевым показателем является поданные исковые заявления по дебиторской задолженности. Для расчета будем использовать фактическую сумму поданных заявлений и плановую сумму исковых заявлений.

Во-вторых, обеспечить собираемость суммы поступающей дебиторской задолженности в месяц. Ключевым показателем является средняя сумма поступающей дебиторской задолженности за месяц. Для расчета потребуется, фактическая средняя величина поступающей дебиторской задолженности и план средней величины поступающей дебиторской задолженности за месяц [10].

Задача юридического отдела уменьшить количество должников и тем самым снизить сумму дебиторской задолженности. Ключевым показателем будет являться число должников и сумма их дебиторской задолженности в базе данных предприятия. Используется фактическое число за-

должников и сумма их дебиторской задолженности и плановое число задолжников, и сумма их дебиторской задолженности. В таблице 1 представлены ключевые показатели эффективности и вес каждого из них.

Таблица 1 – Ключевые показатели эффективности и вес каждого из них

Показатель эффективности	Вес
КР1(выполнение плана подачи исковых по ДЗ)	50%
КР2 (выполнение плана собираемости суммы поступающей ДЗ)	50%
Процент выполнения показателя	
Выполнение плана менее 80%	0
Выполнение плана менее 80-90%	0,5
Выполнение плана менее 90-100%	1
Выполнение плана свыше 90-100%	1,5

А также, понадобятся данные из отчетных форм предприятия.

В таблице 2 указаны данные работы юридического отдела всего и каждого юриста отдельно.

Таблица 2 – Данные работы юридического отдела

Сотрудник	Подано исковых заявлений по ДЗ за месяц		Сумма поступившей ДЗ за месяц		% выполнение плана п.2 к п.3	% выполнение плана п.4 к п.5
	Отчетная работа	Плановая работа	Отчетная работа, руб.	Плановая работа, руб.		
Всего дебиторская задолженность 1 332 077 000 руб.						
Юрист 1	120	120	4 589 236	5 000 000	100	91,79
Юрист 2	118	120	2 968 587	5 000 000	98,33	59,37
Юрист 3	52	120	3 896 569	5 000 000	43,33	77,93
ВСЕГО	245	360	11 454 392	15 000 000	76,36	

По данным таблицы 2 можно составить итоговую таблицу 3 с расчетами КР1 в системе оплаты труда и премировании.

Таблица 3 – КР1 в системе оплаты труда и премировании

Сотрудник	Оклад	Плановая сумма премии	Факт выполнения за период		Коэффициенты		Сумма премии к начислению	Заработанная плата
			% выполнения плана подачи исковых по ДЗ	% выполнения плана собираемости суммы поступающей ДЗ	выполнение подачи исковых по ДЗ	выполнение собираемости суммы поступающей ДЗ		
Юрист 1	45000	22500	100,00%	91,00%	0,75	0,5	28125	73125

Юрист 2	35000	17500	98,00%	59,00%	0,5	0	8750	43750
Юрист 3	35000	17500	43,00%	77,00%	0	0	0	35000

Таким образом, можно сказать, что юрист 1 выполнил свою работу на 191% из 200%, что говорит о его эффективности работы, и тем самым он сможет увеличить сумму своей премии на 5 625 руб. Юрист 2 выполнил план подачи исковых заявлений на 98%, а план собираемости суммы всего на 59%, что говорит о уменьшении его премии на 8 750 руб., то есть, в 50%. Юрист 3 выполнил свою работу на 120% из 200%, тем самым показал, свою неэффективность работы на протяжении всего месяца. Это говорит о том, что премия в этом месяце выплачиваться не будет, также, можно сделать вывод, что сотрудника стоит уволить, если такой план работы будет продолжаться в каждом месяце.

Как итог, данное мероприятие поможет достигнуть следующего эффекта:

- четко и понятно оценить систему деятельности компании;
- руководитель сможет сократить или увеличить персонал, стимулировать служащих, изменить виды продукции или само производство;
- объективно распределять премию;
- относиться к сотрудникам непредвзято и сообразно их достижениям;
- соотносить результаты труда каждого работника с деятельностью всей компании.

Система КРІ сможет точно и правильно оценить эффективность работы своего персонала, и правильно мотивировать, что позволит предприятию принимать и анализировать решения в выборе направления своего развития, а также стать более конкурентоспособным, зарекомендовать себя как более успешную компанию в Кемеровской области.

Список литературы

1. АО «Кемеровоспецстрой» – Режим доступа: <https://kemerovospecstroy.ru/> (дата обращения: 05.10.2022). – Текст: электронный.
2. Бексултанова А. И. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятия / А. И. Бексултанова, С. А. Аслаханова, М. А. Эскиев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 21 (101). – С. 361-363.

3. Деловая среда // КРІ сотрудников. – Режим доступа: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1091> (дата обращения: 05.10.2022). – Текст: электронный.
4. Дорожжина Н.В., Черепанова А.М. Обоснование эффективности замены дорожно-строительной техники. V Международная научно-практическая конференция «Проблемы строительного производства и управления недвижимостью» 27-28 ноября 2018 г, Кемерово, КузГТУ. С. 194-197.
5. Дорожжина, Н.В., Желнова, Д.Н. Разработка производственной программы дорожно-строительной организации / Н.В. Дорожжина, Д.Н. Желнова // Проблемы строительного производства и управления недвижимостью: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. – Кемерово: ФГБОУ ВО Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т.Ф. Горбачёва. – 2018. – С. 187-194.
6. Комьюнити // Что такое КРІ. – Режим доступа: <https://timeweb.com/ru/community/articles/chto-takoe-kpi-prostymi-slovami/> (дата обращения: 06.10.2022). – Текст: электронный.
7. Малюгин А.Н., Муромцева А.К., Дорожжина Н.В. Определение, сущность и роль факторов квалифицированного труда в формировании заработной платы // Научные исследования и разработки. Экономика. 2020. Т. 8. № 2. С. 54-59.
8. Малюгин А.Н., Третьякова И.Н., Дорожжина Н.В. Актуальные аспекты подготовки конкурентоспособных выпускников высших учебных заведений. // Стандарты и мониторинг в образовании. М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. Т. 7. № 6. С. 18-21.
9. Нурымбетов Р.И. Факторы конкурентоспособности в условиях рынка / Нурымбетов Р.И. – Текст: непосредственный // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 8 (часть 3) – С. 343-347.
10. Чернышов, А.В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А.В. Чернышов, А.Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-практ. конференции с международным участием «Россия молодая», 21-24 апр. 2020 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; – Кемерово. – 2020. – <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2020/RM20/pages/Articles/84636.pdf>.

Золотухин Максим Владимирович, студент гр. ПИБ-211
Скрипко Владислав Евгеньевич, магистр гр. ПЭмз-191
Научный руководитель – Золотухин Владимир Михайлович,
д.ф.н., профессор,
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОНКУРЕНТНОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Социально-экономические, политические и иные процессы в современном мире требуют учета, при их осуществлении, возникновения и воздействия на человека экологических рисков. В связи с этим актуализируются проблемы обеспечения экологической безопасности в сфере деятельности хозяйствующих субъектов в различных сферах экономики, а также минимизации, связанных с ней рисков. Региональные аспекты этого находят свое проявление в конкурентном социально-экономическом, политическом и ином пространстве, имеющих не только позитивные, но и/или негативные тенденции, влияющие на сохранение и воспроизводство человеческого капитала в условиях обострения экологических проблем. Прежде всего, это касается перехода «от локального к системному уровню в решении экологических проблем» [1, С. 32], в рамках которого от индивидуализированных субъектов хозяйственной деятельности внимание переключается на структурные процессы. В связи с этим, в рамках решения конкурентных задач должно быть изменение поведенческих стереотипов как на личностном, так и на уровне национальной идентичности, когда «ценностно окрашенное поведение нередко становится точкой габитусного напряжения: новые нормы безопасности кажутся этически важными и одновременно вызывают протест как навязанные извне, неоправданные, исходящие из некомпетентных источников» [2, С. 110].

Вопросы обеспечения экологической безопасности зависят также от снижения экономических рисков при выборе экологически безопасных технологий и степени их внедрения. Речь идет о степени правомерности использования реально существующих возможностей, при которых выбор определяется теорией альтернативных издержек (opportunity costs) [3, С. 32]. Актуальным это становится в условиях зависимости отечественных предпринимателей от импортных поставок, когда существует востребованность отечественных разработок: доля инновационной продукции, созданной с использованием результатов интеллектуальной деятельности. По мнению главы Роснедр, «одной из основных проблем была и остается зависимость от западного геологоразведочного оборудования. По ряду направлений работ она достигает 70%» [4]. В докладе «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2020 году» подчеркивается, что наибольшая часть отходов на хранении пришла на отрасль

добычи полезных ископаемых [5, С. 264]. Решение этих задач возможно на основе создания конкурентной среды, может способствовать снижению экологических рисков, связанных с внедрением экологически безопасных технологий, в том числе, в сфере внедрения медицинских технологий [5], угольной промышленности [6; 7], обеспечения цифровой безопасности [8], решения социально-демографических проблем, повышения уровня качества жизни [9] и т.д.

Стоит обратить внимание на регламент о санкциях Европейского союза, где предусмотрены (статьи 2 (3) и 2а (3)) семь ограничений. Эти исключения применяются к таким элементам как: к гуманитарным целям, чрезвычайным ситуациям в области здравоохранения, предотвращения или смягчения последствий события, которое может оказать серьезное и значительное воздействие на здоровье и безопасность человека или окружающую среду или в качестве реакции на стихийные бедствия [10]. Как подчеркивают Н. Г. Жаворонкова и Ю. Г. Шпаковский «санкции меняют отношение к «закону» и «законности» для обеих сторон и создают вначале как бы временную, затем длительную, «постоянную» реальность в экономике, политике, праве, социальной жизни, в сфере экологической безопасности» [11, С. 161]. Данная точка зрения позволяет констатировать и осознать то, что, «согласно ГИИ-2022, инновационный потенциал страны используется на 61%». Более того, слабые стороны рисков интенсификации инновационного развития в России «связаны преимущественно с недостаточной зрелостью рамочных условий для инноваций – слабостью институциональной инфраструктуры и неразвитостью законодательной базы в данной сфере. Особенно выделяются субкомпоненты экологической устойчивости (122-е место в ГИИ-2022; – 27 строк относительно ГИИ-2018) и предпринимательской среды (101; – 56), для оценки последней в 2022 г. использовались новые показатели, связанные с политикой в сфере развития бизнеса и предпринимательства» [12].

При осуществлении хозяйственной деятельности существенное значение имеют правовые основания, регулирующие определение вреда окружающей среде, способы и механизмы его компенсации. Речь идет степени законности отраженных в законодательстве положений. Примером может являться то, что на основании ст. 1 «Закона об охране окружающей среде» [13], определяются такие понятия как «качество окружающей среды», «негативное воздействие на окружающую среду», «загрязнение окружающей среды» и «загрязняющее вещество». При оценке воздействия на окружающую среду как недопустимого (негативного) значение имеет способность химических веществ приводить к ухудшению нормативно определенных показателей окружающей среды. В случае, если то или иное химическое вещество не утверждено Правительством на основании ст. 4.1 данного закона, является основанием для невозможности точного установления характера, степени и размера вреда, причиненного объекту окружающей среды, в том числе вреда, причиняемого почве. На основании судеб-

ной практики [14]. «Если государством не установлены нормативы качества загрязняющего вещества, например, нефтепродуктов в почве, то суд учитывает концентрацию этого же вещества в фоновой пробе. Она берется с незагрязненной почвы на земельном участке такого же целевого назначения и вида использования. Но если контролирующий орган ошибся и взял фоновую пробу с неподходящего участка, то причинитель вреда вынужден доказать, что где-то рядом был участок, подходящий для отбора фоновой пробы».

Тем самым основания для обеспечения экологической безопасности являются спорными, не отражающими реально обоснованное возмещение вреда, причиненного окружающей среде и, в конечном итоге здоровью проживающего на конкретной территории населения. К сожалению, на первый план выходят интересы бизнес структур, которые, по выражению М.В. Куликова, на основании «занавеса неведения» (veil of ignorance) Дж. Ролза, при заключении договора его участники «владеют общими знаниями о принципах организации человеческого общества, о законах политики, психологии и экономики. Заключать договор в таких условиях – значит совершать рациональную сделку автономными, то есть независимыми, свободными, не ограниченными какими-либо предварительными обязательствами личностями» [15, С. 57]. В этом случае, говорить о расширении условий и способов реализации добросовестной конкуренции, в том числе в информационном пространстве, не имеет никакого смысла. В противном случае, необходима координация и сотрудничество между хозяйствующими субъектами, которая требует четкой правовой экспликация проблематики ответственности.

Обладая неустойчивостью и неопределенностью конкурентная среда для бизнес-структур, в том числе для малого и среднего предпринимательства [16] должна способствовать решению проблем «озеленения финансов» в аспекте снижения нефинансовые факторов риска, вызванных экологическими и социальными процессами. Решению данных проблем должна способствовать нормативно-правовая база, с одной стороны – ограничивающая деятельность естественных монополий, а с другой – стимулирующих создание и развитие соответствующей среды и технологий. Например, при взаимодействии региональных государственных органов с субъектами естественных монополий, должна обеспечиваться информационная открытость субъектов естественных монополий и, согласно 29.9 [17] равный доступ хозяйствующих субъектов к информации о местах проведения различных технологических работ.

Список литературы

1. Ahamer G. Scenarios of Systemic Transitions in Energy and Economy. Foresight and STI Governance, 2022. – 16 (3). – С. 17-34. – DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.17.34.
2. Тартаковская И. Н. Изменение практик в ситуации пандемии: стратегии совладания с кризисом. Мир России, 2022. – 31 (3). – 96-114.

3. Parkin M. Opportunity cost: A reexamination. *The Journal of Economic Education*, 2016. 47(1), 12-22. <https://doi.org/10.1080/00220485.2015.1106361>.
4. Петров Е. Интервью ТАСС. Глава Роснедр: нет таких полезных ископаемых, которые нельзя найти в России. 13.09.2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rosnedra.gov.ru/article/14661.html?mm=882&ml=271> (дата обращения 10.10.2022).
5. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2020 году. Государственный доклад. – М.: Минприроды России; МГУ имени М.В.Ломоносова, 2021. – 864 с.
6. Богомякова, Е. «Доверяй, но проверяй»: практики заботы о здоровье в условиях цифровизации здравоохранения. *The Journal of Social Policy Studies*, 2022. – 20 (2). – 263-278. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-2-263-278>.
7. Михайлов В.Г., Коряков А.Г., Михайлов Г.С. Управление экологическими рисками в процессе добычи и переработки угля // Физико-технические проблемы разработки полезных ископаемых. – 2015. – № 5. – С. 83–91.
8. Kiseleva T.V., Mikhailov V.G. Management of current environmental costs contributing to reduce eco-economics risks: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2018. С. 012050.
9. Золотухин В.М., Золотухин М. В. Проблемы цифровой безопасности в условиях развития технологий // Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты: сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ (четвертый выпуск) / под ред. В. М. Золотухина, В. Г. Михайлова; КузГТУ – Кемерово, 2022. – 507 с. С. 76-84.
10. Zolotukhin V., Bel'kov A., Stepantsova E., Kozyreva M., Tarasenko A. Demographic and its impact on the ecological consciousness of the population: E3S WEB OF CONFERENCES. 2017. С. 04015.
11. Регламент Совета Европы (ЕС) 2022/328 от 25.02.2022.
12. Жаворонкова Н. Г., Шпаковский Ю. Г. Правовое обеспечение экологической безопасности в условиях влияния внешних экономических санкций // Актуальные проблемы российского права, 2022. – Т. 17. – № 8. – С. 157–169.
13. Глобальный инновационный индекс – 2022. 29.09.2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/777572032.html> (дата обращения 10.10.2022).
14. «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 N 7-ФЗ с изм. и доп. от 26.03.2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru /document/cons_doc_LAW_34823/ (дата обращения 10.10.2022).

15. Постановление от 13 сентября 2019 г. по делу № А81-2716/2018). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kad.arbitr.ru/Card/0d5464e3-e627-4801-aab8-04dc4d6008cf> (дата обращения 10.10.2022).
16. Куликов М. В. Проблемы разграничения принципов справедливости, равенства и законности с позиции их философского анализа. // Вестник Челябинского государственного университета, 2020. – № 8 (442). – С. 56–62.
17. Скрипко К.В., Скрипко В.Е. Соотношение монополии и конкуренции в современной России. / Конкуренция и монополия: сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 20-21 октября 2021 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2021. – 334 с. – С. 242-245.
18. Распоряжение губернатора Кемеровской области – Кузбасса «О внесении изменений в распоряжение Губернатора Кемеровской области – Кузбасса от 12.12.2019 № 118-рг «О внедрении стандарта развития конкуренции в Кемеровской области - Кузбассе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ako.ru/PDF> (дата обращения 10.10.2022).

Иванова Елизавета Александровна, студентка гр. МУБ-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ- ПЛАТФОРМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В условиях жизни двадцать первого столетия, или, по-другому, в условиях процветания разного рода информационных процессов и технологических новаторств, абсолютно не представляется удивительным факт перехода в цифровую форму разного рода общественных отношений, которые происходят как в предпринимательской деятельности, так и в каждом дне человеческого общения.

С каждым днём мы все больше замечаем и сталкиваемся с такой тенденцией как представления на рынке новейших электронных торговых площадок, распространение интернет-сервисов, создание и внедрение искусственного интеллекта, формирование, создание и устойчивость масштабных цифровых платформ, задача которых в первую очередь заключается в том, чтобы собрать и сделать общедоступным информационный материал, объёмы которого в современных условиях, довольно часто являются колоссальными и многие иные и тому подобные ситуации [2].

Вышеописанные цифровые платформы в силу своей сущности являются своеобразными организационными объединениями, у которых присущий им характер является макроединичным, каждая из данного вида

платформа занимает своё принадлежащее ей виртуальное пространство в современной и очень объёмной информационной среде. В силу своей довольно специфичной природы и естества у цифровых платформ существует свой непохожий на все ранее известные способ взаимодействия участников данных платформ между собой, т.е. новейшая экосистема [3, с. 25].

Поскольку наличие цифровых платформ в экономике, как описывалось выше, характеризуется как довольно недавнее новшество в области экономики то именно по этой причине компании, задача которых состоит в том, чтобы обеспечивать полноценную работу подобных технологических платформ, на сегодняшний день являются одним из аспектов антимонопольного регулирования, ибо на сегодняшний день данный вопрос по-прежнему остаётся недостаточно изученным по причине недавнего появления и широкого применения цифровых платформ в Российской Федерации. Соответственно, данная отрасль экономического пространства нашей страны требует наибольшего контроля, нежели другие существующие аспекты антимонопольного регулирования [4, с. 37–38].

Если обратить внимание на перечень вопросов, которые препятствуют и замедляют процесс изучения цифровых платформ в Российской Федерации именно с точки зрения антимонопольного регулирования, то первой сложностью в данной области занимает место такой неоспоримый факт, как недостаточность должного процента и области прозрачности по всем свойственным данному рода платформ параметрам. К ним относятся:

- вопрос о владении данными;
- вопрос использования данных;
- вопрос о полноценном соблюдении прав пользователя.

Данная ситуация оказывает влияние негативного характера на осуществление полноценных, надлежащих и приписанных им нормативных отношений между поставщиками разного рода услуг и товаров, соответствующих той или иной интернет платформе и между потенциальными клиентами, или иначе выразиться, потенциальными покупателями.

На сегодняшний день существуют огромное количество разного рода цифровых платформ, задачи и отрасли которых являются самыми разнообразными и многоплановыми. В их перечень входят поисково-информационные системы (Google, Yandex), платформы электронной торговли (AliExpress, TMall, Europages), образовательные платформы (Яндекс. Практикум, Skysmart), социальные сети (Facebook, Twitter), мессенджеры (WhatsApp, Viber), платёжно-расчётные сервисы (Alibaba, PayPal) и многое другое [4, с. 38].

В Российской Федерации на сегодняшний день без труда отслеживается и оценивается действительно очень высокая активность в использовании цифровых платформ со стороны населения. В первую очередь это обусловлено по-настоящему высокой степенью активности и распространённости среди населения Российской Федерации интернет платформ. Если

обратить внимание на статистику за 2021 год, то показатели данного года выглядят следующим образом:

- число интернет пользователей составляет 124 млн. чел. (85% населения);
- ежемесячная интернет аудитория составляет 84 млн. чел.;
- еженедельная интернет аудитория составляет 82 млн. чел.;
- ежедневная интернет аудитория составляет 75 млн. чел. [5, с. 38].

Полномочия ФАС (Федеральная антимонопольная служба) описаны в ФЗ №135 от 26.07.2006 «О защите конкуренции» во второй статье, которая носит название «Антимонопольное законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты о защите конкуренции» [1].

Масштабные интернет компании, первостепенная задача которых состоит в том, чтобы урегулировать работу и организовывать полноценное функционирование существующих интернет платформ, благодаря возможности получения в свободном доступе большого количества данных о пользователях, располагают в силу своих рабочих обязанностей к настоящему, серьёзной возможности расширить и во много раз приумножить своё влияние во многих аспектах социальной жизни своих интернет пользователей, а также реальный шанс занять главенствующее положение на каком-либо рыночном пространстве виртуального характера. По этой причине ФАС занимаются анализом и наблюдением за действиями различных крупных действующих организаций, в распоряжении которых находятся собственные цифровые платформы для использования. В зависимости от результатов анализа применяются индивидуальные, в зависимости от той или иной ситуации необходимые методы по устранению возможной разрастающейся монополистической ситуации на виртуальном рынке того или иного вида товаров и услуг.

Наглядным подтверждением вышеописанного положения дел является ситуация, которая произошла в мае 2020 года при рассмотрении ходатайства о согласовании сделки о выкупе компанией «Яндекс» такси сервиса «Везёт». Тогда российским антимонопольным органом было установлено, что осуществление сделки приведёт к сужению возможностей среди пользователей выбора водителей такси и пассажиров, что, соответственно в дальнейшем может оказать негативное влияние на конкуренцию в соответствующей категории рынка. Поэтому ФАС пришли к выводу об отказе по отношению к компании «Яндекс» по вопросу о текущем ходатайстве.

На данный момент у ФАС с каждым днём всё больше возрастает внимательность и детальность по отношению к вопросам, которые касаются соблюдения антимонопольного законодательства со стороны разного рода существующих на данный момент в Российской Федерации цифровых организаций.

Подтверждением вышеописанного факта является, например, одно из дел известной рекрутинговой компании ООО «Хэдхантер» которая была признана Российским антимонопольным законодательством компанией,

которая нарушила норму о недопустимой монополистической деятельности в связи с тем, что при использовании принадлежащего этой компании сайта под названием «hh.ru» (цифровая платформа для поиска работы на всей территории Российской Федерации) при заключении договора с пользователем компанией устанавливался запрет на использование пользователями стороннего программного обеспечения при работе с сайтом, а также осуществлялась блокировка субъектов, использующих такое программное обеспечение. В данной ситуации при отсутствии своевременного применения необходимых мер по устранению действующего положения дел со стороны ФАС поспособствовало бы развитию монополистической деятельности в лице компании ООО «Хэдхантер».

Неизбежный процесс перехода экономического пространства из реального мира в виртуальный носит неоспоримый характер. Так же данный процесс является фактическим началом новой истории в отрасли антимонопольного регулирования. В данной ситуации впервые появилась острая необходимость в обеспечении конкурентного развития и цифровых организаций, и защиты прав пользователей, использовавших данные цифровые платформы. Степень необходимости антимонопольного регулирования в данной отрасли совершенно невозможно переоценить и уж тем более недооценить, поскольку качество применяющихся нормативных актов в данной сфере являются определяющими в процессе и конечном результате внедрения цифровых новшеств в отрасли экономической и социальной жизни нашей страны.

На сегодняшний день, несмотря на довольно большой список имеющихся трудностей, ФАС абсолютно полноценно справляется со своей задачей по пресечению развития монополизации в интернет пространстве на территории Российской Федерации.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135 «О защите конкуренции» (ред. от 11.06.2022).
2. Ермакова Е. П. Правовое регулирование цифрового банкинга в России и зарубежных странах (Европейский Союз, США, КНР) / Е. П. Ермакова, Е. Е. Фролова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2019. – № 46. – С. 606–625. – DOI: 10.17072/1995-4190-2019-46-606-625.
3. Карцхия А. А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования / А. А. Карцхия // Гражданское право. – 2019. – № 3. – С. 25–28. – DOI: 10.18572/2070-2140-2019-3- 25-28.
4. Белых В. С. Проблемы совершенствования антимонопольного законодательства в условиях цифровой экономики: спорные вопросы теории и практики / В. С. Белых, К. А. Коньков, М. О. Болобонова // Бизнес, менеджмент, право. – 2020. – № 2 (46). – С. 37–41.

5. Габов А. В. Цифровая платформа как новое правовое явление / А. В. Габов // Пермский юридический альманах. – 2021. – № 4. – С. 38.
6. ФАС России отказала Яндекс в приобретении агрегатов такси группы «Везет». URL: <https://fas.gov.ru/news/29967> (дата обращения: 07.01.2022).
7. Решение Федеральной антимонопольной службы о нарушении антимонопольного законодательства по делу № 11/01/10-9/2019 от 23 января 2020 г. URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i> (дата обращения: 07.01.2022).

Иванова Елизавета Александровна, студентка гр. МУБ-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Существует довольно большое множество различных важных аспектов и условий, которые являются по отношению к друг другу связывающими, необходимыми и незаменимыми звеньями, благодаря которым существует и успешно функционирует финансовый рынок Российской Федерации. Конкуренция представляет собой одно из таких звеньев, поскольку соответствует всем вышеописанным характеристикам.

Финансовый рынок в Российской Федерации представляет собой одну из множества существующих систем экономических отношений, в которой накопление и распределение имеющейся финансовой массы осуществимо благодаря функционированию такого процесса, как движение двойной стоимости между участниками репродуктивных отношений в соответствии с существующими и действующими на данный момент рыночными законами, которые работают только под влиянием ряда необходимых аспектов в виде методов и инструментов регулирования со стороны органов государственной власти и организаций которым необходим для эффективного функционирования такой параметр, как саморегуляция в рабочем процессе [2, с.81].

Для любой финансовой организации факт наличия конкуренции представляет собой в прямом смысле жизненно необходимый элемент для успешной работы и существования на финансовом рынке.

Это объясняется тем положением дел, которое находит отражение при нынешнем этапе развития финансового рынка Российской Федерации, а именно то, что пока на финансовом рынке есть место для существования конкуренции, то все находящиеся на нём разного рода и выполняющие разноплановые и многообразные задачи, и имеющие разного рода ориентиры и нацеленные на индивидуальные результаты предприятия и организации будут настроены на совершенствование, выражающиеся в непрерывном и эффективном развитии, что в конечном итоге хорошо поспособ-

ствуется реализации такого важного для любой организации аспекта , как полное удовлетворение различных потребностей большого количества клиентов или ,иными словами, покупателей [3, с.29].

Факт наличия конкуренции на финансовом рынке характеризует её как некое специфичное, но на сегодняшний день уже далеко не новое и уж тем более не редкое, а, напротив, является длительным по времени и очень распространенным явлением в силу своего масштаба и степени известности.

Если говорить об определении такого понятия, как «конкуренция» то в данном вопросе логично и уместно сослаться на ФЗ № 135«О защите конкуренции» в котором определение конкуренции выглядит следующим образом: «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Даная формулировка рассматриваемого понятия является действительно очень удачной благодаря присущей и характеризующей её точности и понятности.

Несмотря на то, что конкуренция является одним из важных элементов, которые способствуют успешному функционированию и полноценной работе финансового рынка в Российской Федерации, тем не менее данное понятие несколько отличается от всех других существующих понятий в данном вопросе. Это происходит из-за того, что конкуренция на рынке формируется непосредственного благодаря самим участникам рынка. Важность наличия необходимых и незаменимых участников рынка в данном вопросе, совершенно невозможно недооценить или переоценить, поскольку именно благодаря им происходят такие процесса, как зарождение или по-другому, появление конкуренции на финансовом рынке, и как следствие её формирование через некоторое время.

К ним относятся:

- потребители какого-либо из большого числа существующих на данный момент товара/услуги;
- поставщики какого-либо из большого числа существующих на данный момент товара/услуги;
- контрольные и надзорные органы (ФАС, Банк России, а также саморегулируемые организации (СРО) [4, с.224-225].

Если говорить об государственных организациях, которые контролируют степень количества и качества конкуренции на финансовом рынке в Российской Федерации, то самой крупной из них по объёму полномочий и задач является Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Работа ФАС заключается прежде всего в контроле и предотвращении процесса появления монополии и конкуренции нездорового характера среди существую-

щих и действующих на данный момент финансовых организаций на финансовом рынке в Российской Федерации.

Если говорить о таких важных процессах, как формирование конкурентного преимущества одной финансовой организации по сравнению со всеми остальными существующими, и формирование и поддержание отношений финансовой организации с его текущими и в дальнейшей перспективе потенциальными клиентами, то в этой ситуации выбор клиента в пользу той или иной финансовой организации ставит её на уровень выше или же, наоборот, на ступень ниже по сравнению со своими конкурентами, что в дальнейшем приведёт к положительным либо же, возможно, отрицательным последствиям развития и функционирования финансовой организации на финансовом рынке в Российской Федерации по сравнению с большим количеством иных действующих финансовых организаций [5, с.454]. Именно по этой причине любой финансовой организации, в независимости от специфики предоставляемых ею товара или услуги, необходимо на постоянной основе понимать и отслеживать своё место и положение среди конкурентов, постоянно повышать степень клиент ориентированности для того, чтобы минимизировать либо же вовсе избежать возможной ситуации «падения» на финансовом рынке, вероятность которой в современных условиях очень высока.

Следует отметить, что положительное влияние на развитие конкуренции на финансовом рынке Российской Федерации играет факт ежедневного преувеличения у действующих финансовых организаций их деятельности в цифровом пространстве, так как в условиях жизни двадцать первого столетия процесс частичного или даже полного перехода из физического пространства в виртуальное является однозначно правильным решением, поскольку дальнейшее развитие конкуренции между финансовыми организациями в интернет-пространстве позволяет оказывать должное влияние в таком аспекте, как структура финансового рынка, из-за того, что большинство финансовых организаций, которые существуют и функционируют на данный момент, будут всеми силами стараться достичь такой цели как обладание долговременного, а возможно и постоянного занятия лидерского положения в вопросе инноваций в сфере финансового рынка [6, с.38].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что конкуренция действительно является одним из основных и незаменимых рыночных механизмов из множества существующих и функционирующих на данный момент. Поскольку именно благодаря наличию конкуренции на финансовом рынке в Российской Федерации осуществляется его полноценная и постоянная работа, а также должное, непрерывное и своевременное развитие, что положительным образом отражается на экономике нашей страны.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства Российской Федерации от 31 июля 2006 г. № 31 (часть I) ст. 3434.
2. Евлахова Ю. С. Понятие финансового рынка с позиций современной теории финансов // Финансовый журнал. – 2020. – № 3. – С. 81.
3. Эрматов И. И. Взгляды на значение конкуренции в экономическом развитии // Colloquium-journal. – Голопристанський міськрайонний центр зайнятості, 2022. – №. 17 (140). – С. 29.
4. Щербак Е. Н. Правовое регулирование конкуренции на финансовом рынке // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки. – 2022. – Т. 8. – №. 2. – С. 224-225.
5. Портер М.Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2019. – 454 с.
6. Габов А. В. Цифровая платформа как новое правовое явление / А. В. Габов // Пермский юридический альманах. – 2021. – № 4. – С. 38.

Иванова Татьяна Борисовна, д.э.н., профессор
(ВИУ-филиал РАНХиГС, г. Волгоград)

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГИГ-ЭКОНОМИКИ

Развитие цифровой экономики, переход на удаленную работу в условиях пандемии привели к активному развитию технологий, обеспечивающих соединение спроса и предложения рабочей силы на основе платформенной занятости. Биржи фрилансеров стали создаваться практически сразу же с развитием интернета, но последние годы формируются все более разнообразные формы соединения продавцов и покупателей различных товаров и услуг через веб-сайты и мобильные приложения. Появляющиеся в этом случае рабочие места, как правило, являются временными, связанными с выполнением конкретного заказа. Это сектор хозяйственной деятельности получил название гиг-экономики, то есть экономики концертов, в которой работники выполняют работу временно, получая заказы через различные формы интернет – ресурсов [1, с.25].

В настоящее время не разработана достаточная нормативно-правовая база для регулирования хозяйственной деятельности, осуществляемой через платформы. Нормотворчество в этой области ведется по нескольким направлениям: обеспечение социальной защиты лиц платформенной занятости, что выражается в разработке новых инструментов взаимодействия государства с такой относительно недавно появившейся в российской практике категорией налогоплательщиков как самозанятые; введение новых единиц статистических наблюдений [2]. В связи с масштабностью и многообразием развития платформ все большее внимание к их деятельно-

сти проявляет и Федеральная антимонопольная служба России (ФАС России). Обобщим проведенную специалистами ФАС работу.

Работа интернет-платформ стала одним из объектов оценки уровня конкуренции. Так, в 2020 году был опубликован аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынке услуг по оказанию информационного взаимодействия пассажиров и водителей такси (рынок агрегаторов такси) [3]. В ходе исследования было установлено, что данный рынок является высококонцентрированным, представляет собой олигополию, так как еще в 2019 году был представлен преимущественно тремя игроками – Яндекс.Такси, Maxim, группой Fasten CY Limited с брендами «Везет», «Лидер», «Сатурн» и другими, которые и осуществляли ценообразование на рынке пассажироперевозок. Было предложено усилить антимонопольный контроль за экономической концентрацией на рынке агрегаторов такси, обеспечивая недопущение игроками рынка ограничения конкуренции и ущемления прав третьих лиц.

17 февраля 2022 года ФАС России подписала с «1С», «Авито», Aliexpress, Wildberries, VK, Lamoda, Ozon, «Руссофт», «Сбер», «Циан», «Яндекс», Ассоциацией компаний интернет-торговли (АКИТ) меморандум, закрепивший принципы взаимодействия участников цифровых рынков, обсуждение которых было начато в августе 2021 года. В основу взаимодействия цифровых платформ были заложены такие позиции как открытость и свободный доступ к информации о ранжировании различных аспектов деятельности, нейтральность по отношению к стейкхолдерам, самостоятельность пользователей при взаимодействии с платформой, недопущение расширительных и двусмысленных правил работы, обеспечение прав пользователей платформ за счет формирования эффективной обратной связи [4]. Ожидается, что подписавшие меморандум компании будут добровольно ограничивать действия, которые в недавнем прошлом приводили к злоупотреблениям, в результате которых, например, на Booking.com был наложен штраф в 1,3 млрд. руб. за навязывание отелям паритета цен, а с Яндексом заключено мировое соглашение по делу о «колдунщиках», связанного с продвижением платформой в поисковой системе собственных сервисов.

С 2018 года ФАС разрабатывался пятый антимонопольный пакет, который в сентябре 2022 года был внесен после одобрения Правительством РФ на рассмотрение Государственной Думе. Определено, что цифровая платформа – это «программа ЭВМ, которая используется для совершения сделок между продавцами и покупателями и которая обладает определенными признаками. В первую очередь наличием сетевых эффектов, когда через большее количество пользователей эта платформа может оказывать влияние на условия обращения товаров. Второе – требование к доле рынка, которую занимает цифровая платформа, – 35 процентов от общего объема совершаемых сделок на соответствующем товарном рынке. И третий элемент – выручка платформы за год должна составлять не менее

2 миллиардов рублей» [5]. Кроме того, агрегаторы должны будут согласовывать с ФАС сделки на цифровом рынке, превышающие 7 млрд. руб.

В настоящее время расширился круг информации, используемой для оценки уровня цен. Так, 30 сентября 2022 года ФАС России направила запросы о ценах на продукцию армейского назначения не только в сетевые магазины Военторг, Спортмастер, НАККИ, но и маркетплейсам Яндекс, Ozon, Wildberries [6].

Таким образом, проведенный анализ показывает ускоренное развитие антимонопольного регулирования и использования информации аккумулированной цифровыми платформами, которое идет в общем русле нормативных изменений в этой области, разрабатываемых в странах ЕС [7].

В тоже время спектр вопросов, попадающих под регулирование антимонопольных ведомств, начинает, по нашему мнению, расширяться за счет включения в них отношений между платформой и пользователями. Последними являются не только лица, формирующие спрос на предоставляемые платформой услуги, для которых традиционно ведомство контролирует уровень цен, но и работники, использующие её для получения заказов. В настоящее время рассматриваемая тенденция проявляется, прежде всего, на рынке пассажироперевозок. Причинами этого является то, что именно здесь платформенная занятость достигает, как было определено и в аналитическом отчете ФАС России, наибольшей концентрации, а число игроков рынка стремительно сокращается. После ухода с региональных российских рынков большинства еще в начале 2022 года действующих игроков (например, Ситимобил, DiDi), водители такси вынуждены выбирать для работы из нескольких агрегаторов, работающих в условиях олигополии. Меморандум о принципах взаимодействия участников цифровых рынков, пятый антимонопольный пакет позволяют влиять ФАС России на условия работы водителей такси за счет, например, недопущения расширительных и двусмысленных правил работы, обеспечения прав пользователей платформ, в том числе путем подробных ответов на их обращения. Это позволит сделать водителей такси более защищенными по сравнению с правилами их работы в настоящее время, что трансформирует условия их труда.

В настоящее время идет обсуждение: являются ли отношения, формируемые между лицами, предоставляющими услуги через цифровые платформы и самими агрегаторами, трудовыми или они являются новым видом, например, независимый работник, независимый подрядчик, зависимый самозанятый. Участие в организации работы этих лиц антимонопольных служб позволяет говорить о формировании нового типа взаимоотношений, для которых пользователи – это лица, выполняющие по отношению к цифровой платформе различные функции – часть является покупателем, часть – производителями. На каждого из них влияет уровень мо-

нополизации, возникающий в связи с деятельностью цифровых платформ, ограничение которого связано с антимонопольным регулированием.

Обсуждение выявленных изменений конфигурации хозяйственной деятельности в целом и антимонопольного регулирования в частности на «испытательном полигоне» V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» позволит получить взвешенное мнение специалистов по данному вопросу.

Список литературы

1. Taylor M. Good Work: The Taylor Review of Modern Working Practices. L.: Department for Business, Energy and Industrial Strategy, 2016. 116 p.
2. Об утверждении формы федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за использованием цифровых платформ. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 22 августа 2022 года № 583 [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс».
3. Аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынке услуг по оказанию информационного взаимодействия пассажиров и водителей такси (рынок агрегаторов такси), подготовленный ФАС, Управление регулирование связи и информационных технологий, Москва, 25.11 2020 года. [Электронный ресурс] // ФАС. – Режим доступа: fas.gov.ru – [29.09.22].
4. ФАС и крупнейшие российские IT-компании подписали принципы взаимодействия на цифровых рынках. 17.февраля 2022 года [Электронный ресурс] // Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/news/t/652167/?ysclid=18qfecv9u5804187702> – [29.09.22].
5. Шушкина А. Замглавы ФАС разъяснил суть пятого цифрового антимонопольного пакета [Электронный ресурс] // Парламентская газета. 19.09.2022 – Режим доступа: <https://www.pnp.ru/social/zamglavy-fas-razyasnil-sut-pyatogo-cifrovogo-antimonopolnogo-paketa.html?ysclid=18qe9x7ado581168902> – [29.09.22].
6. ФАС запросила у маркетплейсов информацию о ценах на армейскую экипировку [Электронный ресурс] // Прайм. – Режим доступа: https://1prime.ru/state_regulation/20220930/838312628.html – [30.09.22].
7. The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment [Электронный ресурс] // European Commission. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en – [29.09.22].
8. Кудреватых Н.В. Научно-практическая конференция "Конкуренция и монополия": необходимость создания и достигнутые результаты / Н.В. Кудреватых, Н.Е. Кухарская, В.Г. Михайлов // Конкурентное право. – 2022. – № 1. – С. 41-44. – DOI 10.18572/2225-8302-2022-1-41-44. – EDN BYHVFU.

Казанцева Елена Геннадьевна, д.э.н., доцент
(КемГУ, г. Кемерово)

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РЫНКАХ

Рынки фармацевтической продукции оказывают значительное влияние на качество жизни населения и его способность участвовать в системе общественного воспроизводства. Злоупотребление рыночной властью ключевыми игроками может приводить к устранению конкурентов, затруднению входа на рынок новых игроков и, как следствие, к росту цен, искусственному сдерживанию вывода на рынок новых лекарств и их компонентов, вымыванию «дешевого» ассортимента. Высокая социальная значимость производимой продукции, с одной стороны, и широкие возможности для злоупотреблений со стороны производителей – с другой, обуславливают особенности развития конкуренции, а также значимость и масштабы государственного регулирования данных рынков.

Вопросы конкуренции на фармацевтическом рынке исследовали Дж. Стиглиц, С. Авдашева, З. Мамедьяров, А. Шаститко, В. Кондратьев, Е. Пехтерева и др. Проблемы доминирования крупнейших фармацевтических компаний (особенно китайских, действующих на рынке фармацевтических субстанций) являлись предметом обсуждения на высшем уровне в ЕС и США. Китайские компании, действующие при поддержке государства, предлагали выгодные условия, что привело к росту объемов их продаж на рынках многих стран.

Свою роль в ослаблении контроля развитых стран над внутренними фармацевтическими рынками сыграл вынос производства за рубеж и наращивание импорта. Например, в 2021 г. около 87% объемов производства непатентованных лекарств для США были расположены за пределами страны. После падения объема поставок из Китая в период пандемии остро встал вопрос о развитии внутренних фармацевтических производств. Кроме того, предметом обеспокоенности является негативное влияние фармацевтических компаний на благосостояние граждан. Так, в качестве аргумента, используемого при введении указа о содействии конкуренции в американской экономике в 2021 г. было обозначено, что из-за контроля крупнейшими компаниями рынков многих жизненно важных лекарств, американцы платили за них в 2,5 раза больше, чем в других развитых странах, а около 25% американцев не могли позволить приобрести лекарства [1].

Проблема зависимости от зарубежных поставщиков фармацевтических препаратов и субстанций для их изготовления является актуальной и для России. Доля импортной продукции на российском

рынке лекарств составляла в 2021 г. 39% в натуральном и 65% в стоимостном выражении [2]. Рейтинг компаний по стоимостному объему продаж в июле 2022 г. в РФ возглавил Bayer, на втором месте – Stada, на третьем – Servier [3].

Из перечня жизненно важных лекарств по полному циклу в России могут производиться около половины наименований, с учетом осуществления локальных стадий производства – около 80% [2]. В 2021 г. около 80% отечественных препаратов выпускалось на основе сырья из Китая, Индии и ЕС [4]. За первое полугодие 2022 г. в Россию было ввезено активных фармацевтических ингредиентов на сумму 106,4 млрд. руб. (на 3,7% больше аналогичного периода 2021 г.). В натуральном выражении поставки фармацевтических субстанций выросли на 21% [5], что обусловлено увеличением активности отечественных производителей и их желанием создать запасы сырья.

Анализируя показатели концентрации производства фармацевтических субстанций за 2018-2021 гг., можно сделать вывод, что Индекс Херфиндаля-Хиршмана соответствовал низкому уровню рыночной концентрации в 2018 г., в 2019-2021 гг. – умеренному (таблица 1). Количество производителей варьировалось от 25 (2020 г.) до 33 (2021 г.).

Таблица 1 – Количество предприятий и индекс Херфиндаля-Хиршмана по виду экономической деятельности «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, из них фармацевтических субстанций» за 2018–2021 гг. в России [6]

	Количество предприятий-производителей	Индекс Херфиндаля-Хиршмана
2018	31	861,8
2019	29	1346,3
2020	25	1604,9
2021	33	1222,6

Показатели CR-1, CR-3, CR-4, CR-6, CR-8, CR-10, CR-15, CR-20. CR-25 по виду экономической деятельности «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, из них фармацевтических субстанций» за 2018-2021 гг. представлены на рисунке 1. Если описывать общую тенденцию, то в 2019 и 2020 гг. повысились показатели концентрации для всех групп предприятий. В 2021 г. наблюдалась обратная тенденция, свидетельствующая об определенном снижении уровня концентрации.

Зависимость от глобальных фармацевтических рынков требует внимания к изучению особенностей их функционирования и развития на них конкурентных отношений. Продукция, реализуемая на фармацевтических рынках, характеризуется высокой долей интеллектуальной составляющей, длительным периодом разработки и внедрения (около 10 лет), является высокотехнологичной. Вывод на

глобальный рынок новых препаратов часто под силу только крупнейшим компаниям.

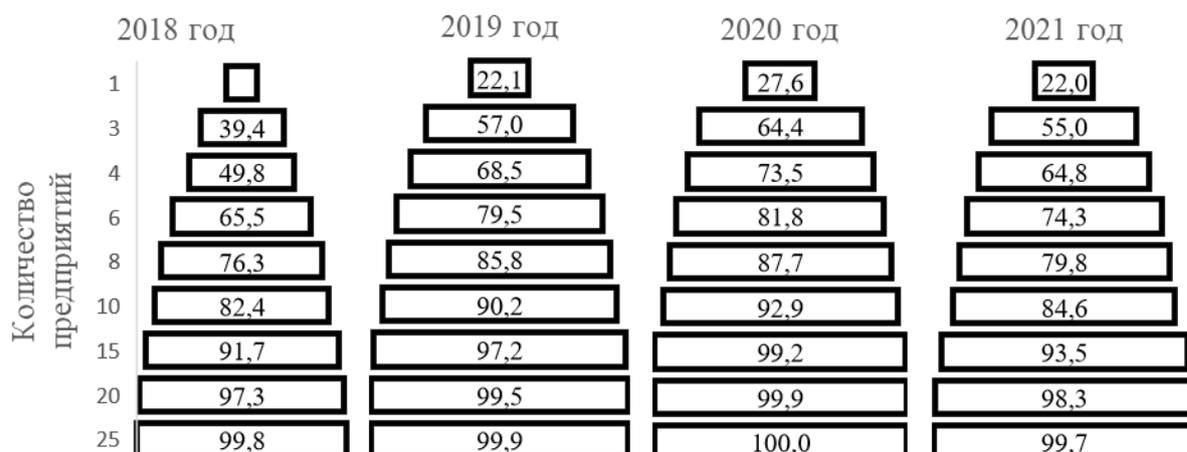


Рисунок 1 – Доля отгруженной продукции, приходящейся на группы крупнейших производителей, в общем объеме отгруженной продукции, по виду экономической деятельности «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, из них фармацевтических субстанций» за 2018–2021 гг. в России [6]

Среди фармацевтических компаний идет ожесточенная конкуренция за выпуск препаратов-блокбастеров, приносящих выше 1 млрд долл. США годовой прибыли. Ожидается, что в 2022 г. ими станут лекарства от рака, диабета, астмы, гипертонии. Следует отметить концентрацию новых разработок в области фармацевтики на проблемах населения развитых стран (рост числа онкологических заболеваний, больных сахарным диабетом, болезнью Альцгеймера, астмой и пр.), лечении орфанных заболеваний, производстве биотех-медикаментов. Эти сегменты являются высокомаржинальными.

К основным участникам глобального фармацевтического рынка относятся: ведущие производители оригинальной фармацевтической продукции (Pfizer, Novartis, Roche, Jonson&Jonson, Sinopharm и др.), ведущие производители фармацевтических субстанций (Dr. Reddy's Laboratories, IMCD и др.), биотехнологические компании (Amgen, CSL и др.), производители дженериков, исследовательские организации, дистрибьюторы.

Пандемия повысила спрос на фармацевтические препараты и медицинские услуги, что привело к росту доходов в секторе здравоохранения в 2020 г. на 15% по сравнению с предыдущим годом, особенно на зарубежных рынках (18%) [7]. Характерным является рост числа слияний и поглощений. Например, в 2019 г. BMS приобрела Celgene. На момент покупки BMS являлась восьмой по величине фармацевтической компанией США, а Celgene занимала девятое место. В 2020 г. произошло поглощение американской биотехнологической группы Alexion

британской фармацевтической группой AstraZeneca's. Компании «большой фармы» часто поглощают и стартапы как с целью обеспечения контроля над разработками, так и с целью недопущения появления новых конкурентов и препаратов. Фармацевтические компании ищут новые способы завоевания рынков. Активно растут продажи через Интернет.

С точки зрения потребителей продукции, наиболее емким является американский рынок. К 2024 г. прогнозируется рост фармацевтического рынка США до 605–635 млрд долл. Вторым по емкости будет рынок Китая с объемом продаж в 142 млрд долл. Объем реализации на пяти ведущих западноевропейских рынках достигнет 210-240 млрд долл. [8].

Для глобальной фармацевтики характерна достаточно высокая степень рыночной концентрации. В 1989 г. доля 10 крупнейших компаний (CR-10) составляла 28,3%, в 2004 – 48,3%, в 2016 – 40%. CR-15 в 2006 г. составил 58,7%, в 2011 – 56,4%, в 2016 – 52,6%. Это означает, что в глобальной фармацевтике есть сложившееся ядро из 15 компаний, которые занимают более половины рынка и множество мелких компаний [9, с. 39].

Принимаемые российским правительством меры по развитию фармацевтики, как ожидается, приведут к росту объемов производства и развитию конкуренции между отечественными производителями. За прошедшие два года уже открыто несколько площадок по производству фармацевтических субстанций в Москве, Санкт-Петербурге, Кургане и Братске. Планируется строительство заводов полного цикла, осуществляющих стадии от выпуска субстанций и готовых лекарственных форм до вторичной упаковки, заводов по синтезу субстанций и производству биотехнологических препаратов и вакцин для лечения онкологических, аутоиммунных, инфекционных и орфанных заболеваний. Примеров по запуску новых производств в российской фармацевтике довольно много.

Учитывая особенности развития глобальных фармацевтических рынков и конкуренции на них, для повышения уровня лекарственного обеспечения препаратами отечественного производства необходимо увеличение инвестиций, в том числе государственных, в развитие как фармацевтики, так и здравоохранения с целью обеспечения стабильного внутреннего спроса. Следует решить вопрос с производством оборудования для фармацевтической промышленности. Производителям следует фокусироваться не только на производстве дженериков, но и на таких перспективных направлениях исследований и разработок в области фармацевтики как иммунология, персонафицированная медицина, онкология, биологические препараты, клеточная и генная терапия.

Список литературы

1. Remarks by President Biden At Signing of An Executive Order Promoting Competition in the American Economy. 09.07.2021. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches->

- remarks/2021/07/09/remarks-by-president-biden-at-signing-of-an-executive-order-promoting-competition-in-the-american-economy/. – [18.08.2022].
2. Мануйлова, А. Субстанциям ищут субституты // Коммерсантъ. – 15.09.2022.
 3. Фармацевтический рынок России. Июль 2022. [Электронный ресурс] // Group DSM. – Режим доступа: https://dsm.ru/docs/analytics/jul_2022.pdf. – [15.09.2022].
 4. Осипов, А. Лекарства пошли по субстанциям / А. Осипов, Х. Аминов // Коммерсантъ. – 21.04.2021.
 5. RNC Pharma представляет информацию относительно активности поставок АФИ в Россию по итогам июня и 1-2 кв. 2022 г. [Электронный ресурс] // RNC Pharma. – 27.07.2022. – Режим доступа: https://rncph.ru/news/27_07_2022 [15.09.2022].
 6. Перечень показателей, характеризующих состояние конкурентной среды. [Электронный ресурс] // Росстат. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/concurent_s.htm [12.09.2022].
 7. World Investment Report 2021. Investing in sustainable recovery [Электронный ресурс] // UNCTAD. – WIR. – 2021. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2021_en.pdf [12.09.2022].
 8. Прожерина, Ю. Тренды мирового фармацевтического рынка в 2021 году // Ремедиум. – 2021. – № 1. – С. 9-11. – DOI 10.21518/1561-5936-2021-1-9-11.
 9. Мамедьяров, З.А. Инновационное развитие мировой фармацевтической отрасли. – М.: ИМЭМО РАН, 2019. – 145 с.

Камынин Константин Владимирович, студент гр. ХОб-191,
Съедина Наталья Валерьевна, к. пед.н., доцент
Яковенко Валентина Константиновна, студент гр. ХОб-191
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРАВОВОЙ СТАТУС БЕЗРАБОТНОГО В РАМКАХ ДЕЙСТВИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Рыночная система хозяйствования подразумевает постоянную трансформацию рынка труда, следствием которой является появление безработных граждан в рамках конкуренции рабочей силы, как востребованного и/или невостребованного товара. Возникновение безработицы, с одной стороны, можно рассматривать как «неизбежное зло» рыночных отношений, но с другой же стороны безработица – есть отличный инструмент для роста квалификации работников, то есть повышения качества такого товара как «рабочая сила». В связи с этим, актуальным являются вопросы кадрового обеспечения предприятий, являющиеся монополистами в той или иной сфере – сохранение и защита персональных данных работников. Последние выступают одним из самых ценных информационных ак-

тивов, от которых зависят морально-психологический климат [1], сбалансированность трудовых отношений [2], минимизация социально-экономических [3], эколого-демографических [4, 5] и иных риски.

На основании ст. 46. 7 Трудового Кодекса РФ «не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с незаконным получением, использованием или разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну» [6]. Раскрытие персональных данных повышает возможность возникновения рисков для работника, как в сфере потери работы, так и невозможности найти новую, удовлетворяющую его интересам и потребностям.

Речь идет о способах и методах формирования рабочей силы на предприятиях как удержания работников, так и их увольнения по каким-либо основаниям. Вопрос стоит не только о степени законности, но и целесообразности использования рабочей силы в данный момент. Например, на основании Трудового Кодекса Российской Федерации и Кодекса труда [7] во Франции, «в случае увольнения за серьезный или грубый проступок работник не имеет права на предупреждение. Считается, что присутствие такого работника в компании представляет угрозу для ее надлежащего функционирования или даже для персонала [8, с. 102].

Статистические данные относительно вопросов безработицы, которые представлены таблица 1 и 2, несмотря на то, что Российская Федерация есть социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Конституция РФ провозгласила право каждого на защиту от безработицы, что подразумевает право каждого гражданина по получению определенных государственных гарантий относительно занятости [9].

Нормативно-правовой акт РФ относительно рассматриваемого вопроса – Закон РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 г. № 1032-1, регламентирует следующие понятия:

Занятость – это деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая, как правило, им заработок, трудовой доход. Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней. При этом в качестве заработка не учитываются выплаты выходного пособия и среднего месячного заработка за период трудоустройства и (или) единовременной компенсации гражданам, уволенным в связи с ликвидацией организации либо прекращением деятельности индивидуальным предпринимателем, сокращением численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя [11].

Таблица 1 – Уровень безработицы населения в возрасте 15 лет и старше по Сибирскому федеральному округу Российской Федерации (в процентах) [10]

	август - октябрь 2021	сентябрь - ноябрь 2021	октябрь - декабрь 2021	ноябрь 2021 - январь 2022
Республика Алтай	10,1	10,2	9,3	8,8
Республика Тыва	11,3	10,5	10,7	12,8
Республика Хакасия	5,0	5,1	4,7	4,2
Алтайский край	4,8	4,8	4,5	4,4
Красноярский край	3,4	3,2	2,9	3,0
Иркутская область	5,2	5,1	4,9	5,0
Кемеровская область	4,8	4,6	4,5	4,2
Новосибирская область	5,5	5,4	6,2	5,6
Омская область	5,7	5,9	6,2	6,5
Томская область	5,5	5,5	5,7	6,6

Таблица 2 – Численность безработных в возрасте 15 лет и старше по Сибирскому федеральному округу Российской Федерации (в тысячах человек) [10]

	август - октябрь 2021	сентябрь- ноябрь 2021	октябрь - декабрь 2021	ноябрь 2021 - ян- варь 2022
Республика Алтай	9,7	9,8	8,8	8,4
Республика Тыва	13,5	12,9	13,5	16,0
Республика Хакасия	13,4	13,7	12,3	10,7
Алтайский край	53,6	53,7	52,1	51,0
Красноярский край	49,5	47,2	41,5	42,8
Иркутская область	60,1	58,4	56,4	58,0
Кемеровская область	61,1	59,8	57,9	53,5
Новосибирская область	78,9	77,2	87,7	78,8
Омская область	58,5	59,9	63,0	64,7
Томская область	29,8	30,1	30,5	34,5

Критерии, изложенные в таблице 3, позволяют отнести граждан к категории «безработный».

Таблица 3 – Критерии отнесения граждан к категории «безработный»

Безработными признаются граждане, которые:	Не являются безработными граждане:
<ul style="list-style-type: none"> • трудоспособны; • не имеют работы и заработка; 	<ul style="list-style-type: none"> • относящиеся к категории занятых; • не достигшие 16-летнего возраста; • которым назначена трудовая пенсия

<ul style="list-style-type: none"> • зарегистрированы в целях поиска подходящей работы; • ищут работу и готовы приступить к ней; • не трудоустроены в течение 10 дней со дня их регистрации в целях поиска подходящей работы. 	<ul style="list-style-type: none"> • по старости, в том числе досрочно, или пенсия за выслугу лет; • отказавшиеся в течение 10 дней со дня их регистрации в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы от двух вариантов; • впервые ищущие работу и при этом не имеющие квалификации и дважды отказавшиеся от профессионального обучения; • не явившиеся без уважительных причин в течение 10 дней со дня их регистрации в целях поиска подходящей работы в органы службы занятости для предложения им подходящей работы; • осужденные по решению суда к исправительным работам либо принудительным работам, а также к наказанию в виде лишения свободы, если данное наказание не назначено условно; • предоставившие документы, содержащие заведомо ложные сведения об отсутствии работы и заработка.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Сделаем акцент на правом статусе безработного гражданина через систему его прав и обязанностей, который представлен в таблице 4 [6].

При невыполнении обязанностей, служба занятости может приостановить выплату стипендии, пособия или сократить его размер.

Одновременное получение пособия по безработице и дохода от трудовой или иной приносящей доход деятельности, пусть даже временной (за исключением заработной платы, получаемой от участия в общественных работах без снятия с учета в качестве безработного) – является мошенничеством и преследуется по закону.

К концу марта 2022 г. в органах службы занятости населения, по данным Роструда, состояли на учете 0,8 млн. не занятых трудовой деятельностью граждан, из них 0,7 млн. человек имели статус безработного, в том числе 0,5 млн. человек получали пособие по безработице [12].

Таблица 4 – Права и обязанности безработного гражданина

Права безработного гражданина	Обязанности безработного гражданина
<ul style="list-style-type: none"> • на получение государственного пособия, увеличенного на районный коэффициент; • на бесплатное медицинское 	<ul style="list-style-type: none"> • не реже двух раз в месяц являться в ЦЗН на перерегистрацию в установленный срок; • информировать центр занято-

<p>освидетельствование при направлении органами службы занятости для прохождения профессионального обучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> • на досрочный выход на пенсию – на 2 года раньше положенного срока; • на участие в общественных работах, которые оплачиваются государством; • на психологическую помощь, профориентацию, профессиональное обучение и переобучение – с выплатой стипендии на период учебы; • на выбор места работы и содействие при переезде в другую местность; • на трудоустройство за рубежом (но искать такую работу безработному придется самостоятельно). 	<p>сти о своем трудоустройстве, о регистрации ИП, обо всех изменениях, если они связаны с его трудоустройством или переездом;</p> <ul style="list-style-type: none"> • в течение 3 рабочих дней являться на собеседования по предложенным вакансиям; • вести самостоятельный активный поиск подходящей работы.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Занятость является неотъемлемым и ключевым элементом воспроизводства совокупной рабочей силы трудоспособного населения, характеризующим доминирующие в обществе социокультурные особенности в повседневной жизнедеятельности. Это связано с тем, что без занятости трудоспособного населения субъективная производительная сила не функционирует как фактор производства, не создает продукт, который идет на воспроизводство труда.

Список литературы

1. Съедина Н.В. Формирование готовности студентов к самоконтролю. // Высшее образование сегодня. 2007. – № 9. – С. 45–47.
2. Золотухин В.М. Толерантность в сфере трудовых отношений. // Вестник Кузбасского государственного технического университета. 2005. – № 4-1 (48). – С. 123–127.
3. Киселева Т.В. О подходах к управлению природоохранной деятельностью предприятия с учетом рисков / Т.В. Киселева, В.Г. Михайлов, Я.С., Михайлова // Экономика и управление инновациями, 2019. – № 3 (10). – С. 62–68.
4. Kiseleva T.V., Mikhailov V.G. Management of current environmental costs contributing to reduce eco-economics risks: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2018. С. 012050.

5. Zolotukhin V., Bel'kov A., Stepan'tsova E., Kozyreva M., Tarasenko A. Demographic and its impact on the ecological consciousness of the population: E3S WEB OF CONFERENCES. 2017. С. 04015.
6. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001. № 197-ФЗ (с изм. и доп. вступ. в силу 25.07.2022) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=421858&dst=100001&demo=2> (дата обращения: 22.09.2022).
7. Le Code du travail) Code du travail. 1 Jan 1970 // URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006072050/> (дата обращения: 22.09.2022).
8. Михальская А. О. Предупреждение об увольнении работника по инициативе работодателя: перспективы адаптации зарубежного опыта в России // Актуальные проблемы российского права. – 2022. –Т. 17. – № 7. – С. 99–108. – DOI: 10.17803/1994-1471.2022.140.7.099-108.
9. Конституция Российской Федерации: принята всенародным референдумом 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // Собрание Законодательства РФ. – 04.08.2014. – № 31. – ст. 4398.
10. Федеральная служба государственной статистики. Трудовые ресурсы, занятость, безработица [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 22.09.2022).
11. Закон РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 г. № 1032-1 (в ред. от 19.11.2021 г.) // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации от 2 мая 1991 г. – № 18 – ст. 566.
12. Федеральная служба государственной статистики. Социально-экономическое положение России январь-март 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-03-2022.pdf> (дата обращения: 22.09.2022).

Камышникова Наталья Олеговна, аспирант
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ–КУЗБАССА

Развитие конкуренции, а более того, развитие добросовестной конкуренции на товарных рынках стимулирует участников рынка развиваться, открывать новые возможности, а также позволяет гражданам выбирать подходящий им товар, работу или услугу. В связи с тем, что развитие конкуренции играет ключевую роль в развитии регионов и страны в целом, то существуют стандарты развитие конкуренции на товарных рынках, которые утверждены в регионах Сибирского федерального округа (СФО).

Не территории Кемеровской области-Кузбасса в соответствии со «Стандартом развития конкуренции в Кемеровской области – Кузбассе» [1], четыре товарных рынка непосредственно связаны с АПК. Такое состояние подтверждает, что вопрос повышения конкуренции АПК является приоритетной задачей. Кроме того, эти же рынки являются приоритетными с точки зрения содействия развитию конкуренции на них и в других регионах Сибирского федерального округа [2,3].

Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции является одной из важных частей, обеспечивающих конкурентоспособность АПК региона. Для того, чтобы были равные условия для всех участников рынка, в нашей стране действует антимонопольное законодательство. В настоящий момент антимонопольные службы активно развивают деятельность по адвокатированию конкуренции.

«Адвокатиование конкуренции, т.е. пропаганда конкуренции подразумевает использование коммуникативных связей с органами государственной власти, а также с любыми другими структурами, например, с общественными организациями, компаниями, учебными заведениями и другое. С помощью механизмов адвокатиования конкуренции стараются разъяснить ту или иную норму законодательства, обосновать законность или незаконность действий на рынке на примере конкретных компаний, предупредить участников рынка о возможных негативных последствиях для общества и государства в целом в результате противоправных действий» [4].

В целом можно сделать вывод, что адвокатиование конкуренции – это направление антимонопольной политики, основная задача которого вести разъяснительную работу и информирует участников рынка о новшествах действующего законодательства, тем самым это не только повышает знания, но и дает возможность участникам рынка использовать действующие сегодня инструменты для достижения цели [5].

Федеральный закон «О защите конкуренции» определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения: монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; недопущения, ограничения, устранения конкуренции органами исполнительной власти, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации. Целями данного закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков [5].

Для оценки потенциала по развитию конкуренции на товарных рынках, связанных с АПК следует провести анализ динамики и структуры производства сельскохозяйственной продукции в Кемеровской области – Кузбассе в сравнении с другими регионами СФО.

В 2020 г. в целом по России продукция сельского хозяйства состави-

ла 6468,83 млрд. руб., на СФО приходится порядка 10% от этого объема (673 млрд. руб.), СФО находится на 4 месте по России. Индекс производства продукции сельского хозяйства в целом в России составляет 101,3%, в СФО – 102% (рисунок) [6].

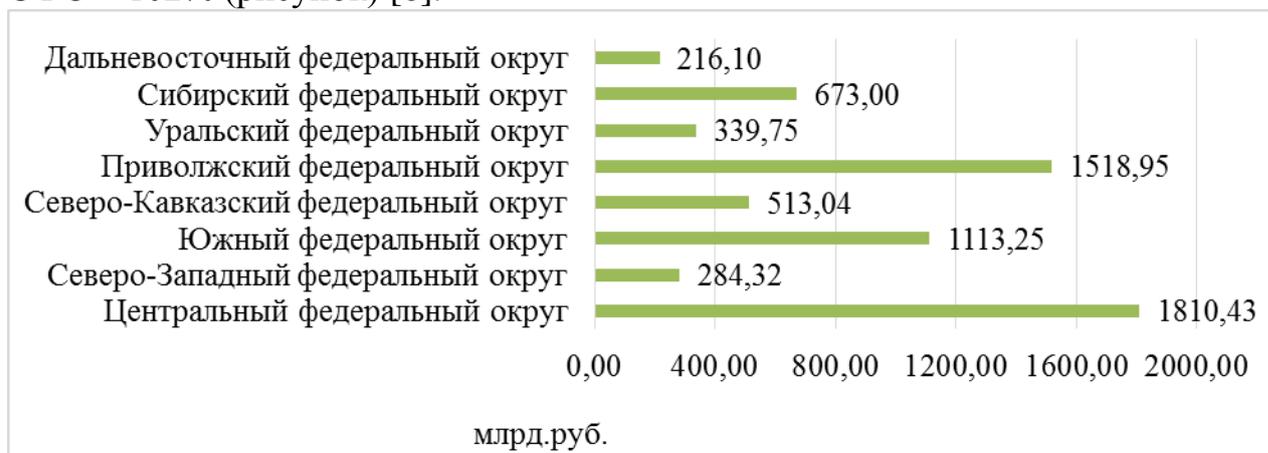


Рисунок 1 – Динамика продукции сельского хозяйства по округам РФ в 2020 г. (Составлено автором по данным [6])

В Кемеровской области–Кузбассе объем продукции сельского хозяйства в 2020 г. составил 60,59 млрд. руб., а индекс производства сельского хозяйства 106,7%, что говорит о том, что стоимость и объем производства увеличился на 6,7%. Больше всего произведено продукции сельского хозяйства в Алтайском крае, а именно 163,23 млрд. руб., но при этом в данном регионе самый низких индексов производства сельского хозяйства – 96,7%. Следует отметить, что объем производства продукции сельского хозяйства у Новосибирской области составил 106,3 млрд. руб., а индекс производства –102,4%. Самый высокий индекс производства сельского хозяйства у Красноярского края (108,1%), но при этом по объему продукции сельского хозяйства этот регион (105,97 млрд. руб.) находится на 3 месте среди регионов СФО. Кемеровская область–Кузбасс находится лишь на 6 месте, при этом продукция сельского хозяйства увеличивается [6], такое положение обусловлено спецификой региона и для дальнейшего повышения конкурентоспособности необходима разработка комплекса мер, которые позволят обеспечить конкурентоспособность продукции.

Таким образом, исследование вопросов оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции является стратегически важной задачей для отдельного региона и страны в целом. Для дальнейшей разработки концептуальных подходов к вопросам развития АПК региона на инновационной основе требуется системный анализ и детальная оценка положения АПК, базирующийся на учете специфики промышленных регионов.

Такой подход позволит усовершенствовать механизм развития АПК промышленных регионов и обеспечить его конкурентоспособность, как

следствие сельскохозяйственная продукция будет конкурентоспособна по цене и по качеству.

Список литературы

1. О внедрении стандарта развития конкуренции в Кемеровской области – Кузбассе: Распоряжение губернатора Кемеровской области-Кузбасса от 12.12.2019 № 118-рг. – Текст: электронный. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/561633681> (дата обращения: 03.08.2022.).
2. Стадник А.Т., Шелковников С.А., Лубкова Э.М. Развитие конкуренции на товарных рынках, связанных с АПК, в регионах СФО // Экономика сельского хозяйства России – 2020 – № 6 – С. 86-90.
3. Шелковников С.А., Лубкова Э.М., Шилова А.Э. Особенности развития сельского хозяйства промышленных регионов сибирского федерального округа // Экономика сельского хозяйства России – 2019 – № 10 – С. 20-26.
4. Камышникова Н.О. Адвокатирование конкуренции как элемент конкурентной политики в Кемеровской области // Россия молодая: Сборник материалов XIII Всерос. научно-практической конференции с международным участием, 20-24 апр. 2021 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; редкол.: К. С. Костиков (отв. ред.) [и др.]. – Кемерово, 2021. URL: <https://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2021/RM21/index.htm>.
5. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 11.06.2022) // Собрание законодательства Российской Федерации – 31.07.2006. – № 31 (часть I). – ст. 3434.
6. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели 2021 // [сайт] URL: https://gks.ru/bgd/regl/b21_14p/Main.htm (дата посещения: 03.09.2022г.).

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
Аджикова Алтынай Султахановна, к.э.н., доцент
Школьникова Нина Николаевна, к.э.н., доцент
(СКГА, г. Черкесск)

УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ В ДЕНЕЖНО – КРЕДИТНОЙ СФЕРЕ

Денежно-кредитная сфера оказывает весьма существенное влияние на современное состояние и стратегические перспективы развития экономики, темпы экономического роста, инвестиционную деятельность и эффективность производства, занятость и качество жизни населения, внешнеэкономическую деятельность.

Денежно-кредитная политика является частью экономической политики государства и играет важную роль в обеспечении и повышении его экономической безопасности. Банк России формирует и реализует мероприятия денежно-кредитной политики для обеспечения их влияния на воспроизводственный процесс. Реализация денежно-кредитной политики позволяет осуществлять регулирование экономического роста, занятости населения, оказывать воздействие на повышение эффективности производства и решать другие стратегические задачи.

В настоящее время в условиях глобализации наблюдается рост денежных потоков и секторов финансовых рынков. Это приводит к повышению взаимосвязей и взаимной зависимости экономик стран мира. Данные процессы способствуют повышению рискованности проведения денежно – кредитных операций. В условиях финансовой неопределенности все развитые страны мира активно применяют комплекс мер по предупреждению наступления экономических кризисов [1, с.233].

Государственные регуляторы, в частности Центральный банк, выступают непосредственными участниками и исполнителями финансовой системы, обеспечивая ее устойчивость, стабильность функционирования ее ключевых подсистем (денежной, кредитной, платежной и др.) [2, с.14].

Денежно – кредитная политика через воздействие на финансовый сектор может оказывать воздействие на риски в экономике, включая финансовую сферу. Минимизация таких рисков является главной целью политики по поддержанию финансовой стабильности.

Представляется целесообразным организовать постоянный мониторинг индикаторов экономической безопасности Российской Федерации. Очевидно, это будет содействовать защите национальных интересов государства в экономической сфере. Механизм мониторинга включает осуществление комплекса действий. В первую очередь, в процессе мониторинга производится отбор наиболее острых проблем социально – экономического развития, которые можно отнести к реальным угрозам национальной безопасности. В связи с этим, требуется периодическая корректировка экономической политики государства.

Мониторинг индикаторов экономической безопасности России можно проводить с помощью таблицы, где осуществляется сопоставление отчетных показателей с пороговыми значениями. Целевые индикаторы характеризуют основные приоритеты экономической политики государства и национальные интересы в экономической сфере. Сравнительный анализ показателей развития денежно – кредитной сферы на основе данных Росстата за 2019 – 2021 гг. показан в таблице 1.

Таблица 1 – Соотношение отчетных показателей развития денежно – кредитной сферы РФ с пороговыми значениями* экономической безопасности государства [3, 6]

Показатели	Пороговые	Фактические данные
------------	-----------	--------------------

	значения	2019	2020	2021
<i>В денежно-финансовой сфере</i>				
1.Золотовалютные резервы (млрд. долл.)	250	554,4	595,8	630,6
2.Уровень инфляции, %	4	3,0	4,9	8,4
3.Уровень монетизации экономики (денежная масса М2 на конец года в % к ВВП)	50-70	43,1	48,3	44,8
4.Дефицит (-), профицит (+) федерального бюджета, в % к ВВП	- 3	+1,8	- 0,04	+0,8
5.Соотношение суммы государственного внешнего и внутреннего долга, в % к ВВП	60	29	32	27

* предложены Институтом экономики РАН

Предельные значения в таблице 1 по некоторым показателям показаны в диапазоне, где нижний уровень означает отчетный период, а верхний – перспективный. Сумма золотовалютных активов Российской Федерации стабильно растет, начиная с 2016г. В 2021г. резервы составили более 600 млрд. долл. После начала военной специальной операции России на Украине по инициативе США примерно половина резервов была заморожена, однако руководство ЦБ РФ будет оспаривать данные действия и готовит судебные иски.

Недостаточная монетизация экономики, то есть, неполная насыщенность национальной экономики ликвидными активами, формирует нехватку финансовых ресурсов для развития и повышает вероятность банковского кризиса. Монетизация экономики (М2 в % к ВВП) в 2021 г. достигла 44,8% к ВВП, что, примерно соответствует нижнему уровню рекомендуемого диапазона. Тем не менее по сравнению с аналогичными показателями развитых стран (80-100% к ВВП) уровень монетизации экономики очень мал. Невысокий уровень денежной массы не дает возможности экономике нормально функционировать. Незначительный уровень монетизации экономики помимо недостатка средств для развития дает низкую ликвидность банков, что может спровоцировать банковский кризис. Сбалансированность бюджета – важная характеристика экономической безопасности государства.

Дефицит и профицит бюджета тесно связан с уровнем монетизации. Достижение бездефицитного бюджета на фоне снижения инфляции осуществляется путем торможения монетизации экономики, что способствует росту угроз экономической безопасности. Следовательно, необходимо по результатам мониторинга корректировать денежно – кредитную политику Банка России и разрабатывать комплекс эффективных мероприятий по оздоровлению финансового рынка России.

Важно подчеркнуть, что система мониторинга рисков и угроз экономической безопасности на макроуровне специфична и во многом различается от соответствующей системы мониторинга на микроуровне (в отраслевом

и корпоративном аспектах). Она значительно сложнее по устройству, совокупности контролируемых параметров, инфраструктуре [7, с.83].

Организация мониторинга экономической безопасности на субфедеральном (региональном) уровне предполагает формирование особой системы региональных показателей и предельных значений экономической безопасности. Следует учесть, что состав и, главное, количественные параметры должны учитывать специфические черты отраслевой структуры экономики субъектов Российской Федерации и актуальные угрозы экономической безопасности данной территории.

Произвести отбор оптимальной концепции денежно-кредитной политики с целью повышения экономической безопасности на современном этапе в России весьма сложно. Это объясняется тем, что, с одной стороны, необходимо использование кредитной рестрикции, предполагающей сокращение денежной массы в силу существенного влияния инфляционных факторов, а с другой, актуальной является и проведение политики кредитной экспансии, так как необходимы инвестиции в экономику. В связи с этим денежно-кредитная политика должна сочетаться с гибкой бюджетной, налоговой и структурной политикой государства.

Эффективность реализуемой денежно-кредитной политики нужно оценивать исходя из эффективности используемых инструментов. Применение различных инструментов регулирования, их соответствие экономической конъюнктуре, разумная мера их применения и гибкое сочетание дают возможность быстро достигать намеченных результатов и обеспечивать реализацию эффективной денежно-кредитной политики.

Следовательно, механизм обеспечения экономической безопасности с помощью денежно-кредитной политики – достаточно сложен. Конечные цели денежно-кредитной политики непосредственно связаны с задачами экономической политики в целом и представляют собой поддержание стабильности цен, стоимости национальной валюты на внутреннем и внешних рынках, сдерживание инфляционных процессов. *Центральный Банк РФ при принятии управленческих решений для достижения цели по инфляции на среднесрочном временном горизонте, учитывая распределенный во времени характер действия денежно-кредитной политики на экономику страны, исходит из макроэкономического прогноза, основанного на анализе широкого круга информации и оценки рисков, а также учитывает возможные риски для устойчивости экономического роста и финансовой стабильности.*

Список литературы

1. Лалиев, Р.Э. Денежно-кредитные отношения в системе государственного регулирования экономики / Р.Э. Лалиев // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020.-Т.9. - №3(32). – С.233-236.

2. Карпунин, В.И., Новашина Т.С. Денежно-кредитная политика России как фактор обеспечения ее безопасности. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019; (6):11-20.
3. Сенчагов, В. К. Структура механизма современного мониторинга экономической безопасности России / Сенчагов В. К., Иванов Е. А. – М.: Институт экономики РАН, 2016. – 71 с.: ил. ; 30 см. – (Научные доклады Института экономики РАН / Рос. Акад. Наук, Ин-т экономики).
4. Российский статистический ежегодник. 2021: Стат.сб./Росстат. – М., 2021 – 692 с.
5. Российский статистический ежегодник. 2020: Стат.сб./Росстат. - М., 2020 – 700 с.
6. Статистический бюллетень Банка России. – 2021. – № 12. – 327 с.
7. Старовойтов, В.Г., Сильвестров С.Н., Трошин Д.В., Селиванов А.И., Лапенкова Н.В. – Проблемы мониторинга и оценки состояния экономической безопасности Российской Федерации // Вопросы безопасности. – 2020. – № 3. – С. 76-87 DOI: 10.25136/2409-7543.2020.3.33676 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33676.

Качанова Арина Игоревна, Черкасова Екатерина Вячеславовна,
магистранты гр. ФКмз-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ-ЗАЕМЩИКА

Процесс определения кредитоспособности предприятия очень трудоёмкий. Каждый банк разрабатывает собственные методики выявления положения заёмщика, то есть определяет способность или неспособность расплатиться по долгам на данный промежуток времени. Применяемые сегодня методы имеют многочисленные различия, но все они, в конечном счёте, приводят к одной цели – это определение уровня кредитоспособности заёмщика. Существующие сегодня подходы к теоретическим основам понятия «кредитоспособность» позволяет сделать вывод, что единого понимания сегодня нет.

В работе Любушина Н.П. под кредитоспособностью (оплатностью) понимается «имеющаяся у организации возможность погашать свои обязательства за счет активов» [5]. Таким образом, уточняется, что кредитоспособность оценивается на основе показателей финансового состояния, а именно ликвидности и платежеспособности.

В исследовании Горячевой О.П. – Конева О.В. отмечается, что «кредитоспособность банковских клиентов – финансово-хозяйственное состояние предприятия, которое дает уверенность в использовании заемных средств, способность и готовность заемщика вернуть кредит в соответ-

ствии с условиями договора» [2]. Данное определение не связывает кредитоспособность непосредственно с возможностью получения или погашения кредита. А именно с тем состоянием, когда организация сможет платить по своим долгам или нет. Потому что банк просчитывает финансовые риски и кредитует в том числе «молодые» организации, которые только начали свой финансовый путь.

Финансовое состояние определяется способностью экономического субъекта «финансировать свою деятельность, обеспечивать финансовую устойчивость, платежеспособность и инвестиционную привлекательность с учетом своей институциональной специфики» [4]. Система показателей финансового состояния обеспечивает оценку категорий. Основные показатели – это показатели ликвидности и платежеспособности, показатели деловой активности (оборачиваемости), показатели рентабельности, показатели финансовой устойчивости. В свою очередь, кредитоспособность опирается на анализ финансового состояния для вынесения решения о способности заемщика расплатиться по кредиту.

Лаврушин О.И. отделяет понятие кредитоспособности от платежеспособности – одного из основных показателей в системе финансового состояния заемщика. «В отличие от платежеспособности, кредитоспособность не фиксирует неплатежи за истекший период или на какую-то дату, а прогнозирует способность к погашению долга на ближайшую перспективу» [3], а платежеспособность оценивается только на отчетную дату и прошлый период. На наш взгляд в банковском анализе все иначе, так как полноценный банковский анализ кредитоспособности рассматривается и как две противоположные даты одного периода, так и смежные даты к ним. Все это дает возможность увидеть полную картину и как следствие принят решение с учетом сложившейся ситуации.

Другим важным отличием между кредито- и платежеспособностью является то, что при анализе кредитоспособности изучаются не только количественные, но и качественные характеристики организации. И, помимо анализа финансово-хозяйственного состояния заемщика, при оценке кредитоспособности исследуется конкретная кредитная операция, то есть возможность эффективного использования заемных средств. Данные отличия приведены в работе К. Сальникова [7]. Таким образом, по мнению авторов, банки берут на себя ответственность и в прошлом за компании, которые имели пробелы в оплате кредитов. Все зависит от того, какая учетная политика принимается в банке, на какую категорию заемщиков и на какую деятельность он опирается в первую очередь. Кроме того, особенности ведения операций сами банками также является дискуссионным вопросом [8].

Наиболее точную и полную картину о кредитоспособности предприятия можно показать с помощью финансово-хозяйственного анализа и изучения репутации организации. У большинства банков схожие

факторы, влияющие на кредитоспособность, которые используют кредитные аналитики в своей практике.

На определение кредитоспособности предприятия влияют не только финансовые показатели организации, но и, так называемые, вторичные факторы кредитоспособности (таблица). Например, передаваемое в залог обеспечение является дополнительной количественной характеристикой, а кредитная история – качественной оценкой предприятия. Так, залог необходим для погашения кредита в том случае, если заёмщик будет не в состоянии погасить его денежными средствами. В свою очередь кредитная история предприятия, помогает банку оценить и понять, как заемщик ранее погашал кредиты и займы, были ли задержки в уплате основного долга и процентов.

На основе представленных факторов формируется универсальная система оценки кредитоспособности, которая представляет собой базу для определения общепринятых и инновационных моделей.

Таким образом, оценка кредитоспособности предприятия является снижающим внешние и внутренние риски фактором не только для кредитных организаций, но и для заемщика-предприятия. Именно оценка кредитоспособности дает возможность определить потенциальные возможности при определенном уровне займа, при минимальном риске просрочки платежей.

Таблица 1 – Факторы, влияющие на кредитоспособность предприятия

Наименование факторов, влияющих на кредитоспособность	Содержание факторов, влияющих на кредитоспособность
Финансовое состояние предприятия (на момент подачи заявки)	Расчёт финансовых показателей организации (платёжеспособность, ликвидность, рентабельность, оборачиваемость и т.д.)
Экономические возможности погашения кредита	Наличие необходимых активов, способность привлечь дополнительные средства (займы, выпуск ценных бумаг, эмиссия акций)
Юридические условия	Правоспособность, дееспособность, правовые риски
Намерения заёмщика вернуть кредит	Репутация, добросовестность, кредитная история
Обеспечение кредита	Залог, гарантии, поручительство, страхование
Вероятность банкротства	Использование различных методик по прогнозированию банкротства предприятия
Конкурентоспособное положение	Период деятельности предприятия, вид реализуемой продукции, доля на рынке, производ-

	ственная стабильность, конкуренты
Руководство	Стратегия, надежность, опыт, планирование и средства контроля
Среда окружения	Экономическая, политическая, техническая, юридическая
Анализ отрасли	Барьеры вхождения, возможности покупателей и поставщиков
Стратегия	Товарная, маркетинговая, производственная, финансовая

*Составлено авторами по данным [1,6]

Список литературы

1. Абрамян Г.А. Методология оценки кредитоспособности хозяйствующих субъектов, относимых к малому и среднему предпринимательству / Г.А. Абрамян // Вопросы экономики и управления. – 2015. – № 2 (2). – С. 50-56.
2. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Валенцева [и др.]; под ред. О.И. Лаврушина. – Москва: – КНОРУС, 2019. – 768 с.
3. Горячева О.П. Бухгалтерский учет кредитов и займов, аудит кредитоспособности организаций: учебное пособие / О.П. Горячева, О.В. Конева; Красноярский государственный торгово-экономический институт. – Красноярск, 2010. – 138 с.
4. Заболоцкая В.В. Методология оценки кредитоспособности субъектов малого предпринимательства в коммерческом банке на основе теории нечетких множеств / В.В. Заболоцкая // Финансы и кредит. – 2015. – № 47. – С. 28-43.
5. Любушин Н.П. Экономический анализ: учебник для студентов вузов / Н.П. Любушин. – Москва: – ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 575 с.
6. Суравенкова Е.И. Факторы кредитоспособности / Е.И. Суравенкова // Вестник КГУ имени Н.А. Некрасова. – 2006. – № 4. – С. 71-73.
7. Черненко А.Ф., Илышева Н.Н., Башарина А.В. Финансовое положение и эффективность использования ресурсов предприятия: монография / А. Ф. Черненко, Н. Н. Илышева, А. В. Башарина. – Москва: – ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 208 с.
8. Lubkova E.M., Shilova A.E., Ermolaeva G.S. New Reality of the Banking market: E-Banking and M-Banking (the Russia case study) / E.M. Lubkova, A.E. Shilova, G.S. Ermolaeva. – 2019. – № 2 (40). – С. 574-582.

Кононов Нюргун Родионович, студент гр. МЕН18-3
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ КОМПАНИИ В КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ

С увеличением разнообразия экономических процессов вопрос о выборе методик анализа эффективности инвестиционных проектов становится все более актуальным. Грамотные шаги управленца возложены в основу принятия решения по оценке эффективности инвестиционного проекта и его отбору. Чтобы получить полное представление о проекте, потенциале его роста, оптимальности процессов на разных уровнях структуры и т. д., необходимо учитывать объем требуемых инвестиций [1].

Проверка эффективности инвестпроекта и взаимодействие участников в процессе инвестиций — это то, что входит в анализ инвестпроекта, поэтому так важно не только не заикливаться на традиционных методиках анализа и определении результатов проекта, но и расширять междисциплинарный подход, так как благодаря этому расширится взаимодействие вне институциональных рамок обособленных проектов, что приведет к новым возможностям анализа инвестиционных проектов.

С точки зрения эффективности этот факт означает, что необходимо учитывать и измерять не только экономическую эффективность, но и экономическую (социальную) эффективность. Существует множество способов оценки эффективности инвестиционного проекта как внутри страны, так и за рубежом [2].

Понятие инвестиционного проекта же закреплено в ФЗ РФ от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» и определено как «обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством РФ и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план)» [3].

Методы оценки эффективности можно поделить на следующие категории: отечественные и зарубежные (см. рисунок 1). Создание и использование на практике того или иного метода больше всего зависит от особенностей испытываемых экономических субъектов, реализующих и поддерживающих инвестиционный проект, а также от их общей окружающей социально-экономической среды.

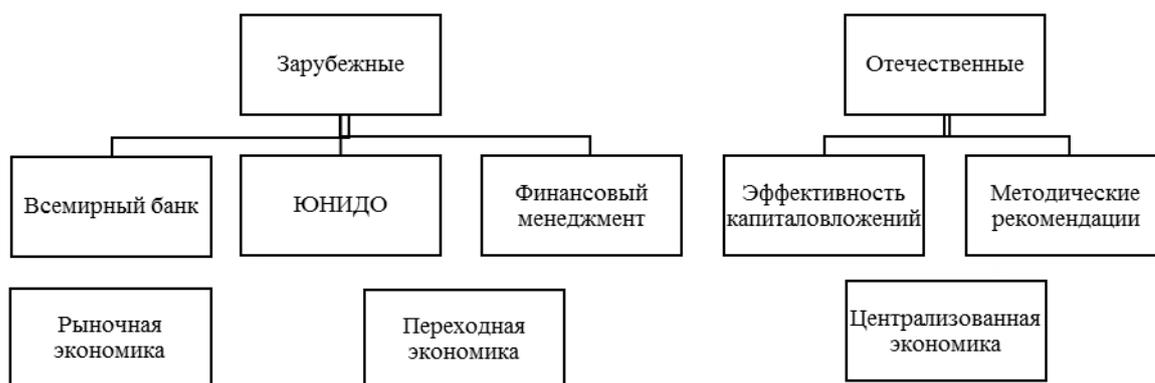


Рисунок 1 – Методы оценки эффективности инвестиционных проектов [4]

Таких методов множество, и они соответствуют разным экономическим институтам и их позициям на финансовых рынках. Это не означает, что не существует общепринятого метода анализа проектов. Поэтому обоснование оценки инвестиционных проектов часто кроется в курсах финансового менеджмента и специализированных базовых курсах.

Важное значение имеют методики проектного анализа, разработанные международными финансовыми организациями.

Данные методики разрабатывались в рамках международных организаций, которые ставили целью соответствие конкретным ориентирам и задачам, ускоряющие рост экономики в мировой экономической системе. Их разрабатывали Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), использующая подробный анализ проектов и более детально рассматривающая проблемы развивающихся стран и Европейский банк реконструкции и развития, фокусирующийся на развитии малого бизнеса с учетом их специфических особенностей. Большую распространенность и признание приобрели подходы инвестиционного анализа проектов, выработанные Всемирным банком и ЮНИДО [5].

Для анализа эффективности инвестиций в проекты развития организации используются учетные (статические) методы оценки эффективности (ROI, PP, ARR).

Долгое время этот класс методов использовался для получения наиболее реалистичных решений многих инвестиционных задач, но в настоящее время доминирующим является метод дисконтированных денежных потоков. В этом классе представлены следующие показатели: период окупаемости (PP), коэффициент эффективности инвестиций (ARR); индекс доходности (PI). К ним не относятся динамические аспекты, влияющие на конечную стоимость и, следовательно, на эффективность инвестиционного проекта, но обеспечивают первоначальную оценку и отказ от менее прибыльных инвестиционных идей.

Метод реальных опционов, его сущность и использование в оценке эффективности инновационных проектов, а также возможность интеграции с методом чистых дисконтированных потоков

Опционы – это финансовый инструмент, дающий право купить или продать базовый актив, по заранее установленной цене. Стоимость, по которой происходит покупка или продажа базового актива, называется ценой исполнения.

Колл-опцион – опцион, дающий право купить базовый актив по цене исполнения в любое время до начала даты исполнения опциона включительно. При условии, что стоимость базового актива меньше цены исполнения по истечении срока действия опциона, то опцион не исполняется и истекает без последствий для владельца. Прибыль при таком виде опциона получается при случае, когда стоимость актива больше цены исполнения на момент окончания срока действия опциона, и разница между стоимостью актива и ценой исполнения и есть прибыль владельца.

Пут-опцион – опцион, дающий право продать базовый актив по цене исполнения в любое время до начала даты исполнения опциона включительно. При условии, что стоимость базового актива больше цены исполнения по истечении срока действия опциона, то опцион не исполняется и истекает без последствий для владельца (рис. 3). Прибыль при таком виде опциона получается при случае, когда стоимость актива меньше цены исполнения на момент окончания срока действия опциона, и разница между стоимостью актива и ценой исполнения и есть прибыль владельца.

Метод реальных опционов является одним из методов оценки инвестиций для составления бюджета капиталовложений, который может иметь дело с ограничениями метода чистой приведенной стоимости (NPV). Метод реальных опционов – это метод оценки и управления стратегическими инвестиционными решениями в неопределенной деловой среде. При использовании методов реальных опционов было признано, что применение стандартных методов чистой приведенной стоимости может привести к неверным выводам при наличии нераспознанных встроенных опционов. Таким образом, центральная роль методов NPV в принятии финансовых решений требует определения и учета реальных структур опционов в инвестиционных возможностях. Оказывается, реальные варианты можно найти в большинстве реальных сред, где неопределенность или риск, ожидание, необратимость инвестиций, возможности роста, асимметричная информация, поэтапные инвестиции, реакция конкурентов, экономия за счет масштаба, переключение проектов, приостановка, закрытие и запуск проекта имеют место быть. На самом деле, они включают в себя весь спектр инвестиционных решений, в том числе те, которые касаются составления бюджета капиталовложений, а также тот факт, что стандартные методы NPV не распознают или не учитывают эти ситуации должным образом.

К недостаткам метода реальных опционов можно привести следующие факты:

1. Если рассматривать метод со стороны математической модели (формулы Блэка-Шоулза), то метод оценки становится более сложным по сравнению с другими методами;

2. В такой модели волатильность рынка считается постоянной неизменной, что неправда при рассмотрении рынка в долгосрочной перспективе;

3. Обозначенные параметры сильно влияют на итоговую цену, что при неправильном их определении приводит к негативным последствиям.

Приведем результаты анализа инвестиционного проекта «Сила Сибири» по вышеописанным методикам (см. таблицу 1) [6].

Метод чистых дисконтированных потоков показывает, что проект имеет огромный потенциал, при следующих условиях:

1. Ставка рефинансирования останется так же на уровне 7%;
2. Цена на 1000 м3 газа останется так же на уровне 200\$;
3. Доллар будет стоить 60 руб.;
4. Прогнозируемый выход на проектную мощность не изменится;
5. Контракт не будет пересматриваться;
6. Не появятся иные факторы, препятствующих реализации (новые технологии, санкции, законы).

Таблица 1 – Показатели эффективности проекта «Сила Сибири»

Дата / Показатель	2014 - 2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
I	300	150	150	150	150	200					
DI	300,00	140,19	131,02	122,44	114,43	142,60					
CF		60,00	120,00	180,00	240,00	324,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00
Накапливаемый денежный поток	-300	-390,00	-420,00	-390,00	-300,00	-176,00	280,00	736,00	1192,00	1648,00	2104,00
DCF		56,07	104,81	146,93	183,09	231,01	303,85	283,97	265,40	248,03	231,81
Накапливаемый дисконтированный денежный поток	-300	-384,11	-410,32	-385,83	-317,17	-228,76	75,10	359,07	624,47	872,50	1104,31

Таблица 2 – Показатели эффективности проекта «Сила Сибири»

Показатель	Полученный результат
NPV	1 104,31
IRR	78,83%
ROI	1,16

PP	на начало 2025 года
ARR	0,39
BCR	2,16
DPP	на начало 2026 года

При вышеуказанных условиях проект «Сила Сибири» в конце 10-летнего срока покажет прибыль в размере 1104,31 млрд. руб., что равно итоговым инвестициям (1,1 трлн. руб.). Показатель IRR имеет крайне высокое значение в 79%, показывая значительный запас в стоимости денег. Показатель PI выражает значение в 1,16, что иллюстрирует высокую рентабельность проекта. Окупаемость проекта тоже имеет положительные характеристики.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Научные подходы к формированию системы предпосылок для устойчивого развития отраслей отечественной промышленности // Транспортное дело России. 2012. № 3. С. 121-124.
2. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
3. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Жемерикин О.И. Базовая модель применения организационно-экономических инструментов управления вертикально-интегрированными компаниями // Самоуправление. 2019. Т. 2. № 2 (115). С. 372-376.
4. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
5. Шестакова О.Г., Скубрий Е.В. Методологический аспект формирования человеческого капитала в условиях инновационной экономики // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. 2019. № 3 (21). С. 84-88.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Козлова Анастасия Михайловна, студентка гр. ФКмз-201
Научный руководитель Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕЖБАНКОВСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ РЫНКЕ

Современная макроэкономическая система включает такие экономические явления как конкуренция и монополия, которые характеризуют рыночный характер взаимоотношений между участниками рынка.

Конкуренция – это борьба между двумя субъектами экономических отношений по приобретению ограниченного ресурса, который может быть получен за счет более решительных и эффективных действий одного из участников данного процесса по сравнению с другими [2].

Монополия представляет собой такую форму структуры рынка, при которой отдельный хозяйствующий субъект обладает правовой и экономической возможностью осуществлять контроль за производством и распределением некоторого товара либо группы товаров [2].

Исходя из содержания представленных определений, получается, что монополия и конкуренция являются двумя полярными явлениями в рыночной экономике. Те сегменты рынка, на которых присутствует предприятие-монополист, практически не имеют конкурентных механизмов реализации товаров и, напротив, конкурентные рынки препятствуют появлению монополиста.

Вместе с тем данное утверждение применимо далеко не ко всем рынкам сбыта продукции. Имеются определенные рыночные сегменты дифференцированных продуктов, например, продаж средств гигиены, бытовой химии, где имеет место быть монополистическая конкуренция. Тем самым два данных, отчасти бы казалось несовместимых понятия, сливаются на таких сегментах рынка в единое целое.

Монополистическая конкуренция в научной литературе характеризуется определенным типом рынка несовершенной конкуренции, при котором обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного продукта конкурируют за объем продаж [2].

Таким образом, для каждого сегмента рынка может существовать определенный тип – как монополия, олигополия, так и конкуренция, включая монополистическую.

И если в ряде отраслей экономики тип рынка достаточно просто определить как конкурентный или монополистический, то для банковской сферы, прежде чем дать ответ на данный вопрос необходимо детально оценить специфику банковской деятельности в России.

На сегодняшний день структура российского банковского сектора представлена Банком России, коммерческими банками, среди которых наиболее крупными игроками являются ПАО «Сбер», ПАО «Банк ВТБ»,

АО «Альфа-Банк», АО «Газпромбанк». Также в данной отрасли присутствуют небанковские кредитные учреждения и микрофинансовые организации.

Банк России в силу Федерального закона от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ (ред. от 30.12.2021 г.) «О Центральном банке Российской Федерации» имеет определенные формы монополистической деятельности, включая [4]:

- осуществление эмиссии наличных денег и организация наличного денежного обращения;
- установление правил ведения банковских операций;
- установление курса иностранных валют по отношению к рублю.

Банк России как регулятор банковского сектора выдает лицензии коммерческим банкам на осуществление их деятельности. Тем самым при соблюдении условий ее получения организация может стать коммерческим банком. Соответственно в банковском секторе возникает конкурентная борьба между коммерческими банками, которая заставляет их улучшать работу с клиентами, предлагать более выгодные банковские предложения, расширять ассортимент услуг. Конкуренция позволяет улучшить качество оказания банковских услуг, их оперативность, повысить степень удовлетворения потребителя в банковском обслуживании.

Под конкуренцией в банковской сфере следует понимать экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и соперничества кредитных организаций, стремящихся создать лучшую возможность реализации своих банковских продуктов и услуг, получения максимальной прибыли и наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов [1].

Возможность наращивания конкурентных преимуществ в банковской сфере определяется степенью конкурентоспособности коммерческого банка. Существуют различные параметры и показатели для оценки конкурентоспособности того или иного банка, при этом среди остальных следует выделить:

1. Показатель конкурентоспособности продуктов банка. Коммерческий банк, предоставляя банковские продукты, получает прибыль и формирует итоговые финансовые результаты.

2. Показатель объема кредитного портфеля. За счет выдачи кредитов населению и юридическим лицам коммерческие банки получают прибыль и, соответственно, повышают свою конкурентоспособность. Концепция организации и осуществления деятельности любой кредитной организации состоит в извлечении дохода от предоставления во временное кредитное пользование денежных средств в размере банковского процента по сделкам кредитования. Источниками выдачи данных кредитных средств являются как собственные финансовые ресурсы банка, так и привлекаемые на условиях срочных депозитов, накопительных счетов и иных форм привлечения заемных источников денежные средства, как населения, так и корпоративных клиентов – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

3. Показатель объема вкладов. Данный показатель характеризует уровень доверия и значимости вклада исследуемого банка в состояние банковской отрасли. Чем больше вкладов у населения и юридических лиц в банке, тем он считается надежнее и, соответственно, конкурентоспособнее.

Важной особенностью конкуренции в банковском секторе России является также то, что помимо экономических механизмов, она имеет еще и политические аспекты.

Конкурентная борьба происходит не только за расширение своей клиентской базы, занятие новых сегментов рынка, важным является формирование налаженных взаимоотношений с государственной властью, участие в государственных программах и национальных проектах по кредитованию с государственной поддержкой.

Таким образом, в российской банковской сфере присутствует конкурентный тип структуры рынка, который частично монополизирован лишь в рамках реализуемых полномочий регулятором – Банком России.

Вместе с тем публикуемые данные рейтинговых агентств по результатам деятельности коммерческих банков в России свидетельствуют, что основные банковские активы и объем банковских операций приходится на так называемый ТОП-5 ведущих банков России. В таблице 1 представлены данные о величине активов и занимаемой доли рынка по пяти основным российским коммерческим банкам.

Таблица 1 – Доля рынка наиболее крупных российских банков

Наименование банка	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	Размер активов, млрд. руб.	Доля рынка, %	Размер активов, млрд. руб.	Доля рынка, %	Размер активов, млрд. руб.	Доля рынка, %
ПАО «Сбер»	24567,8	20,4	27872,2	31,5	33422,7	32,2
ПАО «Банк ВТБ»	12876	15,3	13894,2	15,8	16177,6	15,6
АО «Газпром-банк»	8454,2	7,3	8385,2	7,2	7344,5	7,08
АО «Альфа-Банк»	4243,7	4,0	4354,5	4,0	4435,0	4,2
АО «Россельхозбанк»	2976,4	3,36	3004,5	3,4	3586,1	3,45

Источник: [4].

Если анализировать данные, представленные в таблице 1, можно сделать вывод, что порядка 62% стоимости всех активов, осуществления банковских операций по предоставлению кредитов и привлечению депозитов приходится на первую пятерку банков.

Традиционным лидером отрасли является ПАО «Сбер», доля которого в рыночном сегменте составила в конце 2021 года 32,2% с суммарной стоимостью активов 33422,7 млрд. руб.

Высокая степень финансовой устойчивости присутствует у ПАО «Банк ВТБ», на долю данной кредитной организации приходится 15,6% доли рынка. По величине активов ПАО «Банк ВТБ» в два раза уступает Сберу, на конец 2021 года данной организации удалось аккумулировать 16 177,6 млрд. руб.

Со значительным отставанием от двух крупнейших банков страны идет АО «Газпромбанк», активы которого составляли на конец 2021 года 7 344,5 млрд. руб., доля рынка – 7,08%.

АО «Альфа-Банк» занимает стабильное четвертое место в рейтинге банков России в течение периода 2019-2021 гг. Размер активов банка с каждым годом растет – на конец 2021 года данный показатель составлял 4435 млрд.руб.

Доля в сегменте банковского обслуживания составляет для АО «Альфа-Банк» на конец 2021 года 4,2%, у ближайшего конкурента АО «Россельхозбанк» доля рынка равна 3,45%.

Оценивая данную ситуацию, очевидно, что, несмотря на наличие ограничительных мер западных стран и вводимые меры по предотвращению распространения пандемии, банковский сектор России в течение последних трех лет развивался в сторону экономического роста.

При этом тенденция поглощения крупными коммерческими банками страны конкурентов со значительно меньшими активами и возможностями конкурентной борьбы приводит к возникновению олигополии в структуре банковской сферы России, когда почти половина всех активов и объемов оказания банковских услуг приходится на два банка – ПАО «Сбер» и ПАО «Банк ВТБ», а $\frac{3}{4}$ доли рынка на ведущую пятерку банков страны.

Таким образом, можно сделать вывод о присутствии в российском банковском секторе олигополии, порождаемой как сложившейся историей развития данной отрасли экономики, так и денежно-кредитной политикой государства на современном этапе.

Список литературы

1. Банковское дело: учебник [Текст] под ред. Г.Г. Коробовой. – Москва: Магистр, 2018. – 480 с.
2. Березов, Н. И. Конкуренция в экономике [Текст] / А. И. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – 768 с.
3. Официальный банковский портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.banki.ru. (дата обращения: 16.09.2022).
4. Федеральный закон от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ (ред. от 30.12.2021 г.) «О Центральном банке Российской Федерации» [Электронный ресурс] // СПс Консультант-Плюс.

Королева Екатерина Дмитриевна, студент гр. ОУб-191
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ФАКТОРОВ ООО «МОНТАЖЭНЕРГОСТРОЙ»

Современный строительный комплекс РФ представляет собой определенную систему рыночных отношений. Для данной отрасли свойственна общеотраслевая специфика капитального строительства (привязка к земельным ресурсам, относительно долгие сроки создания конечного продукта, высокие единоразовые капитальные вложения) [1].

ООО «Монтажэнергострой», работающее на рынке более 16 лет, является генеральным подрядчиком при строительстве объектов социального, гражданского, жилищного и промышленного назначения. Одной из услуг, которую представляют ООО «Монтажэнергострой» является строительство котельных, работающих на различных видах топлива, а также инженерных сетей и насосных станций. На данный момент компания реализовала десятки проектов, которые позволили повысить надежность теплоснабжения в различных муниципальных образованиях Кемеровской области [2].

Постоянно возрастающие требования конкурентного рынка требуют от предприятия постоянного анализа его позиций в строительной отрасли для корректировки стратегии будущего развития компании. Такой анализ должен рассматривать все стороны деятельности предприятия: его внутреннюю и внешнюю среду, основных конкурентов, слабые и сильные стороны и т.д. Кроме того, при решении разного уровня задач необходимо четко представлять, поддаются ли критические факторы контролю со стороны предприятия.

В рамках данной статьи проанализированы основные факторы внутренней среды, влияющие на бизнес ООО «Монтажэнергострой» (МЭС) по четырем функциональным зонам: производство, маркетинг, финансы и персонал (таблица 1).

Проанализировав факторы внутренней среды, можно сказать, что финансовое состояние предприятия в целом устойчивое. Однако в 2021 году по сравнению с 2020 годом показатели снизились из-за распространения COVID-19. Учитывая негативное влияние карантинных мер и отрицательных макроэкономических последствий пандемии, уже в среднесрочной перспективе строительную отрасль ожидали довольно пессимистичные перспективы.

Таблица 1 – Факторы внутренней среды

Функциональная зона	Параметры для анализа
Производство	<p>Общество осуществляет деятельность в области строительства котельных, строительства объектов социальной инфраструктуры, жилищного строительства, строительства инженерных сетей и промышленного строительства.</p> <p>Основное направление – строительство объектов социальной инфраструктуры.</p> <p>За 2021 год выручка уменьшилась на 83,2 %. Сокращение выручки произошло из-за ситуации в стране, связанной с COVID-19.</p> <p>Общество использует личные приобретенные основные средства.</p> <p>Внедряются технологии бережливого производства.</p>
Маркетинг	<p>Основными конкурентами ООО «МЭС» являются СДС, Ремстройторг, Промстрой.</p> <p>ООО «МЭС» имеет официальный сайт.</p> <p>Предприятие имеет хорошую репутацию в сфере проектно-строительных работ, однако маркетинговая политика слабая.</p> <p>Многолетнее партнерство с лидерами мирового рынка.</p> <p>Поставщиков больше 50.</p>
Финансы	<p>ООО «МЭС» имеет достаточно устойчивое финансовое положение, но из-за пандемии некоторые показатели ухудшились. Так, среднегодовая величина активов снизилась за год на 15,5%.</p> <p>Однако, уже в 2022 году наблюдается тенденция к улучшению основных экономических показателей таких как выручка и прибыль, что является предпосылками эффективной деятельности.</p>
Персонал	<p>Численность рабочих в связи с увеличением объемов работ возросла за год на 7,7% и составила 145 человек.</p> <p>В ООО «МЭС» применяется повременно-премиальная система оплаты труда. Разработано и действует положение об оплате труда и премировании.</p> <p>Среднемесячная заработная плата – 31,5 тыс. руб.</p>

Это связано, главным образом, с тем, что строительство в России не относится к особо пострадавшим от коронавируса отраслям и на фоне этого не получает прямой поддержки (только косвенную и в основном в сфере жилищного строительства). Однако различные негативные эффекты (физические карантинные ограничения, снижение спроса на фоне падения

платежеспособности потенциальных покупателей и роста безработицы, ожидаемое кризисных явлений в экономике страны, дефицит бюджетных средств и пр.) создают предпосылки для довольно сильного и главное продолжительного спада строительной отрасли.

Однако при решении различного уровня задач нужно верно представлять, поддаются ли критичные причины контролю со стороны компании. Для этого был проведен SWOT-анализ деятельности предприятия, в результате которого выявлены некоторые угрозы для хозяйствующего субъекта, требующие разработки мероприятий по их устранению (таблица 2).

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа ООО «Монтажэнергострой»

Слабые стороны	Сильные стороны
<ul style="list-style-type: none"> 1. Непостоянство денежного потока из-за длительного периода оборота дебиторской задолженности 2. Высокие издержки производства 3. Средняя удовлетворённость потребителей качеством выполненных работ в типовом жилищном строительстве «средняя цена – низкое качество» 4. Высокая степень износа основных средств 5. Высокая налоговая нагрузка на предприятие 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Хорошая кредитная история 2. Устойчивые финансовые показатели 3. Известность (деятельность на рынке более 16 лет) 4. У предприятия большой опыт с различными заказами 5. Опыт строительства элитной недвижимости 6. Позитивный имидж предприятия в общественной жизни (участие в выставках, благотворительная деятельность) 7. Многолетнее партнерство с лидерами мирового рынка 8. Широкая производственная линейка геотехнических работ и услуг
Угрозы (риски)	Возможности
<ul style="list-style-type: none"> 1. Резкий рост курса валюты может привести к росту цен на строительные материалы и уменьшить спрос 2. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства 3. Угроза поглощения более крупной компанией 4. Замена поставщиков стала труднее 5. Из-за резко континентального 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Возможности быстрого роста 2. Появление новых технологий в строительстве 3. Продвижение на новые географические рынки 4. Программа улучшения качества строительства 5. Повышение статуса в организациях, принимающих решение о выделении земли 6. Выход на смежный рынок

климата не всегда удается выполнить запланированные работы в срок (дождь, снег)	малоэтажного строительства (сегмент: таун-хаузы, коттеджное строительство) 7. Наличие профессиональных кадров на рынке и возможности их привлечения в ООО
---------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Проведенный SWOT-анализ позволил составить определенные причинно-следственные связи в эффективности деятельности предприятия:

1. Наличие устойчивых финансовых показателей дает возможность ООО «МЭС» выйти на новый рынок малоэтажного строительства, расширить свою деятельность и усилить позиции на рынке;

2. Наличие опыта работы на профессиональном рынке (16 лет) и увеличение спроса региональных властей на строительную продукцию, позволит получить дополнительные заказы и, соответственно, повысить экономические результаты;

3. Так как у предприятия имеются крупные потребители, то резкий рост курса валюты незначительно скажется на деятельности ООО «МЭС»;

4. Внедрение новых технологий в строительстве, которые появляются на рынке, будет способствовать повышению качества работ, услуг.

Таким образом, оценка конкурентных преимуществ ООО «МЭС» позволила выявить как его слабые, так и сильные стороны. ООО «Монтажэнергострой» имеет серьезный потенциал для эффективной работы на рынке и возможности для повышения своей конкурентоспособности.

Список литературы

1. Белова А.П., Квазиконкуренция на рынке строительной отрасли / А.П. Белова, С.М. Бугрова. – Текст: электронный // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апреля 2019 г., г. Кемерово. – Кемерово, 2019. URL: <http://science.kuzstu.ru/wpcontent/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80303.pdf> (дата обращения 15.09.2021).
2. Официальный сайт ООО «МЭС» [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mes.tessib.ru/> (дата обращения 15.09.2021).
3. Степанова Д.С., Бугрова С.М. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия // Конкуренция и монополия. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. 2019. С.185-187.

Куксова Полина Алексеевна, Янковская Александра Эдуардовна,
студенты гр. ССб-201
Научный руководитель – Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНАЛИЗ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

На российском рынке существует большая конкуренция среди предпринимателей. Каждый из них, предлагая товары и услуги, борется за покупателей. Например, в одном магазине предлагают товар по наименьшей цене, в другом – удобную доставку, в третьем – за покупку начисляются бонусы. Это приводит к тому, что возникает конкуренция.

У покупателей есть возможность выбора предложения у продавца, который предлагает наилучшие условия. Чтобы привлечь клиентов, предприниматели развивают сервис, внедряют современные технологии, создают новый продукт.

Различают добросовестную и недобросовестную конкуренции.

При добросовестной конкуренции:

- производят качественные услуги и продукцию;
- проводят различные акции;
- для продвижения новых продуктов используют различные виды рекламы;
- предлагают сервисное обслуживание в течении гарантийного срока, а также бесплатные услуги: доставка, подключение.

Методами честной борьбы за положение на рынке являются соблюдение предпринимателями законов и правил деловой этики.

При недобросовестной конкуренции применяются такие методы работы, которые нарушают нормы и положения, установленные законом, не учитывают имеющиеся деловые интересы других компаний, правила деловых взаимоотношений, что может принести вред компаниям, негативно отразиться на их деятельности, нарушить права людей.

Для укрепления своего положения на рынке предприниматели применяют различные методы недобросовестной конкуренции, в тех случаях, когда имеются способы влияния на конкурента:

- некорректное сравнение своего продукта с товарами конкурента.

На упаковке производимого ООО «Коттон Клуб» жидкого мыла «AURA antibacterial» указало следующую информацию: «АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЙ БРЕНД № 1 В РОССИИ • БРЕНД № 1 В РОССИИ». Однако подтвердить объективность этих сведений компания так и не смогла [1];

- использование различных методов дезинформации покупателей.

При заключении договоров банковского вклада с плавающей ставкой ПАО Банк «Возрождение» указал в заявлении на открытие вклада сведе-

ния о едином размере процентной ставки, а информации о том, что в отношении сумм пополнений вкладов будут применяться плавающие процентные ставки, которые были закреплены иными документами банка, в заявлении не было. Таким образом, вкладчики были введены в заблуждение действиями кредитной организации. У клиентов ПАО Банк «Возрождение» могло возникнуть ложное представление, что единый размер процентной ставки годовых будет применяться для начисления процентов на любые суммы денежных средств, находящиеся во вкладе [2];

– производство и реализация продукции под чужим брендом, логотипом или товарным знаком.

ООО «Группа компаний «Пивоваренный дом Бавария» при маркировке пива «Бавария» использовало дизайн, сходный с товарными знаками FIFA. Также Общество на своем официальном сайте и в социальных сетях проводило розыгрыш билетов на финал Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, но с FIFA не был заключен договор, дающий право на проведение подобных акций [3];

– дискредитация конкурентов путем размещения о них ложной, ничем неподтвержденной информации в различных источниках с целью опорочить конкурентов и их продукт.

Примером недобросовестной конкуренции могут служить заявления экспертов зарубежных стран о том, что российская вакцина от коронавируса не вызывает доверия [4].

Для признания незаконной деятельности организации, использующей недобросовестные методы конкуренции, должны присутствовать факты, нарушающие нормы права:

– на рынке присутствуют предприниматели, работающие в одной сфере, выпускающие аналогичные товары или предоставляющие схожие услуги, то есть являющиеся конкурентами;

– совершенные действия конкурирующей компании пагубно сказались на деловой репутации компании-конкурента и привели к убыткам;

– действия конкурирующей компании противоречат нормам и положениям, установленным законодательством, а также деловой этике и морали;

– итогом действий конкурирующей компании стало получение преимуществ на рынке относительно компаний-конкурентов.

Деятельность компании признается недобросовестной, когда присутствуют все четыре признака. Но деятельность компании не классифицируется как нечестная конкуренция, если отсутствует хотя бы один из этих признаков.

Чтобы обезопасить свой бизнес от незаконных действий конкурентов в части копирования продукта, юристами предлагается следующий алгоритм действий:

– предоставить историю появления на рынке собственной продукции, конкурента, также необходимо предоставить документальное под-

тверждение, относящиеся к разработке дизайна товара. Требуется это для того, чтобы доказать первенство в создании дизайна;

– собрать убедительные доказательства, свидетельствующие о подражании;

– определить возможность введения в заблуждение потенциального потребителя, путем схожести товара или создания впечатления причастности товара к компании.

– установить возможность причинения или причинённый ущерб компании (падением спроса, снижение репутационного статуса).

Например, в 2003 году ЗАО «Кондитерская фабрика «Славянка» был зарегистрирован товарный знак на шоколад «Алина» с обозначением, сходным до степени смешения с комбинированным товарным знаком шоколада «Алёнка». Шоколад «Алёнка», выпускался ОАО «Московская кондитерская фабрика «Красный октябрь», который зарегистрировал данный товарный знак в 2000 году. Признаками правонарушения являются похожие этикетки в сходной цветовой гамме изображения девочки в платочке, созвучность наименований шоколада «Алёнка» и «Алина». В связи с этим ЗАО «Кондитерская фабрика «Славянка» преднамеренно ввело в заблуждение покупателей относительно производителя шоколада и его рецептуры, а также компания – конкурент понесла убытки.

Комиссия ФАС России установила, что признаками недобросовестной конкуренции в действиях ЗАО «Кондитерская фабрика «Славянка» является то, что «Общество получает преимущества в конкурентной борьбе, так как не затрачивает собственные средства на разработку дизайна новой упаковки для своего продукта, а пользуется репутацией товара, который был введен в оборот ранее».

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что важным компонентом для органичного, а также успешного формирования экономики является конкурентная борьба, в ходе которой появляется возможность оказывать влияние на товарное обращение конкурента на рынке. Однако способствовать развитию экономики может только та конкуренция, которая базируется и функционирует на действующем законодательстве РФ, ведь только так можно получить свободу предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. ФАС России оштрафовала компанию «Коттон Клуб» за недобросовестную конкуренцию // Федеральная Антимонопольная Служба: сайт. – URL: <https://fas.gov.ru/news/30461> (дата обращения: 29.09.2022).
2. ФАС России выявила признаки нарушения в действиях банка «Возрождение» // Федеральная Антимонопольная Служба: сайт. – URL: <https://fas.gov.ru/news/29834> (дата обращения: 29.09.2022).
3. Четверть миллиона рублей заплатит «Пивоваренный дом Бавария» за недобросовестную конкуренцию // Федеральная Антимонопольная Служба: сайт. – URL: <https://fas.gov.ru/news/29310> (дата обращения: 30.09.2022).

4. «Нечестная конкуренция»: Запад не ожидал вакцины от коронавируса из России? // REGNUM: сайт. – URL: <https://regnum.ru/news/economy/3027261.html> (дата обращения: 30.09.2022).

Куманеева Мария Константиновна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Прошедший год для Кемеровской области стал во многом знаковым: впервые в истории развития региона совокупный объем инвестиций в основной капитал превысил 321 млрд. рублей. Однако инвестиционную активность нельзя назвать однородной. С одной стороны, крупнейшие отраслевые инвесторы столкнулись с кризисом, что поставило вопрос о сокращении бюджетов развития и сворачивании инвестиционных программ. С другой стороны, многие российские компании увидели в кризисе последних лет возможности для роста. Учитывая опыт прошедшей пандемии, который показал, что неудачи одних компаний зачастую являются трамплином развития для других, текущая ситуация выявила приоритетные направления инвестирования, которые могут стать для региона опорными.

В данной статье предпринята попытка рассмотреть особенности и проблемы инвестиционного обеспечения развития Кузбасса, как с позиции структурных характеристик, так и с точки зрения реализации стратегических задач региона в целом.

За последние пять лет объем инвестиций, направляемых в экономику региона, возрос почти на 50% (рис. 1).



Рисунок 1 – Динамика ВРП, инвестиций в основной капитала Кемеровской области [составлено автором по данным 1]

Новая экономическая реальность, задавшая условия развития компаний региона, актуализирует вопросы, как структурных характеристик инвестиционного процесса Кузбасса, так и возможностей преодоления существующих ограничений перезапуска инвестиционных циклов.

На протяжении последних лет основным источником финансирования инвестиций в экономике Кузбасса продолжали оставаться собственные средства компаний, удельный вес которых стабильно занимает не менее 62% от общего объема вкладываемых средств (рис. 2). Тенденцией последних лет является рост самофинансирования компаний при увеличении значимости бюджетных средств, выделяемых для поддержки бюджетного процесса. Высокая зависимость от самофинансирования реальным сектором инвестиционных проектов при одновременном снижении возможности привлечения заемных средств является одним из проявлений инвестиционной паузы.

Сложность привлечения заемного финансирования, высокие процентные ставки по кредитам, необходимость участия в программах дополнительного страхования для получения займа – следствием проявления этих и других фактов стала крайне низкая (4%) доля кредитов российских банков в структуре финансирования. В абсолютном выражении объем кредитов, направляемых на инвестиционные цели, в 2021 году сократился на 65,4% по сравнению с 2020 годом и составил 9,9 млрд руб. Повышенная осмотрительность банков в отношении кредитных лимитов и ставок при общей нестабильности экономической ситуации способствовали максимальному снижению значимости данного источника финансирования инвестиций.

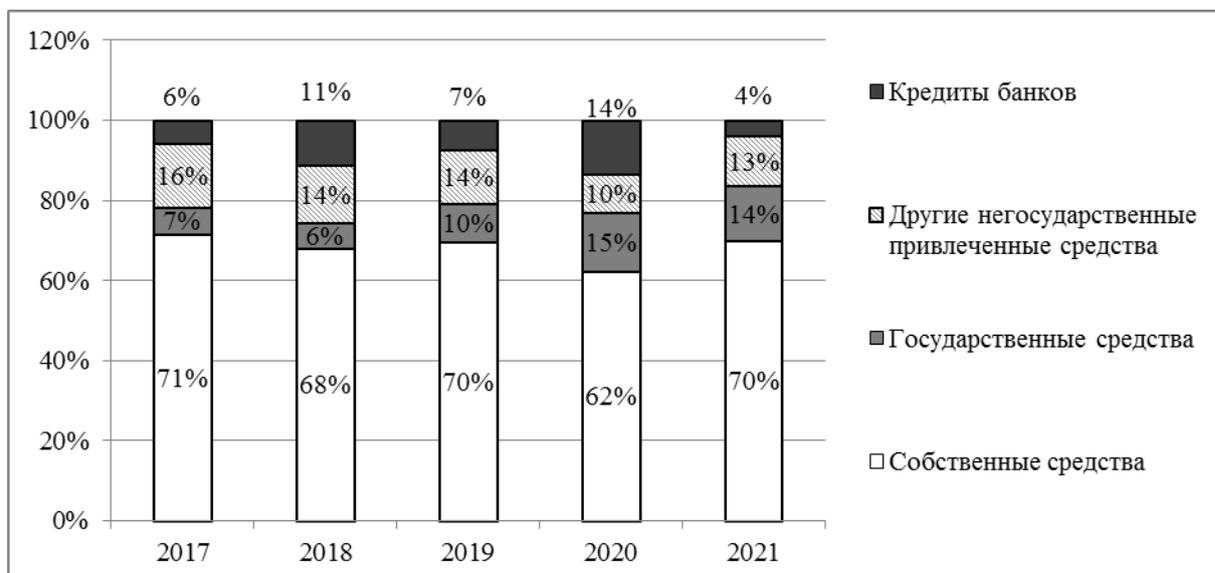


Рисунок 2 – Структура инвестиций в основной капитал Кемеровской области по источникам финансирования, 2017-2021, %
[составлено автором по данным 1]

Структурные характеристики инвестиций достаточно неоднородны для разных секторов экономики Кузбасса. Так, добывающий сектор характеризуется значительным преобладанием собственных средств компаний (выше 80%) в структуре источников финансирования. Рентабельная работа компаний сектора увеличивает возможности самофинансирования инвестиций, а также формирует основу для кредитования предприятий отрасли как надежных заемщиков, однако доля кредитных ресурсов крайне низка: 2-7% за рассматриваемый период. Высокую значимость для добывающего сектора имеет и модель аккумуляции финансовых ресурсов головными структурами с целью уменьшения стоимости инвестиционных ресурсов.

Сектор обрабатывающих производств демонстрирует другую динамику структуры источников финансирования инвестиций. Так, определяющую роль в финансировании играют два источника – банковские кредиты и собственные средства компаний, при этом в рассматриваемом периоде наблюдается тенденция расширения кредитования банковской системой до 19 млрд. руб. ежегодно.

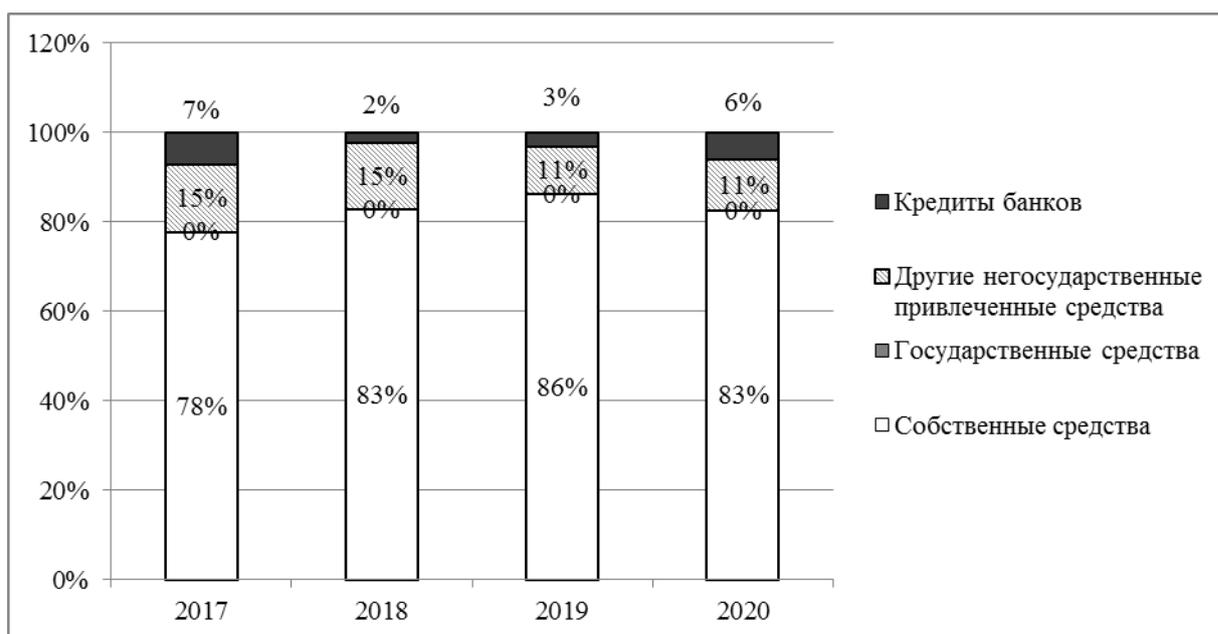


Рисунок 3 – Структура инвестиций в основной капитал, сектор «Добыча полезных ископаемых» Кемеровской области, %
[составлено автором по данным 1]

Таким образом, несмотря на рост государственной поддержки (в том числе за счет программ льготного кредитования приоритетных секторов экономики), одним из ключевых источников инвестиций продолжают оставаться собственные средства реального сектора. Однако в текущих экономических условиях, отличающихся санкционным давлением и жесткими ресурсными ограничениями, многие компании выбирают выжидательную стратегию, не рискуя вкладывать накопленные ресурсы в долгосрочные проекты.

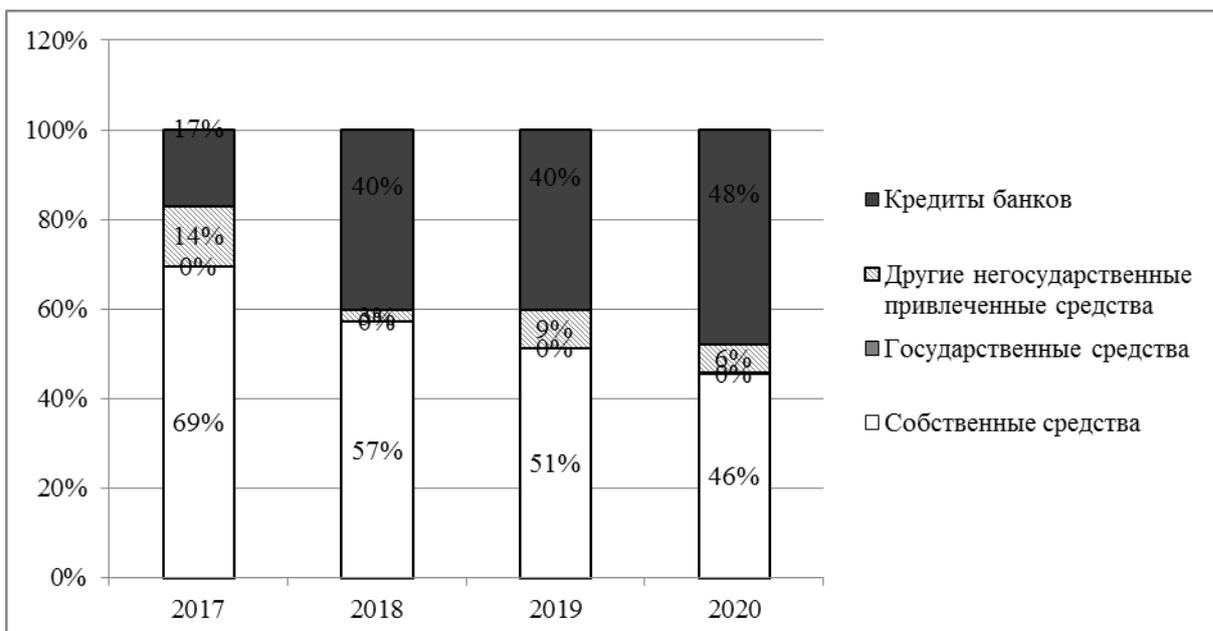


Рисунок 4 – Структура инвестиций в основной капитал, сектор «Обрабатывающие производства» Кемеровской области, % [составлено автором по данным 1]

В этой связи ключевым вопросом становится формирование благоприятного бизнес-климата, что может быть представлено целым комплексом мер: улучшение условий конкуренции на местных рынках, усиление законодательной защищенности инвесторов, поддержка инвестиционных проектов приоритетных отраслей экономики. Эти и другие меры институциональной поддержки могут стать основой не только для поддержания текущей инвестиционной активности, но и обеспечения серьезной поддержки отечественных компаний в условиях действующих ресурсных ограничений.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 12.08.2022 г.).

Лубкова Эльмира Миннулловна,
заведующая кафедрой финансов и кредита, д.э.н., доцент
Дулетбаев Алексей Александрович, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В современных условиях функционирования экономики страны очевидным становится тот факт, что однозначного определения оптимального способа прогнозирования уровня инфляции нет, так как выбор той или иной модели зависит от типа экономики, кроме того, важным остается определение временного интервала.

Еще одним аспектом, существенно влияющим на уровень инфляции, являются шоки относительных цен, а точнее, колебания цен в отдельных отраслях экономики, которые не оказывают общего инфляционного давления, однако, безусловно, становятся причиной временных колебаний уровня инфляции [1-5].

Сегодня для установки необходимости изменения процентной ставки при изменении показателя валового внутреннего продукта (ВВП), инфляции и других экономических показателей используют правило Тейлора, которое формулирует следующий подход: «для каждого процента роста инфляции, центральный банк должен поднять номинальную процентную ставку более, чем на один процентный пункт» [6]. Номинальная процентная ставка должна реагировать на отклонения фактических темпов инфляции, от её целевого уровня, также, как и реального ВВП от потенциального ВВП.

Оценка и дальнейшее моделирование инфляционных процессов сегодня являются сложной задачей, так как воздействие многообразных факторов на динамику общего уровня цен сегодня колоссальное. Кроме того, задача осложняется тем, что необходимо определить долю влияния каждого отдельного фактора на изменение темпов инфляции, более того, это влияние может поменяться диаметрально противоположно даже в краткосрочном периоде.

В связи с тем, что в рыночной экономике полностью исключить инфляционные процессы невозможно, основная задача государства – удерживать ее на умеренном, то есть приемлемом уровне. Проводимую государством антиинфляционную политику можно признать эффективной, если уровень инфляции будет снижаться в долгосрочном периоде.

Рассматривая вопросы моделирования инфляционных процессов, обратимся к расчетам, которые позволят сделать ряд выводов для разработки мер по их снижению.

Для проведения исследования нами будут приняты в расчет показатели периода с января 2014 г. по декабрь 2021 г. Целесообразность такого

временного периода обусловлена тем, что с сентября 2013 г. ЦБ РФ перешел на политику таргетирования инфляции, установив ключевую ставку как основной инструмент регулирования денежно-кредитной политики в нашей стране. Поэтому, по мнению авторов, именно такой временной период является целесообразным.

Таким образом, для проведения исследования формула по правилу Тейлора будет выглядеть следующим образом:

$$i_t = 6 + 0,5 * (\pi_t - \pi^*) - 0,5 * (u_t - u_n), \quad (1)$$

где, 6 – целевая нейтральная ставка;
 $0,5$ – положительный коэффициент;
 $(\pi_t - \pi^*)$ – разница между реальным и целевым уровнями инфляции;
 $u_t - u_n$ – разница между нормой безработицы и естественным уровнем безработицы.

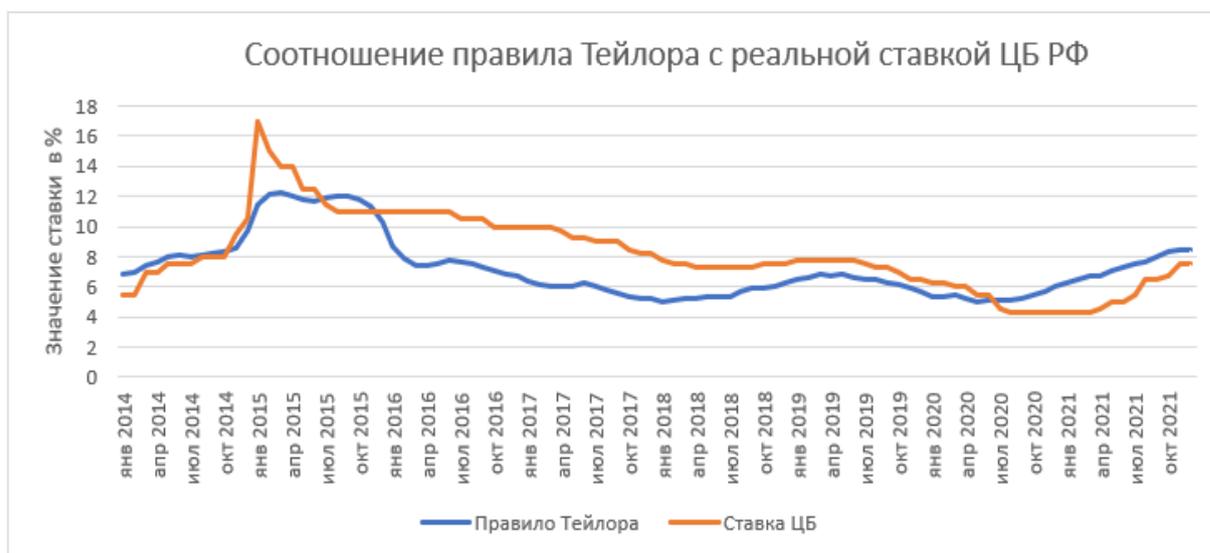


Рисунок – Соотношение правила Тейлора с реальной ставкой ЦБ РФ*

*Составлено авторами на основе данных [1-3]

По данным сравнительного анализа (рисунок) следует отметить, что реальное значение ставки ЦБ РФ отличается от полученных данных по правилу Тейлора. Следовательно, можно сделать вывод, что в периоды, когда ставка ЦБ РФ была высокой, денежно-кредитная политика должна была быть более «мягкой», но в реальных экономических условиях она была «жесткой». Возможно, это также было связано с высоким инфляционным давлением, что требовало более высоких реальных процентных ставок и номинальная ставка должна была превышать значение инфляции.

По мнению авторов, при исследовании факторов, влияющих на уровень инфляции в регионе, следует обратиться к вопросам оценки инфляционных ожиданий. Проводимые ранее исследования ученых подтверждают важность и значимость данного вопроса [7-8].

Таким образом, выявление факторов, влияющих на уровень инфляции в регионе, и моделирование инфляционных процессов становятся все более актуальными, так как именно от уровня инфляции во многом зависит траектория развития экономики страны в целом и отдельных ее территорий в частности.

Список литературы

1. Ключевая ставка Банка России и инфляция // cbr.ru [сайт]. URL: https://www.cbr.ru/hd_base/infl/ (дата обращения 6.09.2022).
2. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2020 год и период 2021 и 2022 годов (одобрено Советом директоров Банка России 25.10.2019) // consultant.ru [сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_336745/63a388adbba48ab3220389210396a00503bd2d03/?ysclid=17pzn7hfzg572607733 (дата обращения 6.09.2022).
3. Серия докладов об экономических исследованиях. Отраслевые и региональные факторы инфляции в России // cbr.ru [сайт]. URL: [wp_36.pdf](http://www.cbr.ru/wp_36.pdf) (cbr.ru) (дата обращения 6.09.2022).
4. Монетарная политика // ppt-online.org [сайт]. URL: <https://ppt-online.org/731464> (дата обращения 6.09.2022).
5. Уровень безработицы // fedstat.ru[сайт]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/43062> (дата обращения 6.09.2022)
6. Федорова Е.А. Модифицированное правило Тейлора для банка России на основе переключения режимов/ Е. А. Федорова, А. С. Мухин, С. Е. Довженко // Финансы и кредит. – 2015. – № 2 (626). – С. 14-21.
7. Условия финансовой доступности: анализ и оценка востребованности услуг на финансовом рынке / Э. М. Лубкова, А. Э. Шилова, Г. С. Ермолаева, И. Н. Раззорова // Экономика и управление инновациями. – 2020. – № 1(12). – С. 75-83. – DOI 10.26730/2587-5574-2020-1-75-83.
8. Шелковников, С. А. Оценка инфляционных ожиданий населения сельских территорий / С. А. Шелковников, Э. М. Лубкова, Г. С. Ермолаева // Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе: Сборник IV международной научно-методической и практической конференции, Новосибирск, 28–29 ноября 2019 года / Новосибирский государственный аграрный университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный аграрный университет, 2019. – С. 130-133.

Лукашова Анна Сергеевна, обучающаяся гр. МЕН18-1
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ВНЕДРЕНИЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

В исследуемой компании ООО «Первый ДСК» была проведена оценка уровня зрелости корпоративной системы управления проектами (КСУП) по модели Керцнера.

При помощи работников организации, экспертной оценки, интервью с руководителями и общению с менеджерами среднего звена были исследованы:

- 8 областей знаний управления проектами: управление содержанием, временем, стоимостью, качеством, человеческими ресурсами, коммуникациями, рисками, обеспечением и снабжением;

- 5 фаз проекта: инициация, планирование, выполнение, контроль и закрытие [1].

Был сделан вывод, что организация осознает важность синергетического эффекта, возникающего при сведении всех используемых в корпорации методологий в одну, центральное значение в которой приобретает управление проектами. Синергетический эффект также облегчает управление всеми процессами с помощью единой методологии, а не нескольких. После осознания высокой стоимости бумажной работы компания начинает использовать неформализованный подход [2].

Таким образом, был выявлен 3 уровень зрелости КСУП по модели Керцнера. Для повышения уровня зрелости необходимо внедрять проектную аналитику в разрезе проектов и групп проектов, менеджеров. На основе метрик осуществлять оперативное управление, и выявлять процессы, требующие вмешательства.

Для совершенствования проектного управления, прежде всего, предлагается создать проектный офис, отвечающего за осуществление проектов, в процессе которого принято выделять промежуточные цели – дерево целей, которые необходимы с целью достижения заданных результатов проектной командой. Дерево целей проектов – это последовательность ключевых операций по достижению цели определенного проекта [3, 4].

Управление проектным офисом принято определять в качестве компонента общей КСУП. Структура системы управления проектным офисом включает в себя следующие составляющие:

1. Создание и совершенствование проектной команды: подготовка организационной структуры; закрепление зон ответственности и полномочий и пр.

2. Организация функционирования проектной команды: организация совместной работы; подготовка и совершенствование организационной, деловой и корпоративной культуры; организация коммуникаций и офиса проектной команды и пр.

3. Управление кадрами проектной команды: стратегия управления кадрами; кадровое планирование; совершенствование персонала и пр.

Рассматривая виды внедряемого проектного офиса, следует, в первую очередь, определить именно поддерживающий.

Поддерживающий проектный офис (Supportive PMO) – предоставляет методологию, шаблоны, ведет базу извлеченных уроков, поддерживает КСУП [5]. Ход проектов не контролирует, а, как правило, собирает статистику по их ходу и по применению методик и шаблонов. Для корректного функционирования необходимо добиться сильной поддержки топ-менеджмента [6].

Ключевыми функциями проектного офиса в исследуемой организации будут являться:

- управление ресурсами и их распределение;
- управление зависимостями между различными проектами, программами и портфелями;
- обучение и аттестация участников проектов практикам проектного управления;
- внедрение, адаптация и администрирование информационной системы для управления проектами, обучение пользователей и пр.

Помимо проектного офиса для повышения эффективности КСУП предлагается внедрить следующие инструменты проектного менеджмента:

1. Матрица ответственности.

Для отражения иерархии подотчетности на проекте и указания обязанностей каждой из групп, входящих в проектную команду, в документ описания содержания проекта рекомендуется включить матрицу ответственности, наиболее распространенный вариант, который известен как RACI-матрица. Использование данного инструмента особенно актуально в ситуации, когда проектная команда состоит из представителей различных юридических лиц. Матрица ответственности решает задачу демонстрации межорганизационного или межгруппового взаимодействия и, как следствие, позволяет избежать недоразумений, которые время от времени возникают в проектах между подразделениями и организациями из-за неясности, к кому следует обращаться по определенным вопросам, и кто должен принимать по ним решение, а кто – непосредственно реализовать принятую резолюцию.

Таблица 1 – Фрагмент матрицы ответственности

№ п/п	Задачи/ Исполнители	Руководитель проекта	Менеджер проекта	Финансовый отдел	Маркетинговый отдел	IT-отдел	Отдел планирования
1	Разработка структурной декомпозиции работ	A	R	-	C	-	C
2	Формирование команды проекта	A	R	-	C	-	C
3	Разработка плана вех	A	R	C	C	-	R
4	Разработка бюджета проекта	A	C	R	C	-	C
5	Подбор приложений для работы с данными	A	C	-	C	R	-

Источник: Составлено автором

Обозначения в данной матрице имеют следующую расшифровку:

R - выполнение работы,

A - утверждение работы,

C - консультирование работ,

I - информирование о работе,

прочерк - не участвует в работе.

2. Матрица власть/интерес (стейкхолдеров) проекта.

Данная матрица основывается на известной модели Менделоу и предполагает определение стратегий работы с заинтересованными сторонами в зависимости от уровня их власти и степени заинтересованности в проекте.

		Уровень интереса	
		Низкий	Высокий
Уровень власти	Высокий	Сегмент С Поддерживать удовлетворенность	Сегмент D Активно управлять
	Низкий	Сегмент А Наблюдать (минимальные усилия)	Сегмент В Держать в курсе дел

Рисунок 1 – Матрица власть/интерес

При разработке стратегии необходимо обеспечить ее соответствие ожиданиям заинтересованных сторон. Это особенно важно при взаимодействии с ключевыми заинтересованными сторонами (сегмент D). Часто сложные ситуации возникают с заинтересованными сторонами из сегмента С. С заинтересованными сторонами из сектора В необходимо поддерживать контакт путем предоставления важной информации по проекту, объяснения сути принимаемых решений и их последствий. В секторе А находятся стейкхолдеры, не очень заинтересованные в реализации проекта и не обладающие достаточными полномочиями, чтобы на него влиять.

3. Диаграмма Ганта.

Такая диаграмма существенно упрощает управление большими проектами со множеством более мелких задач и подзадач, поскольку контроль над соблюдением сроков выполнения разнообразных задач, осуществляющихся параллельно, переходит в визуальную плоскость. Облегчается также отслеживание своевременного выполнения взаимосвязанных задач, что позволяет избежать вынужденных простоев (невозможности приступить к выполнению очередной задачи из-за сорванных сроков выполнения связанной с ней предыдущей задачи).

Пример диаграммы Ганта представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Пример диаграммы Ганта

Источник: Составлено автором

Также в рассматриваемой компании рекомендуется внедрить систему Advanta – это управленческая система для планирования, развития и контроля бизнеса на основе средств визуализации для целостного отображения стратегий, проектов и бизнес-процессов.

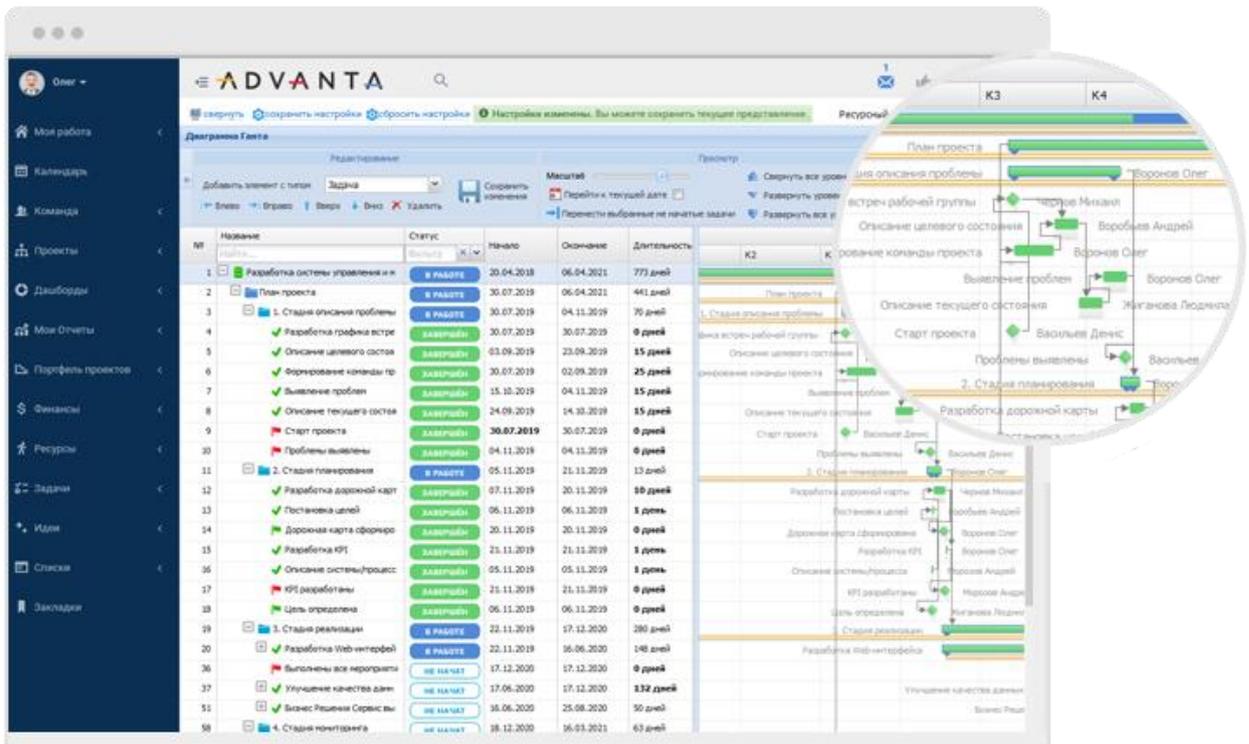


Рисунок 3 – Функционирование системы Advanta

Список литературы

1. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
2. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
3. Коряков А.Г., Жемерикин О.И. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятиях российского химпрома // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 9 (62). С. 37-42.
4. Трифионов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
5. Скубрий Е.В. Применение информационных интеллектуальных систем поддержки управленческих решений в МЧС России // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2013. № 4 (19). С. 50-53.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Лямкин Игорь Ильич, к.э.н., доцент
(КемГУ, г. Кемерово)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

Конкурентные отношения являются важным элементом функционирования отраслевых рынков. Так, в докладе ФАС РФ о состоянии конкуренции в Российской Федерации в 2021 г. отмечено, что «высокий уровень развития конкуренции во всех отраслях способен обеспечить стабильный рост и развитие многоукладной экономики...» [1, с.174]. Проблема развития конкуренции поднимается в трудах многих современных экономистов [2,3,4]. При этом методологические аспекты рассматриваемой проблемы требуют дальнейшего изучения.

Исследование какой-либо определенности требует на первом этапе охарактеризовать эту определенность на уровне непосредственного бытия. Важнейшими характеристиками непосредственного бытия являются качество и количество. Под качеством как таковым понимается непосредственная, тождественная с бытием определенность. Качество – это то, что отличает одно нечто от другого, то, без чего это нечто не существует. Поэтому анализ качественной стороны конкурентных отношений требует выделения совокупности условий, способствующих становлению и развитию конкуренции. Данные условия связаны не только с политикой государства, но и с изменением оптимальных границ производства, соотношением диверсификации и специализации, развитием малого и среднего бизнеса.

Количественная сторона конкурентных отношений раскрывается путем рассмотрения развития их качества. В самом общем виде она характеризуется изменением пространственно-временных характеристик. Время выражает длительность конкурентных отношений. Пространство характеризует распространенность определенных выше условий на рынке, отражающей их хозяйственную широту и развитие рыночных связей. Поэтому определить конкурентные отношения отраслевого рынка можно по отношению к предшествующему периоду (году, десятилетию, столетию и т.д.) или по отношению к другому рынку. В основе этих соотношений могут лежать, например, изменения количества крупных предприятий, числа малых и средних предприятий, концентрации научно-технических исследований и патентов в руках крупнейших предприятий, объема капитала, необходимого для вступления на данный рынок и т.д.

Исследование конкурентных отношений предполагает определение участвующих в нем субъектов. В исследуемой сфере ими являются предприятия-поставщики, предприятия-покупатели, домашние хозяйства и государство. Выделение субъектов рынка обуславливает необходимость исследования взаимосвязей, складывающихся между ними по поводу форми-

рования условий, способствующих становлению и развитию конкуренции. Субъекты взаимодействуют друг с другом как продавцы и потребители. Государство, кроме того, осуществляет функцию регулирования конкурентных отношений. Поэтому анализ субъектов конкурентных отношений охватывает, во-первых, продавцов определенной продукции, во-вторых, ее потребителей, в-третьих, государство, осуществляющее антимонопольное регулирование взаимоотношений продавцов и покупателей. В связи с этим в структуре конкурентных отношений целесообразно выделить три типа отношений:

- 1) отношения между предприятиями-покупателями и предприятиями-производителями товара;
- 2) отношения между предприятиями и домашними хозяйствами;
- 3) отношения между продавцами (покупателями) и государством как регулятором конкурентных отношений.

Выделение этих отношений позволяет теоретически обосновать характер развития конкурентных отношений, обусловленный объективными экономическими факторами и деятельностью государства.

В деятельности рыночных субъектов можно вычлениить две объективные тенденции: к усилению и ограничению конкуренции.

Для предприятий первая тенденция связана со следующими моментами. Во-первых, каждое предприятие – это относительно обособленный тип. Его функционирование порождает соответствующие потребности, цели, побуждает к деятельности, направленной на реализацию собственных интересов. Причем, для каждого предприятия характерна внутренняя направленность на свое воспроизводство в расширенном масштабе. Однако они объективно не имеют в себе всего необходимого для своего функционирования, для достижения своих целей, реализации интересов и поэтому вынуждены выходить за свои пределы и вступать в отношения друг с другом по поводу производства, распределения, обмена и потребления общественного продукта. В связи с этим хозяйственная самостоятельность предприятий обязательно сочетается с их хозяйственной взаимозависимостью. В то же время количество объектов интересов предприятия за его пределами также ограничено. Поэтому, вступая в отношения друг с другом, предприятия для реализации своих интересов объективно имеют противоположные направленности, отрицая друг друга, что способствует усилению конкуренции.

Во-вторых, так как существенным стимулом для предприятия является прибыль, то для стабильного ее получения предприятие должно часть прибыли использовать на расширение, модернизацию и структурную перестройку производства, исследование рынка и обеспечение реализации произведенной продукции. А это создает предпосылки для диверсификации производства, систематического обновления ассортимента продукции и услуг, что также усиливает конкуренцию на рынке.

В-третьих, в связи с тем, что самым сложным этапом в деятельности предприятия является момент выхода на определенный товарный рынок, то в современных условиях предприятия стремятся сохранить свои позиции на рынке даже по временно убыточным товарам и услугам, так как уход с рынка ради сиюминутного повышения рентабельности производства ведет, в конечном счете, к еще большим потерям. То есть, такой способ хозяйствования предприятия ведет к насыщению рынка товарами, а, следовательно, к усилению конкуренции.

Другая тенденция, характерная для предприятий как конкурентных отношений, заключается в усилении процесса монополизации и ограничении конкуренции. Это связано с тем, что каждое предприятие стремится к тому, чтобы занять большую долю рынка и обеспечить себе монопольное положение в целях стабильного получения прибыли.

Домашние хозяйства занимают в экономике двойственное положение, выступая, с одной стороны, как потребители, а с другой, как владельцы производственных ресурсов. Как собственники факторов производства, они, с одной стороны, конкурируют друг с другом за наиболее выгодные условия использования этих ресурсов, а с другой стороны, стремятся сохранить достигнутое монопольное положение. Например, как поставщики рабочей силы, домашние хозяйства, чтобы упрочить свои позиции на рынке труда, объединяются в профсоюзы, монополизируя крупные сегменты этого рынка.

Как потребители, домашние хозяйства выступают против монопольных тенденций в народном хозяйстве, ведущих к росту цен и снижению качества продукции. Они объединяются в союзы потребителей, чтобы противостоять монополии в производстве и обращении.

Таким образом, в деятельности домашних хозяйств также объективно заложены две тенденции: к усилению и ограничению процесса демонополизации в сфере торговли.

В условиях рыночного хозяйства противоречие взаимодействия этих двух тенденций, тенденции к монополизации, то есть стремления субъектов хозяйственной деятельности занять наиболее выгодное положение на рынке, и тенденции к демонополизации, то есть необходимости формирования условий, способствующих становлению и развитию конкуренции как основной движущей силы экономического развития, разрешается с участием государства, задача которого – нахождение и установление в каждом конкретном случае оптимального состояния конкуренции на рынке. Однако этим роль государства не ограничивается. Государство, сосредотачивая в своих руках функции по антимонопольному регулированию экономики, само становится монополистом, отражая интересы более сильных в политическом и экономическом плане группировок, которые часто являются монополистами на рынке. Поэтому деятельность государства противоречива. С одной стороны, задачей государства является созда-

ние и поддержание условий для развития конкуренции, а с другой, часто оно отражает интересы монопольных структур.

Исследование конкурентных отношений предполагает определение их объекта. Думается, что этим объектом является монополизированная среда. Качественная сторона монополизированной среды характеризуется монополистической силой субъектов, то есть их способностью в той или иной мере оказывать влияние на рыночную ситуацию. В известных основных типах рыночной ситуации (чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия) монополистическая сила субъектов изменяется от минимума в условиях чистой конкуренции, когда каждый субъект в отдельности не может установить контроль над рынком, до максимума при чистой монополии, когда единственный субъект на рынке имеет полный контроль над ним. В реальной действительности монополистическая сила находится где-то в интервале между этими крайними значениями. Количественная сторона отражает распространенность монополизированной среды по территории, товарам (работам, услугам) и длительность ее состояния в определенном качестве.

Учитывая существование двух тенденций в деятельности рыночных субъектов представляется важным рассмотреть их противоречивое взаимодействие.

Противоречие конкуренции и монополии как любое диалектическое противоречие в своем движении проходит три основных этапа: становление, развитие и разрешение.

Сами конкурентные отношения в момент своего становления содержат в себе в качестве момента отношения монополизации, то есть они уже в этот момент отрицают себя. Возникнув, конкурентные отношения не только содержат в потенции отношения монополизации, более того, они уже предполагают отношения по поводу монополизации собственности. Конкурировать могут только обособленные производители. Независимость, самостоятельность хозяйствующих субъектов основывается на частной собственности. Таким образом, становление конкурентных отношений обусловлено существованием отношений монополизации.

Развиваясь, конкурентные отношения способствуют усилению конкуренции на рынке. Поэтому хозяйствующие субъекты в этих условиях все в большей степени вынуждены обеспечивать себе наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, вступая в конкурентную борьбу. Чтобы не стать аутсайдерами в конкуренции им приходится постоянно обновлять производство, используя новые производительные средства, улучшая организацию производства, расширять свою деятельность. При этом с ростом масштаба производства до исчерпания его положительного эффекта расширяется и углубляется специализация рабочих и управленческого персонала, появляются большие возможности для использования капитала, так как высокотехнологичное оборудование часто становится эффективным только при больших товарооборотах. Все это ведет к повыше-

нию экономической эффективности, а, следовательно, к снижению издержек производства. Таким образом, конкуренция способствует концентрации и централизации производства, появлению крупных предприятий, обладающих значительной монопольной силой. А это создает предпосылки для монополизации рынков. В результате, конкурентные отношения отрицают себя и порождают свою противоположность, отношения монополизации, то есть, конкурентные отношения и отношения монополизации не только противостоят друг другу, но и превращаются друг в друга, сохраняя при этом себя и все явление в целом.

Породив монополию, конкурентные отношения вступают с ними во взаимодействие. Это взаимодействие ведет к динамическому развитию конкуренции и монополии. Картели, синдикаты, концерны и другие монополии ведут конкурентную борьбу между собой и предприятиями немонополизированного сектора. Кроме того, с появлением и развитием монополии зарождается антимонопольное законодательство, посредством которого государство пытается ограничить тенденцию к монополизации экономики. В результате, в условиях современного рынка действуют две тенденции: к монополизации и к развитию конкуренции на отраслевых рынках, которые уравнивают друг друга и поддерживаются, как объективными причинами, так и государством.

Таким образом, противоречие взаимодействия конкуренции и монополии показывает их взаимообусловленное движение и позволяет сделать вывод, что каждому этапу экономического развития соответствует определенное эффективное состояние их взаимодействия.

Список литературы

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2021 год. [Электронный ресурс] // ФАС РФ – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/688431> – [13.09.2022].
2. Казанцева, Е. Г. Исследование изменения властных позиций ТНК на глобальных рынках / Е. Г. Казанцева // Стратегическое управление устойчивым развитием экономики в новой реальности. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – С. 153-182. – DOI 10.18720/IEP/2022.2/4. – EDN ZVCADJ.
3. Шутько, Л. Г. Развитие конкуренции, монополизм и монополизация в пореформенной России: теоретические и практические аспекты / Л. Г. Шутько, А. К. Муромцева, А. Н. Малюгин // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2020. – Т. 8. – № 4. – С. 61-68. – DOI 10.12737/2587-9111-2020-61-68. – EDN UHNDGL.

Митина Дарья Алексеевна, студент гр. ЭУб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

Шевцова Анастасия Александровна, студент гр. ЭБт-201.2
(Филиал КузГТУ в г. Прокопьевске)

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ АРАБСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ЕГИПЕТ

В современных условиях успешное положение страны в мировом рейтинге и ее имидж во многом определяются конкурентоспособностью ее экономики. Мировая экономика встречается с комплексом существенных и взаимосвязанных проблем, характеризующихся экономической нестабильностью, поэтому в условиях глобализации все государства должны правильно оценивать свои реальные источники конкурентоспособности и минимизировать отрицательное влияние внешних факторов для своего экономического развития.

Из 12 компонентов индекса глобальной конкурентоспособности Арабская Республика Египет стабильно отражает слабые результаты в сферах, связанных с макроэкономическим равновесием, уровнем образования населения, инновационными процессами в экономике и эффективностью рынка рабочей силы. Экономика страны страдает от многочисленных диспропорций, сопровождающихся нестабильностью обменного курса национальной валюты и сокращением объемов международных валютных резервов.

Наряду с общепринятым в мировой практике анализом индекса глобальной конкурентоспособности, оценим конкурентоспособность Арабской Республики Египет с помощью инструментов SWOT-анализа и выделим ключевые факторы [1-4].

Таблица 1 – Результаты SWOT-анализа экономики Арабской Республики Египет

Сильные стороны	Слабые стороны
Известность среди потенциальных инвесторов Климатические условия Исторические достопримечательности	Дефицит ресурсов для развития Слабо налаженные каналы сбыта Неблагоприятные экологические условия Низкоквалифицированная рабочая сила Сезонный характер производства
Возможности	Угрозы
Условия для развития новых направлений деятельности и произ-	Высокая конкуренция среди зарубежных инвесторов

<p>водств</p> <p>Спрос на товары у населения</p> <p>Освоение новых рыночных ниш</p> <p>Развитие международного сотрудничества</p>	<p>Влияние сезонного фактора на показатели экономического развития</p> <p>Экологический проблемы</p> <p>Культурный уровень населения</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Таблица 2 – Ключевые факторы конкурентоспособности
Арабской Республики Египет

Фактор	Характеристика	Оценка
Аттрактивность	Уникальные исторические и культурные памятники	Высокий
	Рекреационная база	Высокий
	Климатические условия	Высокий
Экономика	Благоприятное соотношение цены и качества на товары, работы и услуги	Средний
	Стабильный курс национальной валюты	Средний
	Рост доходов населения	Низкий
	Налаженность каналов сбыта	Низкий
	Наличие современного инструментария маркетинга	Низкий
Безопасность	Антитеррористическая безопасность	Низкий
	Вероятность межэтнических конфликтов	Средний
	Защищенность иностранных граждан	Низкий
Экология	Чистота окружающей среды	Средний
	Наличие системы экологического мониторинга	Низкий
	Наличие современных очистных сооружений	Низкий
	Уровень антропогенной нагрузки	Средний
Технология	Развитость транспортной инфраструктуры	Средний
	Состояние коммунального хозяйства	Низкий
	Состояние дорог	Средний
	Состояние системы жизнеобеспечения	Низкий
Политические условия	Политическая стабильность	Низкий
	Таможенные формальности	Высокий

Для повышения конкурентоспособности экономики Египта в экономической литературе предлагаются следующие мероприятия [1].

Во-первых, решить вопрос повышения эффективности использования и качества трудовых ресурсов. Ключевым фактором здесь является финансирование образования и повышения его уровня у населения.

Во-вторых, решить вопрос улучшений условий макроэкономической среды путем укрепления курса национальной валюты, поддержания налоговой и валютной политики, снижения темпов инфляционных процессов,

борьба с коррупционными явлениями, стимулирование национальных и зарубежных инвесторов и усиление индустриализации в целях снижения безработицы.

В-третьих, увеличить затраты на выполнение научных исследований и разработок для обеспечения роста эффективности инновационных процессов, жизненноважных для повышения глобальной конкурентоспособности.

Список литературы

1. Абдельмаджид, Ф. Э. Ю. Анализ и оценка глобальной конкурентоспособности Египта / Ф. Э. Ю. Абдельмаджид // Казанский экономический вестник. – 2019. – № 4 (42). – С. 36-41.
2. Мешкова, И. В. Проблемы экономической безопасности малого инновационного бизнеса / И. В. Мешкова, Ю. О. Егорова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 256-258.
3. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30(4). – С. 103-109.
4. Синтяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синтяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.

Михайленко Дарья Алексеевна, студентка гр. МУб-201
Научный руководитель: Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОСОБЕННОСТИ ПОНЯТИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Фундаментом рыночной экономики являются разнообразие форм собственности, свобода и поддержка конкуренции, единство экономического пространства. Перечисленные элементы образуют одну из основ конституционного строя России, которая позволяет любому участнику рыночных отношений свободно и, самостоятельно осуществлять и регулировать экономическую деятельность в рамках настоящего законодательства Российской Федерации [1].

Каждый участник рыночных отношений имеет право эксплуатировать свои способности и имущество в предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности [2]. Таким образом, Конституция Российской Федерации дает возможность свободно реализовы-

вать производственный потенциал без участия государства, что положительно влияет на рыночную экономику страны.

Конституция Российской Федерации запрещает недобросовестную конкуренцию в экономическом пространстве [2]. Недобросовестная конкуренция – это нарушение общепринятых правил и норм конкуренции, требований добропорядочности и справедливости. Другими словами, недобросовестная конкуренция — это запрещенное негативное влияние конкурентов в одностороннем порядке на оборот товара на рынке, применение уловок и хитростей, а также недозволенных действий в осуществлении предпринимательской деятельности, приводящих к материальным убыткам или приносящих вред репутации конкурента [5]. Примерами недобросовестной конкуренции могут служить: распространение ложной или конфиденциальной информации о конкуренте или его товаре; демпинг; переманивание потребителя незаконными методами; разглашение коммерческой тайны или производственной информации конкурента без его ведома; нарушение качества товара; копирование продукции конкурента и т.д.

К признакам недобросовестной конкуренции относят [5]:

Во-первых, недобросовестная конкуренция представляет собой только действие: влияние, причинение, получение, распространение и т.д. Бездействие не является признаком недобросовестной конкуренции.

Во-вторых, нахождение добросовестного и недобросовестного конкурентов в одной стезе, на одном рынке, производящих схожую продукцию. Конкурирующее положение предпринимателей – это фундамент возникновения недобросовестной конкуренции.

В-третьих, наличие нарушений предпринимателем законодательства Российской Федерации, требований справедливости, добропорядочности и разумности. Ввиду расхождений в определении понятия моральных качеств и в субъективной природе данного определения существует масса споров и разногласий в области недобросовестной конкуренции.

В-четвертых, причинение убытков или нанесение вреда деловой репутации конкурента, возникающих благодаря неправомерной деятельности, недобросовестным методам и способам конкуренции участника рыночных отношений.

С недобросовестной конкуренцией можно и нужно бороться. Регулирует данный вопрос орган государственной власти – Федеральная антимонопольная служба. В данный орган необходимо обратиться с жалобой и перечнем документов, доказывающих наличие недобросовестной конкуренции. Подать жалобу можно в письменной и в устной форме. ФАС в установленный срок рассмотрит жалобу и в случае подтверждения наличия нарушения законодательства в области защиты конкуренции вынесет предписание правонарушителю. В предписании будет изложено требование об устранении нарушений в установленный государственным органом срок [5].

Более того, субъект рыночных отношений, нарушающий законодательство, может понести административную ответственность. В случае незначительного ущерба предпринимателю, нарушившему закон, назначается штраф на сумму до 50 тысяч рублей [3]. А если ущерб носит значительный характер, то данный предприниматель будет привлечен к уголовной ответственности [4].

Если в результате осквернения личности конкурента, пропаганды ложной информации о товарах, т.е. ведения недобросовестной борьбы за потребителей и прибыль, был нанесен урон деловой репутации соперника, то данный субъект рыночных отношений может подать жалобу не только в Федеральную антимонопольную службу, но и в суд, с требованием опровержения ложной информации, выплате компенсации морального вреда и понесенных убытков.

Для предотвращения отрицательных итогов недобросовестной конкуренции, необходимо тщательно защитить конфиденциальную информацию организации, сведения о производственной и коммерческой тайне, следить за безопасностью электронных баз данных и ограничить круг лиц, владеющих секретными сведениями.

Таким образом, недобросовестная конкуренция приносит много проблем честным субъектам рыночных отношений. Но существует масса способов борьбы с ней, существенную роль в которой играет Федеральная антимонопольная служба. Данный орган государственной власти эффективно выполняет свою работу, о чем свидетельствует сложившаяся в последнее время правоприменительная практика.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 01.07.2020 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, № 31, ст. 8.
2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 01.07.2020 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, № 31, ст. 34.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Текст]: от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 24.04.2020) // Собрание законодательства РФ. – 07.01.2002. – № 1 (ч. 1). – Ст. 14.33.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации [Текст]: от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 07.04.2020) // Собрание законодательства РФ. – 17.06.1996. – № 25. – Ст. 178.

5. Серебруев И.В. Правовая природа недобросовестной конкуренции: понятие, признаки, формы // Бизнес, Менеджмент и Право, 2015. № 1. С. 146.

Михайленко Дарья Алексеевна, студентка гр. МУб-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Суть конкуренции в экономике заключается в соперничестве экономически активных субъектов, имеющих одинаковую цель, за результативную эксплуатацию факторов производства, при условии единых правил для всех членов конкурентной борьбы.

Для любого человека, желающего открыть свое дело, важна информация о своих реальных и потенциальных конкурентах. Полезно знать, что они продают, какого качества товары, а главное выяснить, какие планы и перспективы развития имеют конкуренты, какие методы ценообразования используют, какими способами продвигают свои товары на рынке [1].

Для того чтобы бизнес процветал и приносил доход, необходимо производить и продавать продукцию лучше и качественнее, чем у конкурентов. Это позволит предпринимателю выручить большую прибыль и обойти конкурентов.

Рассмотрим основные направления исследования конкурентной среды [3]:

1. Выявление самих конкурентов.

Обнаружить конкурентов можно с помощью СМИ, каталогов, рекламных брошюр, объявлений и т.д. А также предприниматель может воспользоваться другими хитрыми методами поиска конкурентов. Например, написать письмо на электронную почту конкурента, в котором подробно расспросить его о предоставляемых товарах и услугах. Другим примером выявления конкурентов является размещения объявлений о покупке сходного товара конкурента. После чего соперник объявится самостоятельно. Данные методы способствуют быстрому нахождению конкурентов [1].

2. Исследование ценовой политики конкурентов.

В данном пункте помимо исследования цен на товары и услуги конкурентов необходимо изучить структуру скидок, бонусов и подарков, которые соперники используют в своей деятельности.

Информация о ценовой политике конкурентов подразделяется на две группы. В первой группе находятся сведения, вытекающие из маркетинговых программ, обзоров и опросов, прейскурантов [2]. Но необходимо подчеркнуть, что в данных источниках информации конкуренты устанавливают цены немного ниже, чем в действительности.

Более точной является информация о ценовой политике конкурентов, находящаяся во второй группе. Чтобы узнать реальные цены соперника, необходимо прийти в его организацию, выдавая себя за клиента. Другой способ разузнать информацию о ценах конкурента, является создание беседы, группы или форума, где будут содержаться отзывы, советы, рекомендации и мнения реальных клиентов о ценах, качестве товаров и услуг [2].

3. Анализ поставщиков товаров конкурентов.

Для нахождения информации о поставщиках товаров необходимо прочитать данные на упаковке товара, сертификате качества, инструкции по применению и т.д.

Большую роль для анализа поставщиков товаров конкурентов играют условия работы и сотрудничества конкурента с поставщиками.

Возможно, собрать собственными силами или с помощью третьих лиц материалы об объемах закупок, их периодичности, прибыли и об ассортименте товаров конкурента.

4. Оценка эффективности работы конкурентов.

Оценить результативность работы соперника можно, изучив сведения о материальном положении его организации, потенциальных и реальных ресурсах компании, необходимых для осуществления эффективной деятельности. Информацию о кадровом резерве организации можно найти на официальном сайте компании (при его наличии) или посмотреть вакантные места в организации на различных сайтах в сети Интернет.

5. Исследование кадров и структуры управления конкурентов.

Предпринимателю важно знать о людях, работающих в организации конкурента, т.е. о кадровом составе организации. А также будет не лишним выяснить информацию о самом конкуренте, его личных особенностях, чертах и тонкостях, которые он использует в работе. Узнать подробности о личности соперника можно с помощью СМИ, «сарафанного радио», бесед с партнерами конкурента, изучения его социальных сетей [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что для эффективной организации труда и максимизации прибыли предпринимателю необходимо изучить конкурентную среду, проанализировав ценовую политику конкурентов, материальные ресурсы, сведения о поставщиках товаров, а также выяснить условия их сотрудничества с конкурентами. Немаловажным является изучение кадрового состава организации конкурента. Данные действия позволят детально проанализировать конкурентную среду, обойти конкурента и занять лидирующее положение на рынке.

Список литературы

1. Иванова Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. – 2018. – № 7. – С. 67-69.

2. Каткова Т.В. Конкурентоспособность, как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой / Т.В. Каткова // Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции. – Новосибирск. – 2018 – С. 55-59.
3. Олькова М. А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 8. – С. 57-59

Мищенко Владимир Владимирович, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ) является элементом налоговой системы Российской Федерации. Его назначение, как и других налогов, выполнение фискальной функции. Но при этом НДФЛ является инструментом социальной политики государства. Социальность этого налога проявляется в применении налоговых вычетов, позволяющих и направленных на снижение налоговой нагрузки на тех плательщиков этого налога, которые либо заслужили такое снижение, либо нуждаются в поддержке государства.

В отличие от других налогов фискальная функция НДФЛ и его социальное содержание не равноценны. Более того, правомерно утверждать, что для этого налога его социальная значимость превалирует над его фискальным назначением. Цель социального назначения НДФЛ заключается в снижении неравенства налогоплательщиков в реализации их возможностей своего расширенного воспроизводства. Она достигается двумя путями.

Первый путь предполагает снижение налоговой нагрузки за счет применения налоговых вычетов в отношении налогоплательщиков, которые в текущий момент не в состоянии нести налоговое бремя в полном объеме.

Второй путь предполагает возложение налоговой обязанности в большем объеме на тех налогоплательщиков, доходы которых позволяют им нести эту обязанность. Реализация этого пути осуществляется через применение прогрессивной шкалы налогообложения.

Изучение практики применения НДФЛ, что действующей конструкции НДФЛ присущи следующие проблемы.

В налоговом законодательстве РФ имеются нормы, регулирующие порядок признания физического лица налоговым резидентом РФ. Однако нечеткость изложения этих норм и их противоречивость имеют свои отрицательные последствия, а именно [2]:

1. четко не определено начало течения срока, с которого налогоплательщик может быть признан налоговым резидентом;

2. в результате часть доходов физического лица, полученных им в текущем налоговом периоде, может облагаться по налоговым ставкам, распространяемым на налоговых резидентов, а часть доходов – по ставкам, действующим в отношении лиц, не являющихся налоговыми резидентами РФ;

3. соответственно налогоплательщик может быть необоснованно лишен права воспользоваться налоговыми вычетами, либо, наоборот, необоснованно использовать их.

Проблемным моментом применения налоговых ставок является отсутствие прогрессии в ставках и порядок применения основной ставки в размере 13%, действующей в отношении доходов, полученных налоговыми резидентами РФ [3]. Аргумент сторонников пропорциональной шкалы налогообложения заключается в утверждении, что прогрессия в ставках приведет к снижению покупательского спроса и как следствие приведет к замедлению темпов экономического развития государства. Однако как показали наши исследования основная налоговая нагрузка ложится на налогоплательщиков с доходами, стремящимися к минимуму, которые по своей численности являются большинством. По нашему мнению при таком подходе может быть достигнут иной результат – повышение покупательского спроса [3].

С 1 января 2021 г. в отношении доходов физических лиц стала применяться двухступенчатая шкала налогообложения, а именно: годовой доход до 5 млн. руб. облагается по ставке 13%, часть годового дохода, превышающего 5 млн. руб. облагается по ставке 15%. Это изменение преподносилось как переход прогрессивному налогообложению доходов физических лиц. Это сомнительно по следующим соображениям [3].

Во-первых, наличие одной ступени трудно признать прогрессией. Мировая практика показывает, что изменение прогрессии в обложении физических лиц составляет от 2-х до 8-ми раз [5]. Анализ прогрессии шкалы подоходного налога, введенной в РФ с 1 января 2021 г., показывает, что ее изменение составляет 1,12 раза. Такую прогрессию сложно признать прогрессией и тем более соответствующей мировой практике.

Во-вторых, в странах, в которых применяется прогрессивное налогообложение физических лиц, установлен минимальный доход, который налогообложению не подлежит. При этом субъектом налогообложения может выступить как отдельное физическое лицо, так и семья (домохозяйство). Например, в США субъектами налогообложения выступают [5]: лицо, не состоящее в браке, лицо, содержащее на иждивении членов семьи, лица, состоящие в браке и подающее совместную декларацию, лицо, состоящее в браке, но подающее декларацию отдельно.

При этом для каждого субъекта налогообложения установлен свой необлагаемый минимум. Такой подход позволяет более справедливо распределить налоговое бремя между налогоплательщиками и в то же время обеспечить субъектам налогообложения достаточную материальную

основу потребления (воспроизводства, поддерживать достаточный уровень жизни и т.д.). Налоговым кодексом РФ подобные нормы в отношении налогообложения доходов физических лиц не предусмотрены в принципе.

По данным нашего анализа при прочих равных условиях семья из 3-х человек в среднем имеет доход на члена семьи ниже более, чем на 30%, чем семья из 2-х человек. Особую остроту это обстоятельство приобретает в отношении молодых семей, у которых суммарный доход является низким в силу массы как объективных, так и субъективных обстоятельств.

Исследование налоговой нагрузки на налогоплательщиков с различными доходами показало, что преобладающими по удельному весу группам плательщиками НДФЛ являются физические лица с доходами до 45 тыс. руб. Суммарная доля таких лиц составляет 63% . Но особенно обращает на себя внимание тот факт, что треть из этих налогоплательщиков обладает доходами до 14 тыс. руб. [3].

Следующей проблемной налоговой ставкой по нашему мнению является ставка в размере 35%, по которой облагаются доходы, трактуемые как материальная выгода. Само наличие этого вида объекта налогообложения сомнений не вызывает, но наш взгляд остается без окончательного ответа вопрос о формах проявления материальной выгоды и теми ее формами, которые предусмотрены НК РФ.

Порядок налогообложения материальной выгоды регулируется ст.212 НК РФ *«Особенности определения налоговой базы при получении доходов в виде материальной выгоды»*. Согласно этой статье признание дохода материальной выгодой в большинстве случаев основано на двух факторах, а именно:

1. этот доход возникает при получении физическим лицом либо займа, либо кредита;
2. это физическое лицо и его займодавец или кредитор должны быть взаимозависимыми.

Если займ или кредит получены физическим лицом в рублях, то в соответствии с п.2 названной статьи НК РФ налоговая база определяется как превышение установленной границы, в качестве которой принимаются 2/3 ключевой ставки НК РФ, п.2 ст.212]. Для займов и кредитов, полученных в валюте эта граница установлена в размере 9 %.

Следующим элементом НДФЛ, который заслуживает обсуждения и вне всякого сомнения корректив являются налоговые вычеты, которые представляют социальную часть налога. Изучение механизма применения налоговых вычетов показало, что особое внимание с точки зрения чувствительности для налогоплательщиков, которым они адресованы, вызывают стандартные и социальные вычеты, а также размеры этих вычетов.

Стандартные вычеты делятся на 2 группы: вычеты, связанные с личностью налогоплательщика [п.1,2 ст.218 НК РФ] и вычеты, связанные наличием у налогоплательщика детей [п.4 ст.218 НК РФ].

Налоговые вычеты, связанные с личностью налогоплательщика, установлены в 2-х размерах: 3000 руб. и 500 руб. Размеры этих вычетов настолько низки, что теряют свою социальную значимость. В первом случае экономия на налоге составляет 390 руб. в месяц, во втором – 65 руб.

Налоговые вычеты, связанные с наличием у налогоплательщика детей, установлены в следующих размерах:

- 1 400 рублей - на первого ребенка;
- 1 400 рублей - на второго ребенка;
- 3 000 рублей - на третьего и каждого последующего ребенка;
- 12 000 рублей - на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы;
- 6 000 рублей - на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы.

Однако устройство этого вычета вызывает сомнение в его действительности. Эти сомнения основаны на следующем [3].

1. Вычет на ребенка-инвалида установлен для прямых родителей в размере 12 000 руб., а для опекунов – в размере 6 000 руб. Это означает, что опекуны, попечители, приемные родители, не находясь в кровном родстве с ребенком-инвалидом, но выполняя по отношению к нему те же социальные функции, что и кровные родители, законодательно ущемлены в своих льготах.

2. Перечисленные налоговые вычеты перестают действовать в налоговом периоде, если доход налогоплательщика превысил 350 тыс. руб. С морально-нравственной точки зрения это ограничение не поддается ни какому объяснению.

3. Ребенок-инвалид таковым может остаться и после достижения им 18-ти летнего возраста и соответственно в силу тяжести заболевания может находиться на иждивении своих родителей (опекунов, попечителей, приемных родителей) и в дальнейшем. Однако им в силу действующего законодательства в получении налогового вычета им будет отказано.

4. Размеры налоговых вычетов в зависимости от количества детей позволят получателям вычета экономить на налоге в месяц от 182 руб. до 390 руб. и 1560 руб. в случае, если ребенок является инвалидом. По нашему мнению такое снижение налогового бремени вряд ли возможно признать социальным и стимулирующим к повышению деторождаемости и тем более к усыновлению или удочерению.

Высказанные нами аргументы позволяют сделать следующие выводы и предложения.

1. Установление статуса налогового резидента.

Необходимо законодательно четко определить дату, с которой начинает течь 12-ти месячный срок исчисления нахождения налогоплательщика на территории РФ.

2. Прогрессивная шкала налогообложения.

Необходимо внедрить в практику налогообложения прогрессивную шкалу налогообложения, что позволит более справедливо распределить налоговую нагрузку среди налогоплательщиков. Кроме этого следует:

– законодательно установить минимальный уровень дохода, который не подлежит налогообложению;

– определить в качестве плательщика налога не только отдельное физическое лицо, но и семью.

Условием возникновения налоговой обязанности является превышения среднесемейного дохода, установленной границы, например, уровня МРОТ или прожиточного минимума.

3. Налоговые вычеты.

Стандартные вычеты, связанные с личностью налогоплательщика, требуют своего развития, а именно в той его части, которая регулирует перечень лиц, имеющих на них право. Перечень лиц, имеющих право на получение вычета в размере 3000 руб., потерял свою актуальность, так как в подавляющем своем большинстве он распространен на тех лиц и события, в которых они принимали участие, произошли от 35 до 65 лет назад.

Вычеты, связанные с наличием у налогоплательщика детей, безусловно, являются показателем социальной политики государства.

Кроме этого величины названных налоговых вычетов в настоящее время столь незначительны, что по сути дела они потеряли свою социальность. Поэтому необходимо их пересмотреть в сторону увеличения.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс] // URL: <https://www.zakonrf.info/>.
2. Мищенко В.В. Проблемы порядка определения статуса налогового резидента // «Управленческий учет», 2021, №3, ч.1, С. 187-192.
3. Мищенко В.В. Проблемы конструкции налога на доходы физических лиц и возможные пути их решения // «Управленческий учет», 2022, №7, ч.2, С. 317 – 328.
4. Трудовые ресурсы, занятость и безработица [Электронный ресурс] // URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force.
5. Социально-экономические индикаторы бедности в 2013-2020 гг. [Электронный ресурс] // URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_Ind_bedn_2013-2020.pdf.
6. Лим О. Каков подоходный налог в США и других странах мира [Электронный ресурс] // URL: https://nalog-nalog.ru/ndfl/stavka_ndfl/kakoj_podohodnyj_nalog_v_ssha_i_drugih_stranah_mira/.

7. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]// URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/>.

8. Пансков В.Г. Прогрессивная или пропорциональная шкала налогообложения: что справедливее и эффективнее? [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/progressivnaya-ili-proportsionalnaya-shkala-nalogooblozheniya-chto-spravedlivee-i-effektivnee/viewer>.

Назарова Адель Эдуардовна, студент гр. ЭОб-191
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ ВНУТРИ ЭКОСИСТЕМЫ: ПРОБЛЕМЫ, ЦЕЛИ И ОСОБЕННОСТИ

По общему определению, экосистемы – это сети бизнес-объектов, которые работают вместе для создания и закрепления ценности (стоимости). Границы и конкурентные стратегии фирмы как экосистемы трудно определить, потому что они представляют собой изменчивые динамичные организации. Внутри экосистемы существует одна или несколько платформ-лидеров. Они обеспечивают саму платформу, вокруг которой и существуют другие члены системы – комплементаторы – участники цепочки поставок, предоставляющие необходимые ресурсы и дополнительные товары.

Самым важным в контексте темы фактором экосистем является то, что платформы и комплементарные элементы не входят ни в одну отрасль, но участвуют в соревнованиях широкого спектра, пересекающих различные отрасли. В экосистемах конкуренция происходит на трех уровнях [1].

1. Между одной платформой и другой, как это было в случае между Apple и Tandy на компьютерном рынке в конце 1970-х, или нынешний случай Apple iOS против Google Android в мобильном секторе.

2. Между платформой и ее дополнениями, как это произошло с Microsoft, захватившей часть ценности от браузеров, потокового мультимедиа и приложений для обмена мгновенными сообщениями, которые работали в ее операционной системе Windows.

3. Среди комплементаторов, каждый из которых стремится занять доминирующее положение в экосистеме, как в случае Spotify, Deezer, Tidal или Apple Music, каждый из которых гонится за одним и тем же потребительским сегментом.

Важно отметить, что в конкуренции внутри экосистемы решающее значение имеет не только количество комплементаторов, но также их качество и разнообразие. Увеличение количества дополнений может привести к саморазрушению, уменьшая косвенные сетевые эффекты. Это правдоподобно объясняет опыт «на грани смерти» компании Apple, когда недавно лицензированные клоны Mac OS наводнили рынок. Следуя ложному мне-

нию о том, что клонирование приведет к снижению цен и увеличению доли рынка, менеджмент Apple не ожидал, что это вызовет спираль коммодификации, крайне низкой маржи прибыли и конкуренции. В то же время, полагаться на слишком малое количество комплементаторов, которые имеют большее значение, чем другие, также рискованно. Исчезновение ключевого дополняющего из них может привести к краху всей экосистемы.

Партнеры по экосистемам работают «как совместно, так и на конкурентной основе» над созданием новых продуктов, услуг и инноваций (Дж. Мур). В экосистеме сотрудничество – это «служанка конкуренции» (Д. Тис). Что это конкретно означает? Члены экосистемы соревнуются в долгосрочной перспективе, инвестируя в ресурсы, возможности и партнеров, которые со временем окупаются, и не учитывают краткосрочные возможности получения прибыли, долю рынка игры с нулевой суммой, кражу соперничества или коммерческую тайну. Цель взаимодействия – «поднять все лодки». И эта «относительная» экология конкуренции применяется на нескольких уровнях.

Нужно понимать экономику проблем «совместного производства». Поскольку данные поступают из множества разных источников и могут быть объединены с множеством разных источников, невозможно предсказать заранее, какие источники и какие комбинации будут совместно создавать ценность (стоимость). Ключевым вопросом здесь является то, что называют фиксированными или почти фиксированными пропорциями или Леонтьевскими «производственными процессами». Производство иногда дает вспомогательные продукты/услуги, которые могут быть ценными или бесполезными, или, что еще хуже, иметь отрицательную ценность. К примеру, ранние австралийские пастухи разводили овец для получения шерсти. Баранина была побочным продуктом и поначалу не представляла никакой ценности. Но с изобретением холодильников в 1880-х годах и они стали ценным и ходовым продуктом [2].

По мере продвижения работы над экосистемами все большее внимание уделялось характеру создаваемого ценностного предложения и его последствиям для структуры и стратегии экосистемы. Р. Аднер определяет экосистему как совокупность партнеров, которых необходимо привести в соответствие, чтобы ценностное предложение фирмы материализовалось на рынке. Неотъемлемым в этом определении является осознание того, что граница экосистемы тесно связана как с природой ценностного предложения, так и со структурой взаимозависимости. Стратегия в экосистемах должна учитывать создание дифференцированного ценностного предложения для привлечения не только конечного потребителя, но и необходимых партнеров. Таким образом, ключевое различие между конкурентной стратегией и экосистемной стратегией заключается в явном рассмотрении акторов, лежащих в стороне от критического пути к конечному потребите-

лю: участия (кто должен быть включен), структуры (кто кому передает) и управления (кто устанавливает правила).

Точно так же, как переход от вертикально интегрированных фирм к цепочкам поставок выдвинул на первый план новые проблемы для области стратегии – расширение решения «производить или покупать», чтобы включить разнообразный спектр стратегий взаимоотношений с поставщиками и связанную с ними динамику возможностей (Г. Чесбро и Д. Тис). То же самое можно сказать и о переходе от цепочек поставок к экосистемам, в которых создание ценности (стоимости) зависит от успешного преодоления зависимостей между множеством многосторонних заинтересованных сторон. Он смещает фокус принятия решений и анализа с границ фирмы на границы ценностного предложения.

С этим переходом рассмотрение переходит от диад к коалициям; от двусторонних управленческих отношений между четко определенным покупателем и четко определенным поставщиком до многосторонней координации, при которой позиционирование партнеров в цепочке создания стоимости само по себе является предметом переговоров; от иерархических отношений к взаимной зависимости и индуцированному сотрудничеству [2].

Доказать появление новой конкуренции возможно, не только анализируя новые формы организации бизнеса, обучения и науки [3; 4], эволюцию экономических теорий, но и с помощью компаративной диагностики принципов новой и классической трактовки конкуренции. В качестве классической модели выбрана трактовка конкуренции в рамках шумпетерианского подхода: «конкуренция – это модель развития рынка». Изучение целей, особых характеристик экосистем, проблем внутри них позволяет выстроить модель новой конкуренции, где основными условиями конкурентоспособности бизнеса становится его органичная встроенность в экосистему, а на отдельных рынках – конструирование собственной экосистемы.

Таким образом, можно определить новую конкуренцию как развивающуюся теоретическую платформу описания условий и механизмов взаимодействия экосистем. Главной предпосылкой необходимости появления этой платформы является эволюция форм организации бизнеса от предпринимателя к предпринимательской сети.

Список литературы

1. Petit N., Teece D. Taking ecosystems competition seriously in the digital economy [Электронный ресурс]. – URL: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)90/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)90/en/pdf).
2. Adner R., Oxley J., Silveman B. Introduction: Collaboration and competition in business ecosystems // *Advances in Strategic Management*. – 2013. – Vol. 30. – P. IX–XVII.
3. Жернов Е.Е. Интеграция научных исследований и подготовки кадров в предпринимательской экосистеме университета // *Шаг в будущее: искус-*

ственный интеллект и цифровая экономика: smart Nations: экономика цифрового равенства: материалы III Международного научного форума. – Москва, 2020. – С. 55–65.

4. Жернов Е.Е. Управление региональным вузом в условиях цифровизации: экосистемный подход // Профессиональное образование и занятость молодежи: XXI век. Цифровое образование: от прогнозов к реальности: материалы Международной научно-практической конференции. – Кемерово, 2021. – С. 164–165.

Нгуен Тхи Фыонг, студент гр. МЕН18-4

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ И ВЫВЕДЕНИЮ НА РЫНОК НОВОГО КОНКУРЕНТНОГО ПРОДУКТА

Разработка нового товара является одним из важнейших направлений деятельности организации. Процесс разработки и вывода товара на рынок включает этапы от генерации идей до начала коммерческой реализации товара [1].

Разработка и выведение на рынок нового товара (услуги) обуславливают следующие факторы:

– процесс устаревания существующих товаров, который вызывается конкуренцией или моральным износом. Снижение рентабельности выпускаемых товаров или оказываемых услуг может быть компенсировано в долгосрочном плане только за счёт введения нового товара (услуги), который пользовался бы спросом у потребителя. Введение нового товара или услуги в ассортимент необходимо для защиты уже вложенных в компанию средств [2]:

– расширение ассортимента товаров позволяет распределять коммерческий риск на более широкий спектр товаров и услуг, уменьшать влияние конкуренции на отдельную сферу деятельности компании;

– необходимость обеспечить более быстрое и постепенное увеличение общей рентабельности компании, выражающейся отношением прибыли к вложенному капиталу, путём сохранения и увеличения конкурентоспособности, более рационального использования отходов производства, более полного использования производственных мощностей и возможностей персонала и, как следствие, более равномерного распределения некоторых накладных расходов, уменьшения сезонных и циклических колебаний в уровне производства и сбыта [3].

Прежде чем перейти к поиску новых идей, проводят GAP-анализ. Он проводится в процессе обзора рыночной ситуации по следующим главным элементам: изъян в использовании; недостаток в распределении; изъян в продукте; брешь в конкуренции.

Основные этапы этого процесса отражены на рисунке 1.

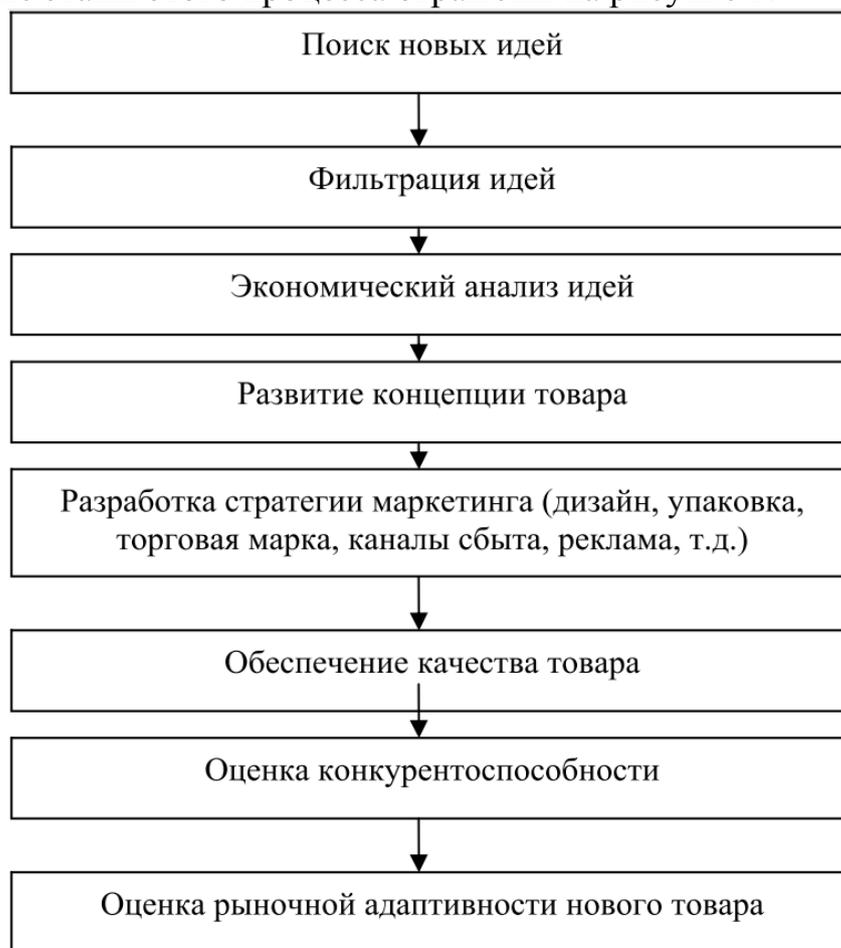


Рисунок 1 – Этапы GAP-анализа [4]

Цель GAP-анализа в том, чтобы выявить те рыночные возможности, которые могут стать для коммерческой организации конкурентными рыночными преимуществами. Проблемным аспектом является то обстоятельство, что по мере разработки новой продукции и вывода ее на рынок все больше внимания менеджерами уделяется проблемам самой организации нежели запросам потребителя.

Анализируя тенденцию развития рынка общественного питания в России, можно сделать вывод о том, что спрос на азиатскую еду в этой стране растёт с каждым днём. На рисунке 2 видно, что первые 3 места в рейтинге отданы азиатским кухням, в частности вьетнамской, китайской и японской кухне. Идёт тенденция к снижению спроса на европейскую и американскую еду. Благодаря, вкусу, приправам и специальным ингредиентам, вьетнамская еда станет уникальной и незаменимой азиатской кухней и сможет надолго закрепиться на рынке общественного питания в РФ. [4]

В этом отношении предлагаемый проект по созданию ресторана вьетнамской кухни силами коммерческой организации ООО «ВИЕТМОС» представляется перспективным в настоящее время.

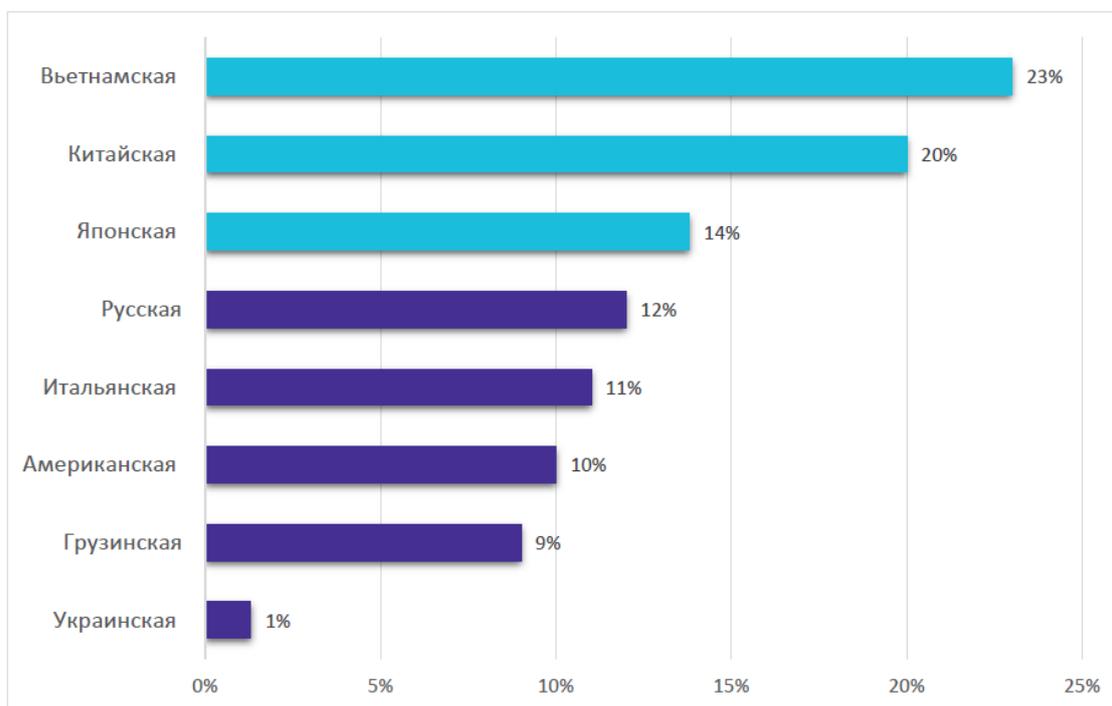


Рисунок 2 – Тенденции развития рынка общепита в РФ [5]

Процесс разработки и вывода нового продукта на рынок проходит в несколько этапов:

- 1.Создание идеи нового продукта;
- 2.Разработка концепции нового продукта (овеществление идеи);
- 3.Анализ возможностей производства и сбыта;
- 4.Анализ потенциального объёма продаж;
- 5.Поиск организации поставок сырья и оборудования;
- 6.Прогнозирование расходов и прибыли;
- 7.Планирование цены;
- 8.Разработку продукта (технологии производства);
- 9.Проведение маркетинговых исследований;
- 10.Пробные продажи;
- 11.Вывод продукта на рынок;
- 12.Подведение итогов. Оценка прибыльности проекта.

Поскольку первый этап подразумевает непосредственную генерацию идеи или поиск замысла нового продукта, можно привести некоторые варианты его прохождения: купить информацию у внешних источников, изобрести новый тип продукта, улучшить существующие характеристики продукта, привлечь новых партнеров для разработки продукта. Участие в процессе разработки продукта потребителей позволит сэкономить время за счёт своевременной коррекции идеи, а также получить первых клиентов, однако стоит принять во внимание риск передачи информации конкурентам. Исходя из этого, можно выделить три подхода к разработке нового продукта [6].

Первый подход. Тип «А» – характеризуется минимальными технологическими и финансовыми требованиями, вследствие незначительного изменения существующего продукта.

Второй подход. Тип «В» – строгие требования к технологиям и оборудованию, высокие финансовые расходы в связи с созданием принципиально нового продукта.

Третий тип. Смешанный тип - ближе или к типу «А», или к типу «В».

Перед началом реализации проекта важно провести идентификацию и классификацию проектных рисков. В результате нашего анализа мы выявили следующие риски рассматриваемого проекта:

1. Превышения бюджета, ошибки в расчётах необходимых затрат
2. Появление новых конкурентов
3. Изменение потребительских предпочтений
4. Отставания от первоначального графика
5. Амортизация оборудования
6. Недостаточный управленческий опыт
7. Несвоевременная поставка сырья и оборудования
8. Непредвиденные скрытые расходы

Также перед началом любого проекта при планировании его содержания важно понимать, какие именно работы проекта будут осуществляться. Такое понимание, как правило, дает проектный инструмент – иерархическая структура работ. Составим ее для рассматриваемого проекта ООО «ВИЕТМОС» и приведем на рисунке 3.



Рисунок 3 – Иерархическая структура работ проекта

Степень детализации пакетов работ проекта и его операций определяется потребностями управления содержанием проекта и зависит от его сложности. Также уровень профессиональной подготовки команды проек-

та влияет на то, насколько подробно необходимо осуществлять декомпозиции работ данного проекта.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
2. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
5. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Пермякова Арина Сергеевна, магистрант гр. НКмоз-201.

Научный руководитель – Кучерова Елена Владимировна, к.э.н., доцент.

(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УГОЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях современной экономики отмечается высокий темп роста рыночных отношений, что в свою очередь приводит к соперничеству (конкуренции) между субъектами рынка. Для того чтобы хозяйственная деятельность предприятия успешно развивалась, регулярно необходимо проводить анализ внутренней и внешней среды. Конкурентоспособность – одна из основных характеристик предприятия, оценивающая текущий статус фирмы в текущей рыночной ситуации.

Угольная промышленность – основополагающая отрасль экономики Кузбасса, а также важная часть топливно-энергетического и металлургического комплексов региона. Именно поэтому оценка конкурентоспособности угольных предприятий является важной задачей как для каждого предприятия индивидуально, так и для региона в целом.

Конкурентоспособность является управляемой характеристикой, но зависящей от многих факторов. В таблице ниже описаны факторы, влияющие на конкурентоспособность угольных компаний.

Таблица 1 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность угольных компаний

НЕУПРАВЛЯЕМЫЕ ФАКТОРЫ	УПРАВЛЯЕМЫЕ ФАКТОРЫ
Горно-геологические и технические условия ведения добычных работ (глубина залегания пластов, мощность, форма, наличие прослоек, материнская зольность, обводненность горных выработок, содержание метана)	Совершенствование производимой продукции и стимулирование ее реализации (качество поставляемой продукции, оптимизация каналов сбыта продукции, устойчивость отношений с контрагентами, рентабельность предприятия)
Состояние конкурентной среды : условия внутреннего рынка топливно-энергетических ресурсов (цены на альтернативные виды топлива), конъюнктура международного рынка угля, система регулирования и поддержки деятельности угольных предприятий на государственном уровне;	Качество управления организацией (организационная форма и структура компании, состав и уровень квалификации сотрудников, учет и контроль величины затрат на добычу и реализацию угля)
	Инновационная направленность деятельности (применение современных технологий добычи, транспортировки, сжигания и переработки угля, оценка влияния воздействия на окружающую среду, совершенствование безопасности условий труда)

Прежде всего, конкурентоспособность угольной компании обусловлена способностью производить и выгодно реализовывать продукцию, умением противостоять вызовам конкурентной среды, навыками создания и использования конкурентных преимуществ.

Угольные предприятия нуждаются в сформированном и едином списке критериев оценивания конкурентоспособности, учитывающих структуру топливно-энергетического баланса страны, существующее неравенство цен на основные виды топливно-энергетических ресурсов, а также влияние транспортно-логистического фактора. Однако практически на всех угольных предприятиях очень слабо развиты системы оценивания

конкурентоспособности, что в свою очередь связано с отсутствием регламентированного списка критериев оценивания.

Критерии оценивания конкурентоспособности угольного предприятия должны позволять оперативно и точно определять «угрозы», формирующиеся под воздействием внешней среды. Кроме того, важно определение и понимание «узких мест» предприятия. Итогом оценки по сформированным критериям станет понимания дальнейшей стратегии ведения хозяйственной деятельности предприятия, которая позволит сохранить или увеличить существующий уровень конкурентоспособности компании.

Для понимания уровня конкурентоспособности угольного предприятия необходимо комплексное оценивание следующих показателей:

- качество угольной продукции;
- эффективность организации труда;
- экологический ущерб;
- логистические проблемы;
- объемы добычи и отгрузки;
- каналы сбыта;

Анализ данных показателей позволяет выявить необходимость разграничения критериев оценки и показателей конкурентоспособности угля как продукции и деятельность компании в целом. По данным исследований многих авторов, рекомендуется индекс конкурентоспособности угля рассчитывать на основе показателей качества и эколого-экономического его потребления, а конкурентоспособность предприятия – через интегральный индекс, устанавливаемый с учетом показателей эффективности всей производственно-хозяйственной деятельности компании и конкурентной способности производимой продукции.

Критерием конкурентоспособности угля служит получение максимальной прибыли от реализации на единицу совокупных затрат, связанных с добычей, обогащением, транспортировкой, использованием угля. Сам же индекс конкурентоспособности угля равен отношению показателей эффективности использования потребителями анализируемой продукции и продукции, производимой конкурентом, выбранной в качестве эталона для сопоставления. Для оценки конкурентоспособности углей разных производителей, предлагается показатель эффективности корректировать с помощью коэффициентов, учитывающих различия в основных качественных характеристиках угля (зольность, калорийность, влажность, содержание серы).

Критериями оценки конкурентоспособности угледобывающего предприятия являются эффективность деятельности компании в целом и конкурентоспособность производимой продукции. Такой подход позволяет определить, какой из рассматриваемых критериев – конкурентоспособность продукции, рентабельность основной и прочей

производственно-хозяйственной деятельности – оказывает более существенное влияние на изменение конкурентоспособности компании.

На основании изученной литературы, можно сделать вывод о том, что основополагающим фактором конкурентоспособности угольного предприятия является эффективная государственная политика в области регулирования социально-экономических условий функционирования отрасли. Она должна быть нацелена на: 1) регулирование структуры потребления основных видов топливно-энергетических ресурсов на внутреннем рынке с позиции рациональности и экономической безопасности страны; 2) осуществление протекционистической политики в отношении компаний-экспортеров; 3) разработку и применение в отношении угледобывающих компаний системы налоговых и кредитных мер, стимулирующих их инвестиционную активность.

Список литературы

1. Программа развития угольной промышленности России на период до 2030 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 21 июня 2014 г. № 1099-р г. Москва.
2. Ревазов М.А., Бурчаков В.А. Актуальные проблемы развития угольной промышленности России // Горный информационно-аналитический бюллетень. – 2011. - № 5. – С. 302-306.
3. Краснянский Г.Л. Уголь в экономике России. – М.: Экономика, 2011. – 383 с.
4. Димитров И.Л. Разработка системы формирования инвестиционного процесса на предприятиях ТЭК в условиях рыночной экономики (на примере угольной отрасли). Автореф. дис на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. – М, 2006.

Пестерева Елена Владимировна, студент гр. ЭУб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

Плотникова Валерия Евгеньевна, студент гр. ЭБт-201.2
(Филиал КузГТУ в г. Прокопьевске)

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ ТУНИСА

В последние годы отмечен растущий интерес зарубежных частных инвесторов к Тунису, как в сфере туризма, так и в сфере недвижимости.

Тунис – относительно небольшое по размерам североафриканское государство, население которого составляет 10 млн. человек. До 1956 года оно являлось французской колонией, и поэтому исторически сложилось, что в этой стране невысокий уровень жизни. Несмотря на это, экономика

Туниса активно развивается, чему благоприятствует инвестиции зарубежного бизнеса в сферу туризма. Экономика этой страны была модернизирована за счет капиталовложений в образовательную и торговую деятельность.

Согласно Докладу о конкурентоспособности, представленному Мировым экономическим форумом, Тунис находится на 1 месте в рейтинге конкурентоспособности экономик африканских государств и стран арабского мира. Индекс экономической свободы в Тунисе – 59,3 %, в то время как в среднем по африканскому континенту он составляет 58,7%.

Важнейшими отраслями экономики государства являются туристический бизнес, сельское хозяйство, энергетическая отрасль и добывающая промышленность. После обретения независимости экономическое развитие в Тунисе происходило относительно быстрыми темпами, но с допущением ошибок. Данное обстоятельство проявилось уже в 70-е годы XX века, а в 80-е годы, когда снижение объемов добычи нефти сопровождалось жесточайшей засухой, негативно отразившейся на сельском хозяйстве, сократило доходы от экспорта. Это обусловило кризис платежеспособности в 1986 году и побудило правительство страны прибегнуть к финансовой поддержке. Последствия кризиса удалось устранить к 1988 году с ростом мировых цен на нефть и повышением количества атмосферных осадков, что позволило собрать хороший урожай. Затем в результате ведения военных действий в зоне Персидского залива замедлилось развитие экспортных контрактов и туристического сектора, и вновь в 1991 правительство Туниса ввело режим жесткой экономии государственных финансов. После этого страна достаточно быстро устранила последствия войны, что увеличило объем ВВП на 8,6 % в 1992 году. Благоприятно отразилось на инвестиционном климате и конкурентоспособности экономики Туниса подписание в 1998 году соглашения о торговле с Европейским Союзом [1].

Несмотря на то, что Тунис как туристический центр пока не столь популярен, как Турция и Египет, внимание к нему со стороны зарубежных инвесторов растет [1-4]. Также растущий интерес проявляется в сфере рынка недвижимости. Крупные международные фирмы, привлеченные стабильным, несмотря на авторитарность, политическим и экономическим курсом, начали осуществлять финансовые вложения в строительную отрасль. Иностранцы приобретают дома для отдыха. И этому есть не только экономические причины: отличное образование, уровень грамотности населения, который является один из самых высоких в африканском континенте, а также уровень здравоохранения, сопоставимый с европейским.

Финансирование строительства крупных объектов недвижимости происходит главным образом из государств Персидского залива (ОАЭ), а также из международных компаний всемирно известных брендов Pfizer, Ericsson и Siemens.

Основой экономики Туниса является сельское хозяйство, в этом секторе занято почти 35 % населения трудоспособного возраста. На более чем 60 % территории страны природно-климатические условия благоприятствуют ведению сельского хозяйства. По степени влияния данного фактора в Тунисе можно выделить 5 сельскохозяйственных регионов. Во-первых, плодородные почвы горных долин северных районов – поставщиков пшеницы. Во-вторых, северо-восточные районы и полуостров Эт-Тиб – поставщики цитрусовых культур и винограда. В-третьих, север центрального района Туниса, где растут оливковые деревья. В-четвертых, центральный регион, являющийся – центром овцеводства. В-пятых – южная часть центрального района, самая засушливая из всех, с наличием оазисов. В этом регионе неблагоприятные природно-климатические условия не гарантируют стабильные и высокие урожаи, система орошения недостаточно развита, и потому успех фермера здесь полностью связан с количеством осадков в году.

Основными сельскохозяйственными культурами традиционно в Тунисе являются пшеница, ячмень, кукуруза, овес, сорго. Несмотря на собственное сельскохозяйственное производство, объемы произведенной продукции не покрывают нужды населения, в связи с чем Тунис импортирует продовольственные товары. На экспорт в стране выращивают оливки, дыни, миндаль, из фруктов – апельсины, фиги, финики, виноград, абрикосы, из овощей – помидоры, картофель, перцы, сахарную свеклу. Основными статьями животноводства в Тунисе являются овцы, цыплята и козы, а также крупный рогатый скот, лошади и верблюды.

Правительство Туниса ставит главную задачу развития экономики страны – рост сельскохозяйственного производства. В 1969 году государство отказалось от реализации политики приватизации данной отрасли, и сегодня оно держит курс на 100 %-ное обеспечение, и данная мера будет эффективным вариантом политики импортозамещения, а также уменьшит отток населения из сельской местности в городской сектор. В настоящее время руководство страны реализует мероприятия по повышению эффективности сельскохозяйственной отрасли путем увеличения площадей под мелиорацию, что поможет противостоять частым засухам. Практически все орошаемые земли страны расположены в ее северной части – в основном в долине реки Меджерды в районе Кайруана. Другим способом повышения объемов сельскохозяйственного производства является техническое оснащение и использование химических удобрений. Однако описанные программы модернизации сельскохозяйственного сектора касаются в основном крупных хозяйств, на мелких фермерских участках все также применяются традиционные методы хозяйствования.

Перечисленные в данном исследовании тенденции развития экономики Туниса, а также ее сильные и слабые стороны, могут служить для потенциальных зарубежных инвесторов опорными моментами, на

которые следует обратить внимание при принятии решений об инвестировании и оценке возможных рисков при реализации инвестиционных проектов.

Список литературы

1. Сливкин М. Дом с видом на Сахару? Почему бы и нет! URL: <https://www.zagrandom.ru/articles/854.phtml> (Дата обращения: 30.10.2022).
2. Мешкова, И. В. Проблемы экономической безопасности малого инновационного бизнеса / И. В. Мешкова, Ю. О. Егорова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 256-258.
3. Механизм интеграции сельскохозяйственного сектора экономики Казахстана в рамках ЕАЭС / Д. М. Мадиярова, Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов, А. А. Аманбаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30 (4). – С. 103-109.
4. Синяпова, О. М. К вопросу о преступлениях в сфере внешнеэкономической деятельности / О. М. Синяпова, Ю. В. Тихонова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 68-70.

Помогалов Никита Алексеевич, студент гр. БЭс-191
Научный руководитель – Куманеева Мария Константиновна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Развитие и применение института естественных монополий в РФ актуально в наше время, так же, как и во времена СССР. Данный феномен объясняется необходимостью преодоления проблем конкуренции, которые в свою очередь тормозят развитие жизненно необходимых общественных благ. В данной работе проведено изучение истории возникновения и процесса развития естественных монополий, определение их роли в современной рыночной конъюнктуре и выделение проблем для поиска путей их преодоления.

Цель данной статьи – анализ развития института естественных монополий и рассмотрение направлений преодоления актуальных проблем в исследуемой области.

К современному этапу развития российская экономика подошла с высоким уровнем монополизации экономики, что проявляется в высокой зависимости социального благополучия населения от результатов работы предприятий-монополистов, а также наличием общей зависимости экономики страны от их деятельности в добывающих отраслях.

Согласно закону от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях», который в настоящий момент времени регулирует их

деятельность, перечислим сферы участия субъектов естественных монополий, для масштабирования влияния, которое они оказывают на современную экономику:

- транспортировка нефти, нефтепродуктов и газа по трубопроводам;
- услуги по передаче электрической и тепловой энергии; железнодорожные перевозки;
- услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов;
- услуги общедоступной электрической и почтовой связи;
- услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике;
- услуги по передаче тепловой энергии и т.д.[1].

Исходя из представленных данных, мы можем сделать вывод о том, что все жизненно важные отрасли экономики РФ находятся в полном распоряжении естественных монополий.

К положительным экстерналиям от деятельности естественных монополий относят:

- 1) Использование так называемого «эффекта масштаба», который позволяет более лояльно распределять издержки на всех потребителей.
- 2) Абсолютная финансовая устойчивость, что позволяет своевременно обновлять основные фонды и поддерживать их работоспособность.
- 3) Возможность своевременно обновлять морально устаревшую базу для более эффективной экономической деятельности.
- 4) Оперативное управление за счёт вертикально-интегрированной системы, которая подчинена единому центру.

Вместе с тем, необходимо отметить и отрицательные аспекты деятельности:

- 1) Зависимость механизма регулирования от антимонопольной службы, так как потребители услуг не могут отказаться от безальтернативного товара для влияния на цену.
- 2) Риск «забронзовения», в виду отсутствия конкуренции естественная монополия может отказаться или замедлить внедрение технического прогресса.
- 3) Риск выбора не социально ориентированной модели развития.

Перечисленные внешние эффекты позволяют сделать вывод о том, что ответственность за добросовестное исполнение обязательств естественных монополий лежит на государственном аппарате страны.

К сожалению, есть известные прецеденты того, что естественные монополии своими действиями не отвечают изначальным целям, например, компания ОАО «Газпром» которая является крупнейшим поставщиком природного газа на внутреннем рынке и называет его «приоритетным» [2], оставляет газификацию этого самого рынка катастрофически низкой. Так, отдельные регионы Сибири на начало 2021 г. газифицированы лишь на 13,1% [3].

Для устранения существующих проблем в сфере деятельности естественных монополий существует ценовое и неценовое регулирование, рассмотрим подходы каждого. Ценовое регулирование:

- контроль предельных издержек (подразумевает контроль за равновесием между ценой и предельными издержками);
- законодательное ограничение цен (монополия не может превышать цену, заданную государством);
- льготное ценообразование (более социально незащищённые слои населения платят меньше за счёт повышения цен для более обеспеченных слоёв населения).

Неценовое регулирование:

- предварительный контроль (согласование действий естественных монополий с государством);
- последующий контроль (контроль за исполнением обязательств естественных монополий);
- оценка прошедших периодов (государственный аппарат оценивает эффективность выполнения поставленных задач и по результатам оценки утверждает руководство естественной монополии).

Проблемы естественных монополий отражают недостатки характерные для экономической ситуации страны в целом. Современный этап их развития предоставляет возможность найти этим словам подтверждение. Приведённые результаты деятельности одной из крупнейших естественных монополий ОАО «Газпром» показывает приоритеты развития не только данной компании, но и всех подобных монополий, они направлены не на реализацию интересов общества.

Есть мнение, что исправить данную ситуацию в рамках текущей экономической формации не представляется возможным, тем не менее, на уровне государства принимается комплекс мер по снижению негативного влияния деятельности естественных монополий на экономику.

Список литературы

1. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. N 147-ФЗ «О естественных монополиях».
2. Российский рынок газа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/about/marketing/russia/> (дата обращения 28.09.2022).
3. Уровень газификации России остается низким [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/UTроб> (дата обращения 28.09.2022).

Почуева Дарья Сергеевна, магистрант гр. СУмоз-201
Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИ ВЫБОРЕ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных рыночных условиях успешное развитие любого предприятия требует разработки эффективной конкурентной стратегии, основывающейся на исследовании конкурентных преимуществ и учитывающей как внешние, так и внутренние условия его функционирования [2].

Необходимость быстрого реагирования и адаптации к изменяющимся условиям рынка предполагает определение сильных и слабых сторон предприятия, овладение современными методами и инструментами обеспечения и повышения его конкурентоспособности. Каждое предприятие стремится использовать все способы, для того чтобы привлечь и удержать потребителей в целях абсолютного доминирования на рынке. Для этого разрабатываются краткосрочные и долгосрочные стратегические меры, которые учитывают его отраслевые особенности, действия основных конкурентов и многие другие факторы. На сегодняшний день существует большое количество вариантов стратегий и их нюансов [4]. В современной теории маркетинга выделяют 3 основных типа конкурентной стратегии: лидерство в издержках, стратегию дифференциации и работу в нише. Названные 3 вида стратегии называются основными конкурентными стратегиями Майкла Портера или базовыми стратегиями.

Рассмотрим основные виды стратегий конкуренции:

1. Стратегия лидерства на основе низких издержек. При этой стратегии предприятие пытается найти самых дешевых поставщиков товаров и услуг, доступных для большого числа потребителей.

2. Стратегия индивидуализации или дифференциации – направлена на создание уникального продукта или услуги, которые выгодно будут отличаться от продуктов и услуг конкурентов в глазах потребителей.

3. Стратегия оптимальных издержек - основана на предоставлении покупателю пропорционально большей ценности за пропорционально большие деньги – ориентация на низкие издержки и одновременно предоставление покупателю ценностей от минимально приемлемого качества до максимального.

4. Сфокусированная стратегия (или стратегия рыночной ниши) – заключается в ориентации лишь на какой-либо сегмент или нишу рынка, которые могут быть определены исходя из географических параметров, уровня дохода потребителей и т.д. При этом цель предприятия состоит в том, чтобы наилучшим образом обслужить покупателя на данном рыночном сегменте.

5. Стратегия инновации. Инновации – это публичный, технический, финансовый процесс, который сквозь практическое внедрение концепции и изобретений приводит к созданию наилучших товаров и технологий. Организации, использующие эту стратегию, обязаны располагать высококвалифицированным персоналом, необходимыми экономическими ресурсами для производства и выхода инноваций на рынок [1].

Ориентируясь на одну из перечисленных стратегий, предприятие должно выявить ряд ограничивающих факторов:

- ассортимент продукции, которую оно собирается выпускать;
- основной сегмент потенциальных покупателей;
- регион, в котором предприятие будет реализовывать свою продукцию.

Перед предприятием стоит выбор между узкой рыночной нишей или массовым рынком. Комбинация целевых рынков с основными стратегиями позволяет предприятию расширить область выбора стратегий.

Правильный выбор конкурентной стратегии напрямую зависит от стратегического потенциала компании и возможности расширения ресурсов, то есть от конкурентных преимуществ. Конкурентное преимущество – это комплекс элементов, которые позволяют предприятию рационально использовать имеющиеся ресурсы, а также превосходить конкурентов в экономической, организационной и технической сферах деятельности. Конкурентное преимущество основывается на уникальных активах предприятия либо на компетенции в тех сферах деятельности, которые важны для данного бизнеса [3]. Предприятие, обладающее конкурентным преимуществом, имеет рентабельность выше средней среди фирм данного рыночного сегмента, а также завоевывает более высокие позиции на рынке.

Оценка своей конкурентоспособности необходима предприятию для решения ряда задач, таких как выработка главных направлений по созданию и изготовлению продукции, пользующейся спросом; оценка перспектив продажи конкретных видов изделий и формирование номенклатуры; установление цен на продукцию и т.д. Сложность категории конкурентоспособности обуславливается многообразием подходов к ее оценке.

В экономической и специальной литературе выделяют различные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Наиболее часто упоминаются методы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Метод	Сущность
Оценка с позиции сравнительных преимуществ	Производство и реализация предпочтительнее, когда издержки производства ниже, чем у конкурентов. Основным критерием, применяемым в данном методе, являются низкие издержки. Преимуществом метода является простота оценки уровня конкурентоспособности.

Оценка, исходя из теории эффективности конкуренции: - структурный подход - функциональный подход	Сущность заключается в организации крупномасштабного, эффективного производства. Основной критерий конкурентоспособности при использовании этого подхода - концентрация производства и капитала; Оценка конкурентоспособности осуществляется на основе соотнесения экономических показателей деятельности. В качестве критерия оценки применяется соотношение цены, затрат и нормы прибыли.
Матричный метод	Данный подход базируется на маркетинговой оценке деятельности предприятия и его продукции. В основе методики – анализ конкурентоспособности с учетом жизненного цикла продукции предприятия.
SWOT-анализ	Метод позволяет проанализировать слабые и сильные стороны внутренней среды предприятия, вероятные опасности внешней среды и на основе анализа выявить возможности для развития.
Метод экспертных оценок	Основан на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.
Метод пяти сил М. Портера.	Помогает определить интенсивность и выраженность конкурентных сил в отрасли, найти такую позицию, в которой компания будет максимально защищена от влияния конкурентных сил и сможет со своей стороны оказывать влияние на них.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в условиях современной рыночной экономики конкурентоспособность предприятия зависит от использования всего многообразия стратегических и тактических приемов маркетинга. Грамотное функционирование в условиях рынка, удовлетворение потребностей потребителя, анализ поведения и возможностей конкурентов, состояние рынка – вот немногие аспекты, обеспечивающие конкурентоспособность.

Список литературы

1. Беляева, Д. А. Основные стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / Д. А. Беляева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 5 (295). – С. 102-104. – URL: <https://moluch.ru/archive/295/66901/> (дата обращения: 26.09.2022).
2. Бугрова С.М., Степанова Д.С. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов II Всероссийской, научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и

специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» 15-16 октября 2019. – КузГТУ, Кемерово, 2019. С.185-187.

3. Массалов П.А., Мокроносов А.Г. Стратегия конкурентоспособного развития малого предприятия. <https://elar.rsvpu.ru/bitstream>.

4. Толстиков, Е. А. Теоретические основы формирования стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / Е. А. Толстиков. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 24 (158). – С. 304-307. – URL: <https://moluch.ru/archive/158/44494/> (дата обращения: 22.09.2022).

Проскокова Полина Александровна, студент гр. ОУб-191
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОЦ «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ»

В условиях конкурентной экономики главной задачей любого предприятия является повышение эффективности его деятельности.

ООО «ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ» (г. Кемерово) зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц 28 февраля 2011года. Конкурентоспособность предприятия в области оказания медицинских услуг при прочих равных условиях зависит от соотношения цены и качества предоставляемых ими медицинской помощи и услуг [1].

Основными конкурентами исследуемого предприятия в городе Кемерово являются ОЦ ОМИКРОН и ЛазерОптик.

Сравнительный анализ факторов конкурентоспособности названных предприятий был проведён по 10 бальной шкале (таблица 1).

Таблица 1 – Рейтинговая оценка предприятий по факторам конкурентоспособности

Критерий оценки	«ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ»	ОМИКРОН	ЛазерОптик
Спектр предоставляемых услуг	10	7	9
Длительность нахождения на рынке	8	6	10
Уровень технической оснащённости	10	8	8
Ценовая политика	9	8	9
Поддержание отношений с клиентами	7	10	8
Маркетинговые коммуникации	6	10	7

Проанализировав данные таблицы, можно сделать вывод, что ООО «ОЦ «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ» имеет несколько слабых сторон, а именно: поддержка отношений с клиентами и частичное отсутствие маркетинговых коммуникаций.

Для того чтобы повысить эффективность деятельности предприятия, необходимо проанализировать его внутреннюю и внешнюю среду и на основе собранного материала разработать стратегию дальнейшего развития.

Распространённый и универсальный метод оценки конкурентоспособности – метод SWOT-анализа. Данный метод даёт возможность оценить сильные и слабые стороны предприятия, выявить его преимущества перед конкурентами. На основе анализа факторов внешней и внутренней среды в сопоставлении с угрозами и возможностями, можно сформулировать основные направления повышения эффективности деятельности предприятия [2].

В таблице 2 представлен SWOT-анализ ООО «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ».

Таблица 2 – SWOT-анализ деятельности ООО «ОЦ «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ»

Слабые стороны	Сильные стороны
Малое количество отечественных производителей материалов и оборудования	Возможность получения всех видов услуг лечения заболевания глаза в одной медицинской организации
Средняя ликвидность предприятия	Имеет лицензию и оптимальную организационную структуру
Неудовлетворительное финансовое состояние организации	Наличие постоянной потребности в данных услугах на рынке здравоохранения
Рост цен на оборудование	Высокая квалификация кадров
Затруднения с поставками медицинского оборудования и комплектующих	Использование современного оборудования
Угрозы	Возможности
Высокая конкуренция на рынке	Выход на новые рынки реализации продукции (на интернет рынок) для магазина оптики
Низкая платежеспособность покупателей	Проведение тренингов, повышение квалификации
Повышение тарифов на медицинские услуги, ведущее к уменьшению количества платных пациентов	Предложения о сотрудничестве со стороны отечественных предпринимателей
Изменения курсов валют	Стратегическое развитие государства
Сбои в поставках импортных составляющих продукции	Растущий спрос на качественные медицинские услуги

Результаты анализа внешней и внутренней среды предприятия нельзя рассматривать как готовую стратегию повышения конкурентоспособности. Они помогают только сформировать последовательность действий по формированию стратегии для повышения эффективности управления и достижения поставленных целей [3].

Чтобы оценить эффективность деятельности организации и её перспективы, можно составить причинно-следственные связи по результатам SWOT-анализа:

Во-первых, так как компания давно на рынке, имеет хорошую известность и хорошо себя зарекомендовала, это позволит выйти на новый географический рынок и привлечь новых потребителей.

Во-вторых, в то время, пока фирмы-конкуренты теряют свои позиции, компания может все также стабильно принимать заказы и, таким образом, увеличивать выручку.

В-третьих, несмотря на введение новых пакетов санкций против РФ, компания все также сохраняет высокую платежеспособность по своим обязательствам.

В-четвертых, важно сохранять высокое качество выполняемых работ, так как на рынке сохраняется высокая конкуренция.

В-пятых, появление новых технологий способствует успешному использованию отечественного оборудования и материалов.

В-шестых, счет увеличения разнообразия потребностей, имеется возможность расширить известность компании в других регионах.

Список литературы

1. Аудит / ООО «ОЦ «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/contragent/1114205004825_ooo-ots-khoroshee-zrenie – [20.09.2022].
2. Пивоварова Е.К., Бугрова С.М. Проблемы машиностроительного комплекса в условиях конкурентного рынка // Конкуренция и монополия. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – Кемерово, 2018. С. 164-168.
3. Степанова Д.С., Бугрова С.М. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия // Конкуренция и монополия. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. 2019. С. 185-187.

Радионова Елена Александровна, старший преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

ТРАДИЦИОННЫЕ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Мировой кризис, вызванный пандемией новой коронавирусной инфекции COVID-19, является уникальным по ряду причин. В основе масштабного экономического шока, затронувшего подавляющее число стран мира (92,9% [1]), лежат нефинансовые причины. Это затрудняет осуществление государственной антикризисной политики и снижает ее эффектив-

ность из-за необходимости маневрирования между сохранением здоровья населения и поддержанием национальной экономики.

Введение локдаунов и других антиковидных ограничений является логичным решением проблемы временной неспособности существующей системы здравоохранения справиться с быстрым распространением COVID-19 [2]. Однако оно имеет неблагоприятные экономические последствия, связанные с шоковым сокращением совокупного спроса и невозможностью обслуживания долговых обязательств. В числе наиболее популярных мер, предпринимаемых для их нейтрализации, в различных странах мира стали [3]:

1. Поддержка малого и среднего бизнеса (Китай, Финляндия, Япония, Великобритания, Франция, США, Южная Корея и др.) –

– Льготное кредитование (субсидирование процентной ставки, смягчение условий для получения кредита).

– Государственное гарантирование кредитов, повышение гарантий по кредитам малого и среднего бизнеса.

– Налоговые льготы (отсрочка, освобождение от уплаты отдельных налогов; возмещение взносов в фонды страхования).

2. Поддержание ликвидности банковского сектора (Германия, Китай, Великобритания, Таиланд и др.).

3. Поддержание системы здравоохранения и медицинских работников (Италия, Австралия, Германия, Южная Корея, США, Финляндия, Япония и др.) – расширение финансирования, субсидирование, налоговые льготы и т.п.

4. Поддержка занятости (Франция, Италия, Китай и др.).

5. Поддержка (в том числе прямая) отраслей, наиболее пострадавших от пандемии (авиация, сельское хозяйство и др.).

Обзор мировой практики позволяет сделать вывод о том, что во многих странах на передовой борьбы с экономическими последствиями пандемии оказались центральные банки. В России Центральный банк реализовал комплекс следующих мер [4]:

1. Поддержка кредитования малого и среднего бизнеса (реструктуризация кредитов, льготное кредитование, компенсация банковских комиссий).

2. Поддержка потребительского и ипотечного кредитования (снижение / отмена надбавок к коэффициентам риска, смягчение условий кредитования, внедрение новой методики оценки кредитного риска, реализация положений стандарта Базель III).

3. Поддержка финансового сектора (введение новых инструментов предоставления рублевой ликвидности – аукционов РЕПО на 1 месяц и 1 год, перенос срока повышения риска по вложениям банков в капиталы нефинансовых организаций, снижение базовых ставок взносов в фонд обязательного страхования вкладов).

4. Снижение надзорной и регуляторной нагрузки на банки и небанковские кредитные организации.

5. Снижение нагрузки на акционерные общества.

Предпринимаемые ЦБ РФ меры находятся в соответствии с ситуацией и мировыми тенденциями денежно-кредитной политики, однако необходимо понимать, что их потенциал является краткосрочным – длительное воздействие на формируемые пандемией экономические шоки путем применения привычных инструментов регулирования, согласно макроэкономической теории, невозможен. В связи с этим, приобретают особую актуальность специфические антиковидные меры, способные в долгосрочной перспективе сочетать в себе заботу о здоровье граждан с соблюдением национальных экономических интересов. В качестве примеров можно привести:

1. Обеспечение безопасного кассового обслуживания клиентов [5] подразумевает выполнение комплекса рекомендаций, разработанных Банком России –

- меры по обеспечению гарантированной гибели вируса COVID-19 на денежных знаках, выдаваемых клиентам через банкоматы, терминалы или в офисах кредитных организаций (выдерживание необходимого срока перед выдачей клиенту);

- ограничение функций по приему и выдаче наличных денег через банкоматы, работающие по принципу рециркуляции, во избежание замкнутого цикла обращения наличности, при котором банкноты, принятые от одного клиента, выдаются другому без дезинфекционной обработки в кредитной организации;

- регулярная дезинфекция устройств для передачи наличных денег, терминалов и банкоматов.

2. Развитие культуры безналичного денежного обращения. В условиях пандемии Банк России рекомендует кредитным организациям обращать внимание клиентов на приоритетность использования безналичной формы расчетов (бесконтактная оплата, онлайн-переводы). Вопрос масштабирования «безналичной среды», «card not present среды» становится все более актуальным, поскольку данная стратегия позволяет одновременно решать и экономические задачи (обеспечение прозрачности совершаемых расчетов и операций), и социальные (соблюдение дистанции) [6]. Однако реализация указанных мер в России затруднена по нескольким причинам. Во-первых, наличные деньги обладают рядом уникальных характеристик: отсутствие привязки к инфраструктуре безналичного денежного оборота, а также высокий уровень востребованности со стороны отдельных категорий населения (дети, люди старшего возраста, сельские жители, трудовые мигранты, люди с ограниченными возможностями здоровья и т.д.), – всё это обуславливает сохранение важнейшей роли наличности [7]. Во-вторых, особенности российского менталитета привели к тому, что пандемия практически не оказала влияния на отказ россиян от платежей наличными [8].

Согласно социологическому опросу, проведенному Райффайзенбанком, лишь 10% респондентов связали отказ от наличной формы осуществления расчетов в пользу безналичной с эпидемиологическими ограничениями; гораздо большее влияние на выбор граждан оказывают такие стимулы, как возможность получения кэшбэка, появление смартфонов с NFC и т.п. Тем не менее, за период с 2018 по 2020 гг. наличный денежный оборот сократился на 7 п.п. [9].

Согласно данным Всемирного банка, пандемия COVID-19, наложившись на цифровую революцию, обеспечила стремительное развитие сферы электронных платежей на базе повышения финансовой грамотности населения и доступности финансовых услуг. По мнению Президента Группы Всемирного банка Д. Малпасса, «создание благоприятной нормативно-правовой среды, стимулирование цифровизации платежей, а также дальнейшее расширение доступа ... к счетам и финансовым услугам формальных организаций» должны стать приоритетом экономической политики, способным смягчить неблагоприятные последствия текущего кризиса [10]. Для России данное направление также является актуальным, и поскольку национальные особенности менталитета обуславливают низкую восприимчивость граждан к эпидемиологическим угрозам, особое значение приобретает реализация альтернативных способов популяризации безналичного денежного обращения.

Список литературы

1. Экономика и банки в условиях глобальной нестабильности: аналитические материалы II Съезда Ассоциации банков России, 3 сентября 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://asros.ru/upload/iblock/ff4/ekonomika_i_banki_v_usloviyakh_globalnoy_nestabilnosti.pdf (дата обращения 19.09.2022).
2. MRC Centre for Global Infectious Disease Analysis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imperial.ac.uk/mrc-global-infectious-disease-analysis/covid-19/> (дата обращения 17.09.2022).
3. Обзор мирового опыта по борьбе с коронавирусом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gobogdanovich.ru/images/static/koronavirus/obzor-morovogo-opyta-po-borbe-s-koronavirusom-16042020.pdf> (дата обращения 24.09.2022).
4. Ситуация на финансовом рынке и стабилизационные меры / Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/info_2020/ (дата обращения 20.09.2022).
5. Рекомендации банкам: наличное обращение <https://cbr.ru/press/event/?id=6561> (дата обращения 24.09.2022).
6. Карточные платежи и пандемия: аспект безопасности // Банковское обозрение [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://bosfera.ru/bo/kartochnye-platezhi-i-pandemiya-aspekt-bezopasnosti> (дата обращения 19.09.2022).

7. Основные направления развития наличного денежного обращения на 2021-2025 годы // Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/119613/onrndo_2021-2025.pdf (дата обращения 25.09.2022).
8. Пандемия почти не оказала влияния на отказ россиян от платежей наличными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iksmedia.ru/news/5858716-Pandemiya-pochti-ne-okazala-vliyani.html> (дата обращения 22.09.2022).
9. Отношение населения Российской Федерации к различным средствам платежа. Результаты социологического исследования за 2020 год // Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/35422/results_2020.pdf (дата обращения 22.09.2022).
10. Пандемия COVID-19 способствует стремительному росту использования электронных платежей в мире // Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/press-release/2022/06/29/covid-19-drives-global-surge-in-use-of-digital-payments> (дата обращения 23.09.2022).

Рахманова Виктория Артуровна, студент гр. БЭс-201
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Конкуренция – важный аспект экономической науки, так как именно она даёт толчок развитию экономики. Конкуренция является двигателем прогресса – производители, стараясь превзойти конкурентов по определенным параметрам, тем самым стремятся производить более качественный товар и/или уменьшать расходы, например, путем улучшения своей логистики.

Конкуренция позволяет повышать эффективность деятельности организаций-производителей, увеличивать производительность труда, совершенствовать технологию, более широко использовать инновации, снижать затраты (в том числе путем экономии различных ресурсов и минимизации отходов), а также повышать качество продукции.

Все коммерческие организации нацелены на получение прибыли, но, к сожалению, не всегда эта цель находится в прямой взаимосвязи с производством качественного товара. Общество подвержено финансовому расслоению, что влияет в том числе и на конкуренцию.

Существуют товары разного качества и разных ценовых категорий. Не все потребители имеют возможность приобретать товар, попадающий в высокую ценовую категорию. В качестве примера приведем компании по

производству и продаже одежды. Так, одни фирмы можно отнести к компаниям, производящим товары средней ценовой категории. Приобретать товары этих компаний могут позволить себе люди со средним достатком, но наряду с этим, можно отметить, что товары таких компаний могут обладать и средним уровнем качества. Товары фирм, нацеленных на аудиторию с доходом выше среднего, будет покупать ограниченный круг потребителей с соответствующими доходами, которые готовы платить, в том числе, и за высокое качество продукции. Таким образом, конкуренция присутствует не только на уровне самих компаний, но и выходит на уровень общества в целом – проявляясь между отдельными социальными слоями населения.

Говоря о конкуренции, необходимо учитывать такой фактор как труд человека. Конкуренция не всегда приводит только к положительным моментам. Уменьшая цену на товар, можно обесценить труд человека, что может привести к потере высококвалифицированных кадров на предприятии.

Кроме того, как было отмечено выше, обратной стороной ценовой конкуренции может стать снижение качества продукции. Это периодически можно наблюдать на полках в магазинах. Так, например, некоторые люди отказываются от приобретения определенных товаров в обычных продовольственных магазинах не из-за уровня цен, а из-за того, что качество фермерского продукта, пусть и более дорогого, будет зачастую существенно выше (например, молоко, яйца, сметана и т.д.). В итоге конкуренция между производителями приводит к появлению качественно новых отраслей, например, появлению предприятий, специализирующихся на натуральной продукции без ГМО.

Наряду с явными достоинствами наличия конкуренции на определенных рынках товаров, можно выделить и ее отрицательные последствия. К ним, в частности, можно отнести:

- возможность перенасыщения рынка определенными видами продукции;
- увеличение расслоения населения по уровню доходов;
- нестабильность в отдельных отраслях экономики и/или на некоторых производствах;
- сокращение количества малых предприятий;
- более активное потребление природных ресурсов и расширение экологических проблем.

Чрезмерное снижение цены может привести к сокращению конкурентов в данном сегменте рынка вплоть до образования монополии.

Кроме того, при сокращении затрат и уровня цен на продукт одними предприятиями, их конкуренты вынуждены будут предпринимать аналогичные меры, чтобы «оставаться на плаву», а это, в свою очередь, будет сужать возможности для развития рынка, выхода его на качественно новый уровень, может привести к его стагнации.

Важно отметить, что оценка роли конкуренции важна не только на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, но и для анализа конкурентоспособности национальной экономики в целом [1].

Список литературы

1. Шевелева, О.Б. Конкурентоспособность национальной экономики в контексте обеспечения экономической безопасности / О.Б. Шевелева, Н.Д. Вагина, Е.В. Слесаренко. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2020. – № 9 (390). – С. 1698-1710.

Редькина Марина Дмитриевна, магистрант гр. СУмоз-211
Малюгин Алексей Николаевич, доцент, к.э.н.,
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Для нормального функционирования экономики, развития отраслей хозяйства и рыночных отношений необходимым условием является конкуренция. Поэтому государство всеми силами борется с проявлениями нечестного ведения предпринимательской деятельности, в том числе посредством закрепления на законодательном уровне ряда норм и правил. Законодатель запрещает участникам бизнес-процессов совершение любых действий, которые способны нарушить права и законные интересы компаний, предприятий, потребителей и третьих лиц [9].

В современных условиях проявления недобросовестной конкуренции встречаются все чаще, что послужило причиной введения норм о защите конкуренции не только на национальном уровне, но и на уровне международного сотрудничества. В Российской Федерации понятие «недобросовестная конкуренция» закреплена в Федеральном законе «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, нормами ст.4 недобросовестная конкуренция предполагает совершение любых действий хозяйствующих субъектов (группы лиц), направленные на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащие законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности и справедливости и причинившие или способные причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесшие или способные нанести вред их деловой репутации [1].

Это определение недобросовестной конкуренции является основным, однако, в научной литературе можно встретить несколько толкований этого термина, предложенных исследователями данной проблематики. Например, А.И. Каминка ссылался на то, что «недобросовестная конкуренция – это вид

Конкуренции, который является злом, которое не должно быть терпимо» [5; 25].

В.А. Дозорцев называет недобросовестную конкуренцию несправедливой конкуренцией и считает, что это явление представляет собой «сообщение потребителю (потенциальному потребителю) вопреки обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости данных (ложных или соответствующих действительности), способных вызвать у него неправильные представления, дискредитирующие конкурента, его деятельность и (или) товар (в том числе способных вызвать заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара) либо вызвать смешение с конкурентом, его деятельностью и (или) товаром» [2; 46].

В.И. Еременко формулирует определение недобросовестной конкуренции как «любое виновное действие, противоречащее деловым обычаям, профессиональной этике или добропорядочности при осуществлении хозяйственной деятельности в целях конкуренции, которое причиняет или может причинить вред» [3; 24].

Таким образом, недобросовестная конкуренция выражается в совершении активных действий при осуществлении предпринимательской деятельности любым хозяйствующим субъектом, которые ставят своей целью получение необоснованных преимуществ.

В практической деятельности, недобросовестная конкуренция может выражаться в различных активных действиях, например, посредством дискредитации, что проявляется в распространении недостоверной информации относительно качества и потребительских свойств товара, его количестве, месте производства и условиях, на которых товар продается. В этом случае недостоверные сведения распространяются в отношении предпринимателя-конкурента с целью причинения ему убытков или нанесения ущерба его деловой репутации. Примером может служить решение УФАС по Липецкой области о выдаче предупреждения строительной компании г. Липецка, которая посредством электронной рассылки направляла предприятиям города письма, содержащие информацию о том, что конкурент компании является недобросовестным контрагентом, не имеет торговых и производственных площадей. Предупреждение было выдано компании на основе норм закона, которые запрещают недобросовестную конкуренцию путем дискредитации.

Недобросовестная конкуренция может быть проявлением введением в заблуждение, т.е. предполагает донесение до потребителей ложной информации о товаре. Например, производитель указывает не соответствующие действительности сведения о качестве, составе продукта. Например, ФАС России пресекло в 2020 году деятельность компании по производству чая в Краснодарском крае. Компания указывала на упаковках чая и распространяла информацию посредством рекламы о том, что продукция изготовлена из сырья, выращенного в Краснодарском крае, что не соответ-

ствовало действительности, т.к. конечный продукт содержал менее 2% такого сырья, остальную часть составляло сырье, выращенное в Китае.

Достаточно распространенной формой недобросовестной конкуренции в России является создание продукта, который является копией товаров конкурирующих компаний. Примером является решение Управление ФАС по Республике Татарстан в отношении производителя кондитерских изделий, который полностью скопировал упаковку и внешний вид сорта печенья, которые производились его конкурентом [8].

Таким образом, недобросовестная конкуренция может проявляться в различных формах. По данным ФАС России о состоянии конкуренции за 2021 год, наиболее частной формой недобросовестной конкуренции является введение в заблуждение (940 заявлений), второе место занимает копирование продуктов и услуг (830 заявлений), распространение недостоверных сведений находится на третьем месте (305 заявлений) [8].

Заявление о проявлении недобросовестной конкуренции в Федеральную антимонопольную службу можно подать любой гражданин или юридическое лицо, которым стало известно о таком нарушении. Порядок подачи заявлений установлен статьей 44 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ и Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденным приказом ФАС России от 25.05.2012 № 339. Заявление может быть подано лично, посредством почтового отправления или в виде электронного сообщения. Срок рассмотрения заявления составляет один месяц, после чего выносится решение.

Причиной обращения может стать противоречие действия субъекта предпринимательской деятельности законодательству, обычаям делового оборота и противоречие действия этическим требованиям.

Решение принимается ФАС на основе нормативно-правовой базы, регламентирующей предпринимательскую деятельность, в первую очередь, на основе ст.14 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ и норм Гражданского Кодекса РФ, которая содержит перечень форм недобросовестной конкуренции.

Для того, чтобы совершенные действия были признаны проявлением недобросовестной конкуренции, необходимо установить, что они носят противоправный характер и ставят своей целью получение преимуществ. На практике сделать это не всегда просто. Субъект недобросовестной конкуренции может опираться на закон, комментируя свои действия, например, процессом оспаривания регистрации товарного знака в связи с его неиспользованием. То есть, при производстве копии продукта, производитель может указать на то, что оригинал продукта, защищенный товарным знаком, не используется. Таких ситуаций на практике возникает достаточ-

но много, поэтому ФАС при рассмотрении обращений принимает во внимание все обстоятельства совершения действий.

При этом отличительной особенностью рассматриваемых признаков недобросовестной конкуренции является отсутствие необходимости доказывания наличия убытков и (или) вреда деловой репутации, достаточно только доказать способность причинить убытки и (или) вред деловой репутации.

Противодействие недобросовестной конкуренции осуществляется не только органами антимонопольной службы. Гражданские споры между субъектами предпринимательской деятельности могут быть разрешены в судебном порядке. Например, ряд статей Гражданского кодекса РФ (далее ГК РФ), закрепляет обязанность о добросовестном осуществлении предпринимательской деятельности. В частности, ст.1 ГК РФ указывает, что при установлении, осуществлении и защите гражданских прав и при исполнении гражданских обязанностей участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно. Никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения.

Таким образом, на законодательном уровне перечень действий, которые причисляются к недобросовестной конкуренции не закреплен без возможности рассмотрения других видов, что обусловлено тем, что возникают новые формы и способы совершения данного деяния. За нарушения конкуренции предусмотрена административная ответственность в виде штрафов и уголовная ответственность. Уголовная ответственность наступает только в случае заключения между конкурентами соглашения, ограничивающего конкуренцию (картеля), запрещенного в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации.

Подводя итог, отметим, что конкуренция является необходимым условием развития экономики и осуществления предпринимательской деятельности. Поэтому на национальном и международном уровнях государства борются с проявлениями недобросовестной конкуренции. В России борьба с проявлениями недобросовестной конкуренции строится на ряде нормативных правовых актов, среди которых отдельно можно выделить ГК РФ и Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.

За нарушение норм закона посредством применения методов конкурентной борьбы с использованием средств, противоречащих действующему законодательству и обычаям делового оборота. За недобросовестную конкуренцию виновное лицо может понести административную или даже уголовную ответственность. Кроме этого, пострадавшее лицо может обратиться в суд за возмещением убытков, причиненных действиями, производившимися в рамках нечестной конкурентной борьбы.

Список литературы

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – № 31 (1 ч.). – ст. 3434.
2. Дозорцев В. А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая? // Юрист. 2020. № 4. С.45-47.
3. Еременко В. И. О пресечении недобросовестной конкуренции // Мировой судья. 2019. № 3. С.23-25.
4. Еременко В. И. Особенности пресечения недобросовестной конкуренции // Адвокат. 2018. № 7. С.10-12.
5. Каминка А.И. Очерки торгового права. – М.: Центр ЮрИнфоР, 2002. – 230 с.
6. Касьянов Ю.А. Проблемы российского антимонопольного законодательства // Законодательство и экономика. 2019. № 6. С.47-49.
7. Шретер В. А. Недобросовестная конкуренция: сборник статей по гражданскому и торговому праву. Памяти профессора Габриэля Феликсовича Шершеневича. - М.: Наука, 2018. – 187 с.
8. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. URL: <https://fas.gov.ru> (дата обращения 20.09.2022).
9. Малюгин, А. Н. Конкурентные возможности малых городов // Конкуренция и монополия: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – КузГТУ: Кемерово, 2020. – С. 181-187.

Редькина Марина Дмитриевна, магистрант гр. СУмоз-211

Научный руководитель – Третьякова Инга Николаевна, доцент, к.э.н.
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ

В настоящее время в быстро меняющихся экономических, политических и социальных условиях перед организацией стоит задача, развить свой потенциал и выжить. Такие активные изменения в бизнес-плане, сопровождающие развитие бизнеса, приводят к обращению большего внимания на стратегическое управление.

Что же такое стратегическое управление? Стратегическое управление процесс разработки долгосрочных целей и задач, связанных с формированием перспективной производственной программы, установление и поддержание взаимоотношений с поставщиками материальных ресурсов и потребителями готовой продукции (услуг), сырьевыми рынками и биржами труда и т.д. [1]. Постоянные изменения внутри и за пределами организации заставляют этот процесс двигаться, так как стратегия требует постоянных корректировок.

Можно сделать вывод, что стратегическое управление – это замкнутый цикл, которое включает в себя управленческие процессы взаимосвязанных между собой. Такие как: анализ среды, выбор стратегии, определение миссии и целей, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения. Обычно точкой отправления стратегического процесса является анализ среды, который позволит оценить организацию, как единое целое, обеспечит базу определения миссии, сделать выводы и проследить причины развития или падения той, или иной фирмы.

Среда фирмы – совокупность всех факторов, влияющих на деятельность этой фирмы. Сообразно различают внутреннюю среду и внешнюю [3].

Внешняя среда – часть окружающего ее мира на разных уровнях существования, существенно воздействующая на жизнеспособность системы по принципу обратной связи [4]. Совокупность ее факторов требует принятия мер, направленных на приспособление к изменившимся условиям и возникшим ситуациям. Большая часть современных теорий управления признает внешнюю среду главной характеристикой фирмы.

Внутренняя среда – это источник жизненных сил организации, а ее технологические, коммерческие, социальные, технические, финансовые, организационные и административные условия, объекты, процессы, обеспечивают развитие и укрепление позиций фирмы, так же придают компании конкретное лицо. Но не всегда это так, внутренняя среда может быть причиной проблем или даже гибели организации, если не обеспечить ей необходимое функционирование.

К основным факторам внутренней среды относятся: ресурсы, разделение труда, степень дифференциации и интеграции, организационный порядок, отношения между участниками организации, производственный и рыночный опыт, предпринимательская и управленческая культура и т.д.

Чтобы оценить текущее состояние фирмы, выявить стратегические проблемы, обозначить ее слабые и сильные стороны и понять, насколько они устойчивы в стратегической перспективе, проводят совокупный анализ внутренних ресурсов и возможностей – анализ внутренней среды, а чтобы диагностировать внутренние проблемы, используют метод – управленческое обследование. Этот метод поможет правильно расставить приоритеты в очередности действий – какие из слабых сторон требуют немедленного разрешения и как можно применить возможности сильных сторон, а какие из них позиционировать предстоящим опасностям.

При использовании метода – управленческое обследование, рекомендуются затрагивать только шесть функциональных зон организации – это финансы, человеческие ресурсы, культура, маркетинг, производство (операции), образ компании.

Финансы включают в себя процессы, которые имеют отношения к обеспечению результативного движения и использования денежных средств в организации. Подробный анализ финансового состояния помо-

жет определить положения компании на рынке, посмотреть на нее в долгосрочной перспективе. При анализе особое внимание уделяют конкурентоспособности предприятия, издержкам и финансированию инновационной деятельности.

При анализе маркетинговой деятельности рассматривают процессы, которые имеют отношения к реализации продукции, конкурентоспособность, разработку и исследование рынка, предпродажные и послепродажные услуги, их качество и разнообразие.

Человеческие ресурсы включают процессы взаимодействия, мотивации, стимулирования, обучения персонала и т.п.

Под культурой организации подразумевается – поведение личностей и сотрудников социальных групп, в котором отражаются особенности и стиль функционирования фирмы, внутренняя эстетика и способ решения проблем труда и производства.

При анализе производственной деятельности затрагиваются определенные виды издержек продукции и услуг – возможность производить по цене, которая будет ниже, чем у конкурентов, так сказать, анализируется путь доступа организации к новым материалам и его зависимость от конкретных поставщиков.

Образ компании, то же, что и имидж компании. Он включает в себя описательную (информационную) и оценочную составляющую. Описательная (информационная) представляет собой образ организации, или совокупность всех представлений (знаний) об организации. Оценочная связана с пробуждением каких-либо эмоций и оценкой их интенсивности.

Есть основные методы анализа внутренней среды. Такими являются SWOT-анализ, SNW-анализ, PEST-анализ. У каждого метода есть свои особенности, плюсы и минусы.

SWOT - анализ представляет собой выявление каких-либо преимуществ (S – сильные стороны) и недостатков (W – слабые стороны), возможностей (O – возможности) и угроз (T – угрозы) фирмы, которые исходят из внешней среды. Для того чтобы выполнить данный анализ предприятия необходимо определить чем занимается организация, ее основную деятельность (миссию), выяснить сможет ли компания оставаться на рынке и двигаться в выбранном направлении и с учетом возможностей предприятия поставить цели [5; 6].

Преимущество метода SWOT заключается в его практичности, т.е. его можно применить к любому субъекту, с помощью его можно проанализировать как отдельное направление, так и субъект в целом в краткосрочной так и долгосрочной перспективе.

Недостатки метода SWOT заключаются в абстрактности, т.е. при его использовании нельзя проследить конкретные оценивающие или числовые показатели, взаимосвязь, выявленных, негативных, позитивных факторов и способ их устранения. Результат анализа субъективен, так как зависит от

вывода человека, который его проводил. Кроме этого у метода отсутствует динамика во времени.

Следующий метод – SNW, который расшифровывается как S (strength) – сильная, N (neutral) – нейтральная, W (weakness) – слабая сторона. Выше изложенные преимущества и недостатки SWOT-анализа, присущие и этому методу, но считается, что это улучшенный SWOT-анализ, так как он учитывает среднерыночное состояние (N) помимо сильных и слабых сторон организации. Целью данного метода является выявление: преимуществ организации для выбора перспектив развития с опорой на них; слабые стороны для того, чтобы преодолеть их или учесть их особенности при выборе перспектив развития и разработке стратегии; нейтральной составляющей деятельности предприятия для поиска возможности их перехода в сильную категорию [7].

Также рассмотрим PEST-анализ, который расшифровывается: P – политические/правовые, E – экономические, S – социокультурные, T – технологические факторы. Его используют для оценки влияния рыночных и потребительских трендов на продажу и прибыль компании. Часто этот метод дополняют SWOT-анализом для выявления преимуществ и недостатков рынка и определения сильных и слабых сторон организации.

Преимуществом PEST-анализа является его простота в использовании, охват большего количества параметров при оценке, разработка долгосрочных стратегий с его помощью. Недостатком метода является отсутствие учета изменений окружающих рыночных условий, не точность анализа, в связи субъективной оценкой факторов, и проблематичность анализа при оценке организации, работающей в разных сферах.

Таким образом, анализ внутренней среды – это очень сложная процедура, которая требует тщательного мониторинга процессов, оценки факторов и установления связи между ними и сильными и слабыми сторонами предприятия, а также возможностями и угрозами, которые содержатся во внутренней среде. Эта процедура способствовала созданию различных методов для анализа внутренней или внешней среды. С помощью этих методов организация сможет системно подходить к формированию и разработке своей стратегии, принимая во внимание все возможные воздействующие факторы.

Список литературы

1. Беликова И. П. Основы стратегического управления: учебное пособие / И. П. Беликова, В. А. Ивашова: Ставропольский гос. аграрный ун. – г. Ставрополь, 2020. – 128 с.
2. Марусева И. В. Современный менеджмент: учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 540 с.
3. Ополченова Е.В. Современный стратегический анализ: учебное пособие / Е.В. Ополченова; Российская международная академия туризма. – 2-е изд., 2016. – 109 с.

4. Стратегическое управление: Учебник для магистров / Под ред. докт. экон. наук, проф. И.К. Ларионова. – 5-е изд.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. – 234 с.
5. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учеб. – 3-е изд. М.: Гардарики, 2000.
6. Носкова Н. С., Шарапова В. М. Анализ факторов дальнего окружения (PEST-анализ) для фирмы ООО «Натиру» // Молодежь и наука. 2017. № 1. С. 90.
7. Крупский А.В. Факторы повышения эффективности инвестиционной деятельности организации на основе процессно-ориентированного управления и анализа потребительской рентабельности // Проблемы управления социально-экономическими системами в условиях инновационного развития: Сборник научных трудов VII региональной научно-практической конференции / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск: ООО «Энциклопедия», 2013. – 464с. – С.287-292.

Русак Ирина Николаевна, к.э.н., доцент
(Белорусский институт стратегических исследований,
Республика Беларусь, г. Минск)

АНАЛИЗ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ МИНСКОГО РЕГИОНА

В Беларуси г. Минск и Минская область являются одними из драйверов экономического роста страны. Суммарно более половины ВВП создается в столице и области. Однако, существует значительная проблема разрыва доходов населения в г. Минске и Минской области.

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата жителей г. Минска за январь-июль 2022 года составила 2281,1 рублей (144,1% от среднереспубликанского уровня), в реальном выражении сократилась на 1,5% к январю-июлю 2021 года. В Минской области за январь-июль 2022 года номинальная начисленная среднемесячная заработная плата составила 1548,2 рублей (97,81% от среднереспубликанского уровня, 67,9% от зарплаты в Минске), в реальном выражении сократилась на 2,3% к январю-июлю 2021 года. Средняя заработная плата в Республике Беларусь составила 1583 руб [1].

Самым бедным районом является Мядельский, в котором разница в заработной плате по сравнению с Минском составляет 2 раза (таблица 1).

Как видно из таблицы 1, наиболее богатыми являются промышленные районы Минской области, а также г. Жодино, что подтверждает связь доходов населения и промышленной специализации региона.

Важным аспектом уровня жизни населения является его покупательная способность. Проведем небольшие расчеты стоимости на конец сентября месяца средней потребительской корзины для семьи из четырех че-

ловек на неделю на основе данных, публикуемых в сети Интернет (таблица 2).

Таблица 1 – Средняя заработная плата в районах Минской области за январь-июль 2022 года

№ п/п	Административный район	в % к среднеобластному уровню	в % к средне-республиканскому уровню	в % к средней заработной плате г.Минска
1	Березинский район	79,1	77,3	53,7
2	Борисовский район	85,3	83,5	57,9
3	Вилейский район	77,6	75,8	52,6
4	Воложинский район	81,2	79,5	55,1
5	Дзержинский район	107,9	105,6	73,2
6	Клецкий район	81,4	79,6	55,3
7	Копыльский район	82,6	80,8	56,0
8	Крупский район	84,4	82,6	57,3
9	Логойский район	92,8	90,7	63,0
10	Любанский район	84,6	82,8	57,4
11	Минский район	121,5	118,8	82,5
12	Молодечненский район	84,3	82,4	57,2
13	Мядельский район	78,3	76,5	53,1
14	Несвижский район	89,4	87,4	60,7
15	Пуховичский район	92,9	90,8	63,0
16	Слуцкий район	85,3	83,4	57,9
17	Смолевичский район	99,2	97,0	67,3
18	Солигорский район	127,2	124,4	86,3
19	Стародорожский район	84,2	82,4	57,2
20	Столбцовский район	88,6	86,7	60,1
21	Узденский район	85	83,1	57,7
22	Червенский район	80,5	78,7	54,6
23	г. Жодино	112,1	109,7	76,1

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Как видно из таблицы 2, набор продовольственной корзины семьи из четырех человек на неделю на 27 сентября 2022 г. в г. Минске в среднем составляет 155 рублей. На месяц на минимальную продуктовую корзину семья из 4-х человек будет тратить около 620 рублей, что в целом является приемлемым вариантом потребления для жителя с доходом более 2 тыс. руб. в месяц.

Если проанализировать цены в разрезе районов Минской области, то стоимость потребительской корзины, рассмотренной выше, на региональном уровне будет незначительно ниже. Однако, покупательная способность населения в районах Минской области значительно ниже и доля, которую будет тратить на продукты питания семья из Минска значительно

ниже и менее затрата для бюджета, чем, к примеру, в таких районах области как Мядельский, Клецкий, Копыльский и ряд других.

Таблица 2 – Расчет средней стоимости недельной потребительской корзины для семьи из 4-х человек в г. Минске

№ п/п	Наименование продукта	Объем	Цена в интернет-гипермаркете	Минимальная стоимость в торговых сетях на сайте	Максимальная стоимость в торговых сетях на сайте
1	Молоко питьевое "Савушкин продукт" 1.5% 1л РБ	10 л	E-dostavka: 18,5	Корона: 17,3	Соседи: 18.3
2	Хлеб "Родные вытопки", 500г	10 буханок по 500 гр.	ЯМигом: 10	Евроопт: 5,7	Green: 16,2
3	Крупа рисовая "Gusto bravo", 800г	1 уп	ЯМигом: 2,45	Евроопт: 3,38	Гиппо: 3.38
4	Крупа гречневая "Бабушкина кухня любимая", 900г	1 уп	ЯМигом: 3,56	Евроопт: 3.99	Гиппо: 3.99
5	Яйца куриные "Молодецкие", д-0 10 шт	2 уп	E-dostavka: 7,64	Гиппо: 7,72	Green: 7,72
6	Сыр "Брест-Литовский" гауда 48% брус. 200г	5 уп	ЯМигом:20,1	Евроопт: 21,05	Виталюр: 21,15
7	Голень цыплят полуфабрикат, 1кг весовая	4 кг	Green доставка: 25,96	Гиппо: 25,56	Корона: 29,08
8	Рыба свежемороженая "Хек" тушка 1кг фас.	2 кг	E-dostavka: 18,98	Евроопт: 17,98	Корона: 22
9	Фрукты (6 кг)				
	<i>Банан</i>	2 кг	ЯМигом:10,78	Евроопт: 8,98	Виталюр: 11,98
	<i>Яблоко зеленое РБ</i>	2 кг	ЯМигом:4,10	Корона: 4,56	Green:9,96
	<i>Виноград "Кишмиш"</i>	2 кг	ЯМигом:7,48	Green: 5,98	Соседи: 9,58
10	Овощи (8 кг)				
	<i>Огурец гладкий</i>	2 кг	Green-доставка: 8,26	Green: 7,04	Соседи: 7,72
	<i>Лук репчатый</i>	1 кг	ЯМигом:1,07	Соседи: 1,07	Корона: 2,00
	<i>Томат</i>	2 кг	E-dostavka: 9,18	Гиппо: 5,92	Соседи: 9,14
	<i>Капуста белокочанная ранняя</i>	1 кг	E-dostavka: 0,75	Гиппо: 0,68	Виталюр: 0.85
	<i>Морковь</i>	1 кг	ЯМигом: 0,64	Гиппо: 0,64	Корона: 1,43
	<i>Свекла ранняя</i>	1 кг	ЯМигом: 0,59	Виталюр: 0.55	Корона: 1,28
	ИТОГО		150,04	138,1	175,76

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных <https://infoprice.by/>

Таким образом, необходимо говорить о необходимости повышения уровня доходов населения в региональном разрезе. Данная проблема является не новой для Республики Беларусь. Практически во всех программных документах региональной направленности заложено сокращение дифференциации в доходах населения на всей территории и стимулирование роста уровня жизни в административных районах. Сложности, с которыми столкнулась Республика Беларусь в 2019 году из-за пандемии получилось в значительной мере преодолеть, однако, санкционное давление и новые угрозы, которые существуют в настоящий момент приводят к ча-

стичной мобилизационной модели экономики, жесткому государственному планированию. Однако, даже в таких условиях, повышение уровня жизни населения на территории всей страны является одним из государственных приоритетов.

Список литературы

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gob.by>. – Дата доступа: 10.08.2022.

Сальваторе Мария Вячеславовна, студентка гр. МУб-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕТОЧНОСТИ В РАБОТЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

Конкуренция – это основа экономики России. Именно конкуренция способствует успешному функционированию и формированию рыночных отношений. Предприятия делают продукт более качественным, оптимизируют излишки, придерживаются модернизации производства, лишь бы не терять потребителей и быть конкурентноспособными. Принцип конкурентноспособности закреплен в Конституции – основном правовом кодексе Российской Федерации. В статье 34 сказано: «Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» [1]. Также нормативно-правовым актом, закрепляющим правовые основы защиты конкуренции, является Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [4].

Федеральная антимонопольная служба на протяжении около 20 лет принимает различные меры пресечения антиконкурентного поведения различных организаций. На практике выявлено достаточно много случаев, когда предприятия мешают развитию конкуренции. Речь идет о так называемой «недобросовестной конкуренции». Работа антимонопольного органа позволила значительно снизить количество барьеров на пути движения товаров и услуг в стране, а также сыграла главную роль в формировании законодательной базы в области защиты прав потребителей, регулирования рекламной деятельности и других проблемных направлений, решение которых было необходимо для того, чтобы дать рынку возможность разумного функционирования. Антимонопольный орган также сыграл центральную роль в реформировании регулирования естественных монополий. Он руководил первоначальной работой по разработке закона о естественных монополиях, разработав узкое определение естественной монополии, и по мере продвижения реформы регулирования, антимонопольный орган про-

должал играть активную роль в этом процессе, предлагая модели функционирования для реструктурированных отраслей, чтобы обеспечить недискриминационный доступ на рынок для конкурентов.

Федеральная антимонопольная служба справляется со своими обязанностями на достаточно высоком уровне. Однако стоит отметить и недостатки в работе ФАС:

1. В документах ФАС встречаются неточности и ошибки. Так, например, в текущем году (2020) составляется отчёт за предыдущий год (2019), но в него включаются и последние значения показателей (за 2020 г.), что вызывает путаницу. Кроме того, показатели с десятичными долями округляются. И часто в разных документах один и тот же показатель может быть округлён как в большую, так и в меньшую сторону. Например, можно привести процент респондентов, указавших на положительное влияние органов власти (кроме ФАС) на развитие конкуренции: по данным отчёта за 2015 г. их количество в 2016 г. составило 4%. А в отчёте за 2016 г. и 2017 г. сообщается, что в 2016г. их количество равнялось 5%. При этом размер этого показателя за 2018г. вообще не приведён в документах ни 2017 г. ни 2018 г. ни 2019 г.

2. Отсутствует унифицированная правоприменительная практика территориальными органами ФАС в России.

3. Чрезвычайно широкий спектр обязанностей антимонопольного органа.

4. При рассмотрении дела не учитываются действия заказчика, которые привели к нарушению.

5. Слабые санкции за нарушения. Штрафы не слишком большие и практически не оказывают сдерживающего воздействия (как например в случае с «Sunlight», которые после недостоверной рекламы об уходе, большого количества штрафов, продолжают недобросовестную конкуренцию).

4. На официальном сайте ФАС сложная система навигации.

5. На сайте не публикуются решения проигранных судов ФАС.

6. Сайтам территориальных органов ФАС необходим пиар [3].

Итак, со стороны антимонопольного органа необходимо доказать факт ограничения или возможности ограничения конкуренции. При этом для установления указанных обстоятельств не требуется проведения анализа рынка. В свою очередь, субъект, наделенный властными полномочиями, имеет возможность доказать правомерность своих действий, сославшись на норму федерального закона, допускающую их совершение. Такая достаточно легкая процедура и низкие требования к доказыванию факта нарушения во многом обуславливают лидирующую позицию нарушений субъектов, наделенных властными полномочиями, среди других нарушений антимонопольного законодательства. Законы Российской Федерации предоставляют широкие возможности по защите хозяйствующих субъектов от антиконкурентных действий субъектов, наделенных властными

полномочиями. Однако многие дела, которые рассматривает антимонопольный орган, являются маломасштабными и вряд ли могут серьезно повлиять на конкуренцию. А штрафы и прочие санкции не всегда помогают справиться с зарождением монополии на рынке [2].

Для того что бы исправить данные недочеты нужны убедительные санкции. Штрафы должны быть больше, чтобы быть сдерживающим, от антиконкурентных нарушений, фактором. А наличие санкций в уголовном праве может продемонстрировать отношения страны к вопросам о конкуренции. В положениях о действиях государственных органов упор должен быть сделан на антиконкурентное поведение. Жалобы на отказы в выдаче лицензий, продление аренды, споры по аренде земли и т.д., должны быть предоставлены суду или иному органу разрешения споров в соответствии с нормами принятия решений, отраженными в соответствующем законе. ФАС не должна нести ответственность за рассмотрение таких дел. Антимонопольным органам нужно дать возможность сосредоточиться исключительно на вопросах конкуренции.

Сиводедова Марина Викторовна, студент гр. ПИБ-202
Научный руководитель – Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ И ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАЗРАБОТЧИКОВ ВИДЕОПРОДУКТОВ

В современном мире «необходимо разрабатывать новые подходы экономического развития с учетом растущего уровня конкуренции, запросов потенциальных потребителей и еще одного важного фактора – влияния цифровой экономики» [1, с. 242]. Усиление конкуренции и обеспечение высокой доходности на рынке видеоигр обуславливает необходимость формирования целевой потребительской аудитории. Это в свою очередь требует разработку новых и совершенствование уже действующих видеопродуктов. Видеоигры относятся к наиболее наглядным примерам дифференцированных продуктов, разработка которых полностью ориентирована на целевую аудиторию [2]. Как происходит эволюция видеопродукта, обеспечивающего высокую доходность и конкурентоспособность на рынке ее разработчикам целесообразно рассмотреть на примере видеоигр «The Elder Scrolls».

Первой игрой представленной серии стала видеоигра «The Elder Scrolls: Arena», выпущенная студией Bethesda 25 марта 1994 года на операционной системе MS-DOS. Изначально планировалось создать спортивный симулятор гладиаторских боев, но, вышедшая в 1993 году «Ultima Underworld II: Labyrinth of Worlds», подтолкнула разработчиков к тому, чтобы изменить концепцию игры на ролевой экшн. В «The Elder Scrolls:

Arena» позаимствовали идеи «Ultima Underworld II: Labyrinth of Worlds», доработали ролевую систему, добавили побочные задания, помимо основного сюжета. Ключевым отличием от игры-вдохновителя стал большой и полностью открытый игровой мир, это значительно повысило конкурентоспособность проекта среди подобных игр. Студия оперативно отреагировала на ситуацию на рынке видеоигр и вовремя приняла решение о смене концепции.

Первая партия составила 3 000 копий игры, которые продали за несколько месяцев, а к 2004 году продажи приблизилось к миллиону копий. Успех продаж первой части указал компании вектор развития.



Рисунок 1 – Меню персонажа в «The Elder Scrolls: Arena»

Начиная с третьей части серии «The Elder Scrolls III: Morrowind», Bethesda начинают выпускать, помимо основной игры, еще и платные дополнения к ней: «The Elder Scrolls III: Tribunal» и «The Elder Scrolls III: Bloodmoon». В первый месяц было продано 95 000 копий, а за год число продаж выросло до 300 000 копий. Morrowind получил звание лучшей RPG года на ПК от GameSpy [3].

При помощи дополнений студия смогла с меньшими затратами, относительно разработки новой игры, увеличить прибыль от одной части серии. Поскольку от новых частей игроки ожидают новых механик, изменений в графической составляющей, развития истории глобально. А выпуск дополнений позволяет зарабатывать на уже существующих механиках, требуя в основном только развития сюжета в уже написанной истории, что «обеспечивает рост выручки при практически нулевых предельных издержках» [4, с.8]. В целом дополнения, разработанные к уже созданной видеоигре, позволили повысить доходность и сформировать дифференцированный продукт, отвечающий потребительским запросам.

Новый продукт – Morrowind стал первым крупным проектом Bethesda, выпущенным на консолях. Такое решение позволило охватить

новую аудиторию и, в очередной раз, удачно подстроиться под запросы рынка. Через время разработчики разместили в свободном доступе игровой редактор, позволяющий создавать пользовательские модификации игры. Такое решение, а также «сетевой эффект» повысили увлеченность пользователей игрой и их лояльность к компании [4, с.8].



Рисунок 2 – Скриншот из «The Elder Scrolls III: Morrowind»

Четвертая часть серии «The Elder Scrolls IV: Oblivion» продолжила традицию расширения целевой аудитории выпуском версии для мобильных телефонов. Таким образом «Oblivion» выходил на ПК, консолях и телефонах, поддерживающих J2ME или BREW.

Последняя, на сегодняшний день, нумерованная часть «The Elder Scrolls V: Skyrim» была представлена 11 ноября 2011 года на Windows, PlayStation 3, Xbox 360. Студия продолжила попытки охватить максимум потребительской аудитории. В рамках выставки Quakecon 2017 игру представили в сотрудничестве с PlayStation VR (PS4) в VR-формате. В тот же день представили версию игры для Nintendo Switch.

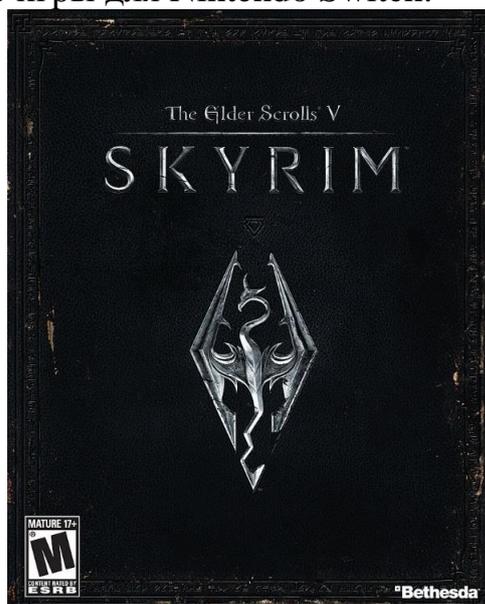


Рисунок 3 – Обложка «The Elder Scrolls V: Skyrim»

В 2014 году Bethesda Softworks выпускают «The Elder Scrolls Online». Игра семь лет разрабатывалась ZeniMax Online Studios. В отличие от предыдущих частей «The Elder Scrolls Online», как следует из названия, многопользовательская. Однако, как и прежде имеет основной сюжет, вписанный в общую историю серии. Многопользовательский режим позволяет на большее время задерживать игрока в игре, а значит с большей вероятностью склонить его к дополнительным покупкам. Также сетевая составляющая дает разработчикам возможность практически бесконечно выпускать платные дополнения к игре, за которыми пользователю даже не нужно ходить в магазин, так как они выходят с обновлениями игры, а доступ к ним предоставляется после оплаты.

С точки зрения экономической эффективности и доходности Bethesda Softworks превзошли сами себя. Компания смогла заработать с продажи самой игры, дополнений к ней и внутриигрового контента, такого как – транспорт персонажа. Изначально игра распространялась по подписке, но спустя год эту систему упразднили и стали взимать плату единовременно за основную игру. Дополнения и внутриигровой контент оплачиваются отдельно.

Таким образом, на примере серии игр The Elder Scrolls можно наблюдать динамику развития студии Bethesda как конкурентоспособного разработчика видео-продуктов на основе формирования целевой аудитории и повышения лояльности потребителей на игровом онлайн-рынке.

Список литературы

1. Векшанов, Е. Д. Механизмы развития маркетингового потенциала предприятия в условиях цифровой экономики / Е. Д. Векшанов, Л. Г. Шутько // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : Сборник материалов XVII международной научно-практической конференции, посвящается 100-летию ДОННТУ, Донецк, 25–26 ноября 2021 года / Редколлегия: А.А. Кравченко [и др.]. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 242-249. – EDN VCSGCU.
2. Шкарупа, Е. А. Маркетинговые геймификации как конкурентное преимущество: лояльность потребителей и узнаваемость бренда / Е. А. Шкарупа, П. Е. Ломакина, Р. О. Финдж // Россия молодая : Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 16–19 апреля 2019 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 80227. – EDN RVPBJQ.
3. GameSpy's PC RPG Game of the Year «Elder Scrolls III: Morrowind » [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20061205043839/http://achive.gamespy.com/goty20>

02/pc/index6.shtml. – [08.09.2022].

4. Шутько Л. Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» // Научные исследования и разработки. Экономика. 2022. №. 4. С. 4-11. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9111-2022-10-4-4-11> (дата обращения: 09.09.2022).

Спудис Анна Дмитриевна, студент гр. ОУб-191
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ РФ

Конкуренция – это свойственная товарному производству борьба между производителями за более выгодные условия производства, сбыта товаров и за получение наивысшей прибыли. Данную экономическую категорию можно рассматривать как элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие рыночных субъектов хозяйствования в процессе производства и сбыта продукции, а также в сфере приложения капитала. Формой существования конкуренции является общественная система норм и правил, имеющая в своей основе государственные директивы и рыночные методы функционирования структурных подразделений национального хозяйства.

Конкуренция на транспортном рынке – это соперничество транспортных предприятий за лучшие методы хозяйствования, т.е. за наиболее выгодные условия осуществления перевозок, освоение новых рынков и получение максимальной выгод. Кроме того, это борьба за грузовладельцев и пассажиров, за получение максимально полезного эффекта на основе применения современных, более эффективных технологий, повышения качества перевозок, их надежности и скорости перемещения грузов и пассажиров [1].

На данный момент существует Распоряжение Правительства РФ от 2 сентября 2021 г. № 2424-р об утверждении Национального плана («дорожной карты») развития конкуренции в РФ на 2021–2025 годы. «Дорожная карта» определяет следующие задачи по развитию конкуренции в РФ: снижение барьеров для поставщиков; развитие добросовестной конкуренции; обеспечение эффективного и прозрачного управления государственной и муниципальной собственностью; цифровизация антимонопольного и тарифного регулирования; развития малого и среднего предпринимательства; введение экономических мер стимулирования [2].

По мнению Покровской О.Д., современные тренды, которые сложились в условиях новой реальности, на фоне санкций Запада по отношению к России, представляют из себя следующее:

1. Метаморфозы в локализации производственных мощностей и их максимально близкой дислокации к потребителям;
2. Сокращение длины и состава цепей поставок до минимума;
3. Переориентация логистических цепей на внутренние рынки;
4. Усиление государственного протекционизма;
5. Закрытие границ и ограничения транзита;
6. Переход к онлайн-покупкам и потреблению товаров, быстрое развитие маркетплейсов, платформенных клиентских решений и электронной коммерции в целом;
7. Повышение спроса на доставку по «последней миле», на услуги складской дистрибуции;
8. Реализация политики импортозамещения;
9. Снижение спроса на логистические услуги с учетом ослабления российских торговых процессов на мировых рынках;
10. Невозможность реализации отложенного спроса после кризисного 2020 г. в связи с защитными мерами государственной политики России в ответ на санкции;
11. Сервитизация как инновационное сочетание услуг и традиционных промышленных продуктов, при котором пакет сервиса формирует дополнительную ценность продукта для клиента, точной отгрузки, прозрачного отслеживания груза и подвижного состава, точного информирования и прозрачности логистических систем;
12. Падение видимости, прозрачности, устойчивости и гибкости логистических транспортных систем на фоне санкций и не оправившейся от пандемии экономики в целом, что не позволяет мгновенно реагировать на волатильность и сбои в цепях поставок;
13. Быстрый рост нагрузки на транспортные артерии, свободные от санкций при переориентации мощнейших грузопотоков на восток по направлению к Китаю и тихоокеанским портам;
14. Переход на мультимодальный маршрут, сочетающий перевозку по морю и железной дороге, через порты Дальнего Востока и далее по Транссибирской магистрали;
15. Стремительная, отвечающая темпам изменений на геополитическом и товарном рынке цифровая трансформация, автоматизация и аналитика [3].

Перечисленные тренды останавливают глобализацию региональных рынков, замедляют восстановление пост-пандемийной экономики и приводят к замыканию Россией «на себе» логистических цепей.

Формирование новых логистических цепей, быстрая «перенастройка» логистических схем и сервисов под новую реальность при неукоснительном обеспечении устойчивости и безопасности доставки в целом - становится ключевой задачей для российской логистической транспортной системы в ближайшее время [4].

По мнению исследователей транспортного рынка, в 2022 году больше всего пострадают морские и воздушные перевозки. Но часть потерь можно нивелировать переориентированием потоков в Азию, на что потребуется до двух лет, а также развитием транспортных связей с Турцией и Ираном [6].

Лидерство на российском авторынке по-прежнему удерживает отечественная марка LADA – ее продажи за I полугодие 2022 года составили 73 164 единицы [5].

На рынке грузоперевозок лидерами на текущий момент являются: АО «ДПД РУС», ООО «КИТ.ТК», ООО «Энергия», ООО «Байкал-Сервис ТК», ООО «ЖелДорЭкспедиция», ООО «Возовоз», ООО «ПЭК», ООО «Деловые линии» [7].

Крупнейшими авиакомпаниями России по пассажирообороту по итогам 2021 года являются: ПАО «Аэрофлот», ООО «С 7 КАРГО», Россия, ООО «Авиакомпания Победа», ОАО АК «Уральские авиалинии», ООО «Северный ветер» [8].

По состоянию на 2022 год ОАО «РЖД» занимает первое место в области железнодорожных перевозок РФ. Так же в данной сфере услуг существуют и другие российские перевозчики: АК «Железные дороги Якутии», АО «Ямальская железнодорожная компания», ФГУП «Крымская железная дорога» [9].

Таким образом, в настоящее время, в связи с тяжелой макроэкономической и политической обстановкой в мире, сокращаются поставки продукции из-за рубежа, разрываются партнерские отношения с зарубежными перевозчиками, следовательно, возрастает спрос на внутренний рынок продукции и увеличивается потребность в отечественных транспортных услугах, что дает толчок развитию транспортной отрасли России, появлению новых игроков, развитию конкуренции, усилению отечественных позиций и открытию новых рыночных направлений.

Список литературы

1. Развитие конкуренции на транспортном рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/443123/ekonomika/razvitie_konkurentsii_transportnom_rynke?ysclid=182lqt0blz831757668 (дата обращения 17.09.2022).
2. Распоряжение Правительства РФ от 2 сентября 2021 г. № 2424-р об утверждении Национального плана («дорожной карты») развития конкуренции в РФ на 2021–2025 годы.
3. Логистические тренды 2022 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trans.info/ru/logisticheskie-trendyi2022-goda-globalizatsiya-servitizatsiya-i-digitalizatsiya-268055> (дата обращения 17.09.2022).
4. Логистические транспортные системы России в условиях новых санкций [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

file:///C:/Users/1/Downloads/logisticheskie-transportnye-sistemy-rossii-v-usloviyah-novyh-sanktsiy.pdf (дата обращения 17.09.2022).

5. Лидеры и аутсайдеры авторынка РФ в 1 полугодии 2022 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/52030/> (дата обращения 17.09.2022).

6. Коммерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5292873> (дата обращения 17.09.2022).

7. Рейтинг транспортных компаний по стоимости доставки 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/transport/461446-reyting-transportnyh-kompaniy-po-stoimosti-dostavki-2022> (дата обращения 17.09.2022).

8. 25 крупнейших авиакомпаний России 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/transport/461446-reyting-transportnyh-kompaniy-po-stoimosti-dostavki-2022> (дата обращения 17.09.2022).

9. Как корпорация РЖД перестала быть монополистом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sensaciya.net/monopolia-rzd/> (дата обращения 17.09.2022).

Старокожева Галина Ивановна, к.э.н., доцент
(ВолГУ, г. Волгоград)

РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ

Актуальность темы обусловлена развитием одного из направлений общегосударственной социальной повестки, нацеленной на создание планов развития рекреационного потенциала территорий. Обеспечение качества жизни в регионах России с учетом внутренних региональных резервов, влияющих на воспроизводство производительных сил, обеспечение здоровья и физического благополучия населения является проблемой, требующей постоянного внимания и решения. В этом отношении важная роль отводится рекреационным объектам, наличие которых позволяет жителям не выезжая из регионов проживания, отдыхать и восстанавливать здоровье.

Дефицит рекреационного обеспечения проявился в большинстве регионов России при введении противоэпидемических мер на фоне пандемии новой коронавирусной инфекции и в связи с проведением специальной военной операции. Резко сократилось число маршрутов, доступных для граждан России. Между тем, каждый регион обладает совокупностью природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов [2], которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий.

Вовлечение в эксплуатацию рекреационных ресурсов на региональном уровне является масштабной научной проблемой, которая

важна для нескольких областей знаний (рекреационная география, рекреационное природопользование, региональная экономика, экономика отраслей, рекреационное районирование и др) [4]. Современные исследования направлены на поиск адекватного инструментария оценки рекреационного потенциала. В этом же направлении следует и мировая наука, складывается научная конкуренция. Особое внимание уделяется исследованию рекреационных возможностей охраняемых природных территорий (ОПТ), которые функционально являются резерватами уникальных, свойственных конкретным регионам ресурсов, зачастую не включенных в структуру рекреационного потенциала. В этой связи требуется переосмысление процесса оценки и использования рекреационного потенциала ОПТ, определение места, роли и значения ресурсов ОПТ в структуре регионального рекреационного потенциала.

В методологическом аспекте следует отметить ряд принципиальных подходов:

Во-первых, рекреационный потенциал любого пространственного образования, в том числе ОПТ, зависит не только от эндогенных свойств (географическое положение, климата, природных ресурсов) но и от формирования определенных условий управления, хозяйствования, в результате которых возникают дополнительные возможности его развития. С этой точки зрения, выбор между природоохранными и рекреационными функциями ОПТ зависит от справедливой оценки рекреационного потенциала и готовности общества сохранять его в устойчивом состоянии.

Во-вторых, если рекреационный потенциал ОПТ рассматривать в качестве источника конкурентных преимуществ региона, то следует учитывать, что конкурентоспособность территории, опирается на сильные позиции отдельных хозяйственных кластеров. Отсюда концентрация объектов рекреации и инфраструктурных организаций по географическому принципу должны взаимно способствовать росту конкурентоспособности друг друга [3].

В-третьих, рекреационные пространства в границах большинства субъектов представляют собой совокупность разрозненных охраняемых объектов различных категорий в большинстве своем регионального уровня подчинения. Отсюда региональные власти самостоятельно решают противоречия в системе «ресурсы – использование – проблемы». Так, недооценка рекреационного потенциала охраняемых природных территорий как возможного экономического развития при пространственном планировании региона приводит к углублению деформации нормального рыночного механизма и возникновению эффектов перелива, приводящих к росту совокупных общественных издержек.

В-четвертых, исходя из потенциальной рекреационной емкости ОПТ, региональные органы власти могут симулировать наиболее экономически выгодные виды деятельности. Однако для сглаживания социально-

экономической асимметрии при выборе источников экономического роста актуальным становится подход к региону как социуму. Подход к региону как социуму акцентирует внимание на воспроизводстве социальной жизни населения, образовании, здравоохранении, культуре, окружающей среде, качестве жизни населения [5], открывая зависимость положения людей от вне рыночных факторов согласно концепции «внешних эффектов».

В-пятых, программно-целевой подход является важным в реализации непривлекательного для частных инвестиций, но требующего использования значительных средств такого направления деятельности, как поддержка рекреационного развития.

В-шестых, адекватные инструменты формирования и развития стратегии управления рекреационным потенциалом открывают широкие возможности для маркетингового подхода в поиске партнеров для решения задач развития на различных уровнях (государственно-частное партнерство, межрегиональные, национальные, межгосударственные программы и проекты, гранты международных организаций).

В качестве инструментария уместна комбинация известных способов оценки рекреационного потенциала, скорректированная с учетом свойств исследуемого объекта (предлагаемые частные методы исследования, используемые при оценке рекреационной нагрузки и рекреационного потенциала территорий, ориентированные на факторы, которые целесообразно оценивать значимостью, рангом, баллом, пользоваться шкалой или относительной оценкой [1]):

- интегральные методы оценки (многокомпонентная система характеристик рекреационной ценности ресурсов);

- рейтинговая оценка рекреационной нагрузки и рекреационного потенциала на основе двух групп показателей: способность объекта рекреации удовлетворять рекреационные потребности по принципу рекреационной емкости и способность объекта рекреации удовлетворять потребности по принципу территориальной близости;

- рейтинг готовности населения региона к потреблению рекреационных услуг (основан на анализе статистических показателей, характеризующих уровень развития региона в трех сферах: социальной, экономической, социальная и экономическая инфраструктура);

- метод экспертных оценок (организацию работы с экспертами и обработка их мнений);

- методы электронной картографии.

С практической точки зрения полученные подходы и инструменты позволяют разрабатывать альтернативные сценарии использования рекреационного потенциала и вырабатывать мероприятия для субъектов, заинтересованных в формировании рекреационных дестинаций и корректировать организационно-экономический механизм использования охраняемых зон на региональном и межрегиональном уровне.

Список литературы

1. Букреев, И. А. Стратегическое планирование развития предпринимательской деятельности в рекреационной сфере (на примере Республики Крым): дис. ... канд. экон. наук. – ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Симферополь, 2020.
2. Иншаков, О.В. Стратегирование социально-экономического развития региона: научное обоснование и актуализация модели. Региональная экономика. Юг России. 2018. № 1 (19), С. 23-43.
3. Кружалин, В.И. География туризма (Ростуризм) / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 328.
4. Mitrofanova, I.V. Specially protected natural areas of regions of the Southern Federal District of Russia: Specificity of approaches to management and conservation/ G.I. Starokozheva, E.A. Shkarupa, V.V. Batmanova, I.A. Mitrofanova, A.B. Tlisov // Revista Galega de Economia. 2016. Vol. 25. №. 3, pp. 57-68.
5. Сычева, И.Н. Ключевые детерминанты конкурентных преимуществ региона: методологические подходы/ Е.С. Пермякова, В.Д. Усенко // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. №. 3. С. 75-81.

Суханова Виктория Игоревна, Чайкина Анна Александровна, студенты
Научный руководитель – Деревягина Ольга Евгеньевна, к.ю.н., доцент
(ЮИ СФУ, г. Красноярск)

ДОМИНИРОВАНИЕ НА ЦИФРОВОМ РЫНКЕ

Внедрение цифровых и информационно-коммуникационных технологий в экономику ведет к снижению стоимости услуг, увеличению доступности товаров, развитию конкуренции и, как следствие, рынка в целом. Поэтому цифровизация экономики предлагает новые вызовы антимонопольным органам в применении законодательства о защите конкуренции.

Европейский союз под понятием единый цифровой рынок рассматривает экономическую зону стран с фокусированием на телекоммуникации и цифровую экономику, объединяя в своём содержании электронную экономику, маркетплейсы, единую зону платежей, электронные транзакции, цифровой маркетинг и пр. [1]. Термин «цифровой рынок» в российском законодательстве не закреплен. Профессор О.Ю. Якимова, исходя из Указа Президента РФ от 9 мая 2017 г. №203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы», под цифровым рынком понимает рынок, направленный на ликвидирование территориальных барьеров с целью открытого доступа к электронным услугам и информации [1]. Рабочая группа разработки Концепции комплексного правового регулирования отношений, возникающих в связи с

развитием цифровой экономики, представляет в своём отчёте цифровизацию рынка, как онлайн-платформу, которая образует канал продаж и дистрибуции, используя в своей работе компьютерные алгоритмы. Проанализировав позиции ряда авторов [2] на это понятие, мы приходим к выводу, что цифровой рынок – это взаимодействие между спросом и предложением в цифровой сфере, при использовании цифровых технологий.

В 2020 году цифровые рынки стали самыми развивающимися в экономике России (это связано с пандемией COVID-19). Значительная часть работ, услуг, покупок и многих других направлений деятельности были вынуждены перейти на удалённый формат деятельности.

Отметим специфические черты цифрового рынка. Во-первых, динамика развития рынков настолько высока, что компании создают свой рыночный капитал буквально в течении месяца. Во-вторых, это работа с большими базами данных. В-третьих, появлению новых субъектов сопутствует аналитика их деятельности для улучшения динамики работы и развития методов использования цифровизации. В-четвертых, высокий уровень взаимодействия между рынком и обществом. Общество способно контролировать и анализировать субъектов рынка для расширения своих услуг и привлечения потребителей, что важно для оптимизации затрат и роста прибыли. В-пятых, действие цифровых платформ. Платформы являются точкой входа потребителей для получения товаров и услуг, а также предоставляют возможность расширить круг субъектов рынка, привлекая большее число потребителей. Помимо привлечения новых потребителей в цифровую сферу, платформы ещё и выступают доминирующими субъектами, направляя к взаимодействию группы лиц, которые уже работают на цифровом рынке [3].

Рассмотрим понятие доминирования на цифровом рынке. Это положение хозяйствующего субъекта, которое непосредственно влияет на общие условия рынка (установление цены, объёма производства и пр.). Согласно ст. 5 Федерального закона «О защите конкуренции» доминирующее положение – положение хозяйствующего на рынке субъекта (группы лиц) или нескольких таких субъектов на рынке определённого товара, дающее данному хозяйствующему субъекту возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Результатом необходимости адаптировать антимонопольное регулирование к новым реалиям и потребностям цифровой экономики стал так называемый пятый антимонопольный пакет ФАС, который в том числе определяет критериев установления доминирующего положения участников цифровых рынков.

Отметим, что проект пятого антимонопольного пакета находится в «регуляторном тренде». Так, в ЕС разрабатывают Digital Services Act, идут

опросы участников рынка. Европейский законодатель хочет консолидировать подходы к регулированию деятельности цифровых платформ, определить допустимые и недопустимые практики, уточнить отраслевые предписания. Российское регулирование тоже выиграло бы от большей детализации процедуры оценки состояния конкуренции на «цифровых рынках».

Пятый антимонопольный пакет для определения доминирующего положения создал такие критерии, как числовые показатели в отношении цифровых платформ – 35% «на рынке взаимозаменяемых услуг» и выручка – не менее 400 млн. руб. в год. Это является нововведением, поскольку в действующем законодательстве процент доли должен составлять более 50%.

Необходимость снижения доли доминирующего субъекта на цифровом рынке можно продемонстрировать следующим примером – дело «ФАС против Booking.com B.V.». Доминирующее положение Booking.com заключалось в том, что компания предлагала российским гостиницам и отелям заключать с ней невыгодные договоры, по которым они были обязаны предоставлять компании и соблюдать со своей стороны паритет цен, наличия номеров и условий во всех каналах продаж и распространения своих услуг. Паритет цен стал препятствием для установления гостиницами и отелями более низких цен на свои услуги, а также ограничил возможность формирования в различных каналах продаж свободных предложений услуг. Иными словами, Booking.com диктовал свои условия торговли на цифровом рынке. Более того доля компании на данном рынке превысила 35%, а это является одним из критериев отнесения к доминированию, исходя из пятого антимонопольного пакета.

Говоря о доминировании на цифровых рынках, необходимо упомянуть Приказ ФАС № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке». В данном нормативном правовом акте одним из этапов определения положения субъекта на рынке является установление географических границ. В отличие от классического понимания границ рынка, для цифрового – это круг товаров, которые, по мнению приобретателей, функционально идентичны и, при прочих равных условиях, близки по соотношению «цена-качество», а при «нулевой цене» – по качеству (взаимозаменяемы), в Приказе ФАС сказано, что их можно определить через операционную систему.

Так, например, в деле № 1-00-168/00-11-16 «О нарушении антимонопольного законодательства от 15 августа 2017 года (АО «Лаборатория Касперского v. Microsoft corporation)» сказано, что обращение ОС, устанавливаемое на стационарных устройствах и, обращение ОС, устанавливаемое на мобильных устройствах, образуют отдельные товарные рынки, а продуктовыми границами исследуемого нами рынка являются RTM-версии ОС (финальные версии, которые используются разработчиками стороннего прикладного ПО для тестирования и доработки прикладного

ПО в целях обеспечения полной совместимости с новой ОС). Иными словами, границами цифрового рынка в данном случае будет ОС Windows [5].

В соответствии с подходом, разработанным ФАС России, в процессе правоприменительной практики, при анализе границ цифровых рынков должны приниматься во внимание такие факторы, как:

1) Обращение товаров на рынках, неразрывно связанных с функционированием ИКТ рынков (т.к. большинство товаров, в нашем случае - ПО, не может обладать самостоятельной потребительской ценностью без соответствующего аппаратного обеспечения);

2) Отдельные группы ПО не могут функционировать без базового ПО - операционной системы (в данных случаях при определении географических границ рынка требуется учёт функционирования рынка ОС) [6].

Инструменты правового регулирования должны решать проблемы сбора и обработки данных пользователей, а также их конфиденциальность, защиту и ответственность по нарушениям. Всё это требует закрепления принципов регулирования в нормах не только цифрового и гражданского права, но и в административном и уголовном законодательстве.

Примером определения границ цифрового рынка может послужить дело «ФАС против Apple Inc.». Доминирующее положение Apple Inc. прослеживается через операционную систему iOS, на которой происходит разработка приложений, а дальнейшая их легальная продажа производится через App Store.

С октября 2018 года Apple начало проводить политику по ограничению инструментов и возможностей для разработки приложений родительского контроля, в результате чего большая часть функционала приложений сторонних разработчиков была утрачена. И именно в то же время вышло, разработанное ими, приложение «Screen time» (Экранное время), по функциям очень похожее на приложения родительского контроля.

ФАС пришло к выводу о том, что компания Apple злоупотребила доминирующим положением по отношению к разработчикам мобильных приложений родительского контроля и ограничила конкуренцию на рынке распространения приложений для мобильных устройств, функционирующих под управлением операционной системы iOS. Также компания ограничила возможность другим разработчикам продавать свои программы через магазин приложений App Store.

В данном деле границами цифрового рынка будет ОС iOS. Доминирующее положение можно проследить через деятельность Apple, а именно ограничение возможности сторонним компаниям работать на данной платформе (ОС iOS), а также в ограничении конкуренции на данном цифровом рынке.

Подводя итог вышеизложенному, стоит отметить, что формируемая нормативная правовая база должна создать базу для правоприменителя в определении доминирования хозяйствующего субъекта на цифровых рынках.

Список литературы

1. Якимова, О. Ю. Единый цифровой рынок: опыт Европейского союза / О. Ю. Якимова // Контентус. – 2018. – № 2 (67). – С. 38-45. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36414229>.
2. Терская Г. А. Развитие рынка цифровой информации / Г. А. Терская // Современная экономика: проблемы и решения. – 2018. – С.118-130. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36639351>.
3. Попов, В. Г. Антимонопольное регулирование в условиях развития цифровой экономики / В. Г. Попов, О. А. Афанасьева // Цифровая и отраслевая экономика. – 2021. – № 2 (23). – С. 50-54. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46139252>.
4. Егорова М. А., Кожевина О. В., Кинев А. Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков / М. А. Егорова, О. В. Кожевина, А. Ю. Кинев // Lex Russica. – 2021. – №2 (171). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-zaschita-konkurentsii-v-usloviyah-formiruyuschihya-tsifrovyyh-rynkov>.
5. Решение по делу № 1-00-168/00-11-16 О нарушении антимонопольного законодательства от 15 августа 2017 года (АО «Лаборатория Касперского v. Microsoft corporation).
6. Комиссаров Г. Перспективы антимонопольного регулирования на цифровых рынках: границы рынка / Г. Комиссаров // URL: https://zakon.ru/blog/2021/08/23/perspektivy_antimonopolnogo_regulirovaniya_na_cifrovyyh_rynках_granicy_rynka.

Фаляхов Руслан Фаридович, магистрант гр. СУМ-221
Галанина Татьяна Вадимовна, к.с.-х.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Машиностроительная отрасль относится к тяжелой промышленности, она производит машины самой разнообразной конструкции и применения, от предметов общего потребления для населения до оборонной техники. Производство продукции машиностроения имеет важную цель – увеличить показатели производительности труда во всех отраслях России посредством создания нужного для этого оборудования и техники.

Среди всех межотраслевых комплексов, машиностроение является ведущим и крупнейшим в России, так как на 2021 г. 20% производимой продукции приходится именно на его долю [1].

М.К. Измайлов описывал машиностроительный комплекс, как один из самых объёмных комплексов по производимому количеству продукции в экономике любого государства. М.К. Измайлов, опираясь на Российский справочник классификаторов видов экономической деятельности, предложил свой вариант классификаторов (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 – Классификация машиностроительной отрасли в России [2]

Машиностроительная отрасль России столкнулась со многими проблемами после перехода к рыночным отношениям и до сих пор находится в трудной ситуации.

Развитие машиностроения России за последние несколько лет можно представить в виде следующих периодов. С июля 2008 г. – месяца наивысшего уровня изготовления продукции перед кризисом, то есть уже с августа 2008 г. начинается период кризисного спада, который продолжался по январь 2009 г., со среднемесячными отрицательными темпами в 2,6%. Начиная с февраля 2009 г. по январь 2011 г. – период посткризисного восстановления, в нём среднемесячный темп увеличился на 0,68%. Стадия стагнации начиналась с февраля 2013 г. и продолжалась по 2017 г., когда начались заметные признаки роста. Однако, с 2018 г. и по настоящее время наблюдается снижение производства [3].

Индекс производства продукции машиностроительного комплекса России нестабилен и постоянно колеблется. В 2021 г. он составил 105,3% к предыдущему году (рисунок 2) [4].

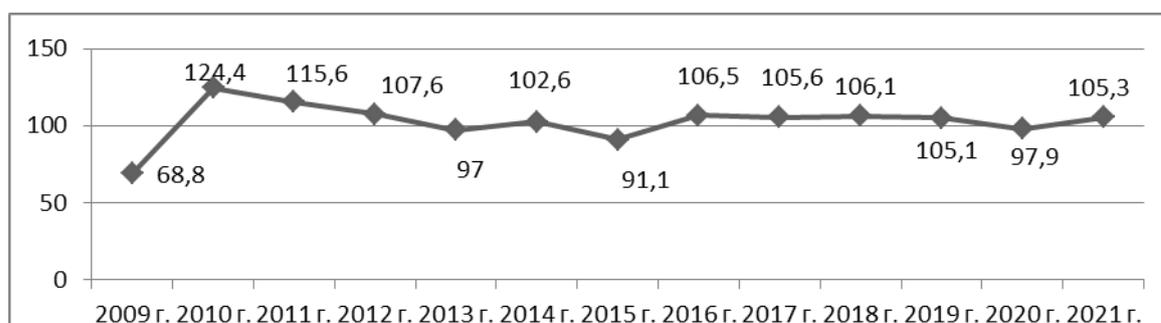


Рисунок 2 – Индекс производства в машиностроительном комплексе, % [4]

В машиностроительном комплексе, отрасль авиастроения является одной из самых ключевых промышленностей в экономике России, так как она способствует стимулированию работы обеспечивающих отраслей: металлургическая, радиотехническая и т.д. Так, производство военных и гражданских самолётов за период с 2009 г. – 2021 г. имеет темп снижения производства (рисунок 3) [5].

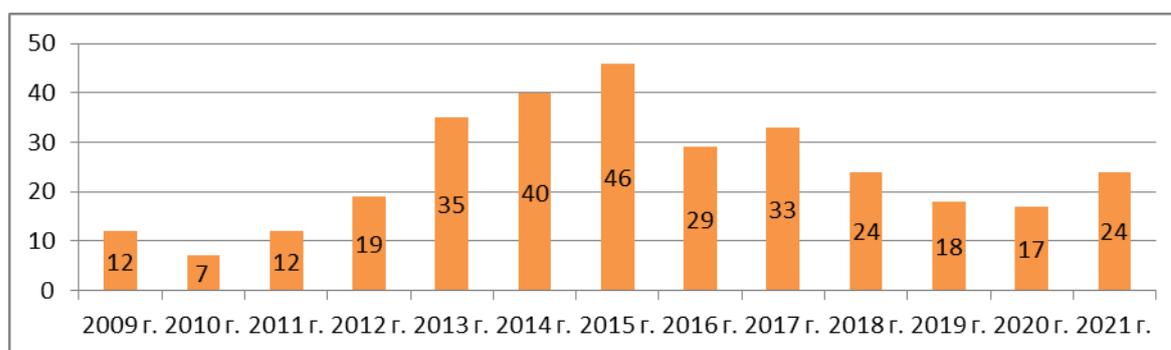


Рисунок 3 – Производство военных и гражданских самолётов, шт. [5].

Самый высокий пик в производстве самолётов наблюдается в период с 2013 г. – 2015 г. В период с 2019 г. – 2020 г. производство сократилось, так как повлияла пандемия COVID-19, однако, в 2021 г. произошёл рост на 70,1% - этому способствовал разработанный план Минпромторгом по созданию конкурентоспособной продукции авиационной промышленности [6].

Производство вертолётов в России показывает другую динамику. Наивысший пик производства наблюдается в период с 2011 г. по 2013 г., а в 2020 г. наблюдается самый низкий показатель производства – 128 шт. В 2021 г. также произошёл рост производства, как и у самолётостроения, на 44,5% [7].

Существуют множество причин, из-за которых многие предприятия отрасли оказываются не конкурентоспособными. Так, одна из причин - рост конкуренции авиастроения на мировых рынках вследствие присоединения к всемирной торговой организации. В результате потребность в самолётах и вертолётах удовлетворялась за счёт импорта, так как продукция зарубежных конкурентов оказывается дешёвой и более технологичной.

Однако, в 2022 году ситуация изменилась из-за геополитической ситуации, прекратились поставки самолётов и вертолёт в России из европейских стран.

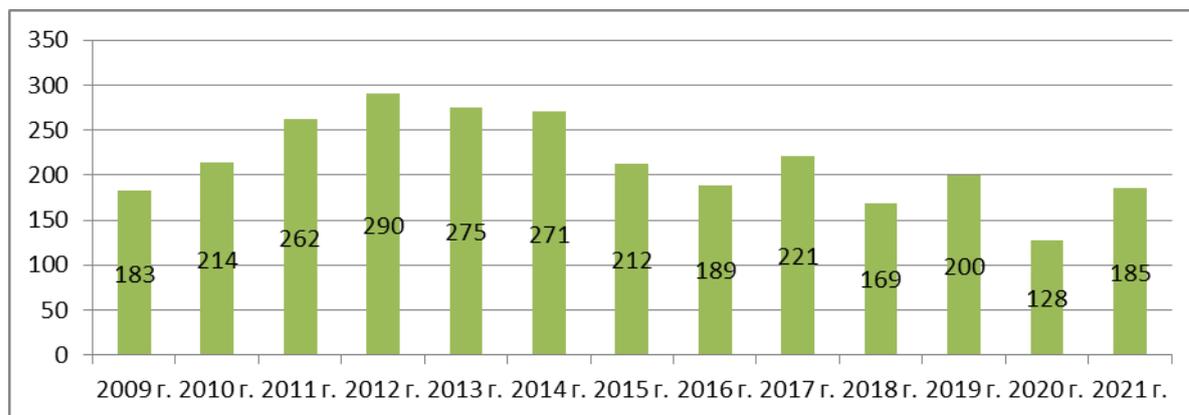


Рисунок 4 – Производство вертолёт в России, шт. [7]

На сегодняшний день Россия, несмотря на огромные возможности развития машиностроения, в международном рейтинге выделяется лишь производством вооружения и космической техники.

В развитии машиностроительного комплекса препятствуют несколько негативных факторов [8]:

- технологическое отставание предприятий и высокий уровень затрат, связанный с использованием устаревших технологий и оборудования;
- недостаточное инвестирование в машиностроение из-за множества рисков и длительного периода окупаемости;
- ориентированность на внутренний рынок и государственные заказы;
- высокая доля постоянных расходов в себестоимости продукции, связанная с неоптимальными размерами инфраструктуры машиностроительных предприятий.

Существующие трудности машиностроительного комплекса, требуют от отечественных предприятий новых эффективных действий, направленных на создание у них конкурентных преимуществ.

Среди основных направлений развития и повышения конкурентоспособности машиностроительного комплекса России в перспективе можно выделить следующие [9]:

- проведение технологической модернизации предприятий машиностроения;
- внедрение новых технологий, способствующих повышению производства и увеличения конкурентоспособности;
- увеличение финансовой устойчивости предприятий путем их объединения в крупные корпорации;

- увеличение темпов обновления и ввод более совершенных основных фондов за счет инвестиций, государственного финансирования и частного капитала;
- создание федеральных научных центров современных технологий;
- льготное кредитование производителя, направляющего инвестиции в развитие и модернизацию производства 80% прибыли и более и 100% амортизационных отчислений;
- стимулирование инвестиционной активности посредством предоставления льгот по налогам на землю.

В заключение хотелось бы отметить, что на данный момент одним из главных путей роста производства в машиностроительном комплексе является государственная поддержка. С поддержкой государства машиностроительные предприятия смогут провести модернизацию и внедрить новые технологии в производство, а введение различных льгот и инвестирование в эту отрасль, сможет значительно ускорить рост развития и повысить конкурентоспособность машиностроительного комплекса.

Список литературы

1. Метапром. Машиностроительная отрасль в России. – URL: <https://metaprom.ru/articles/a594-mashinostroenie-mashinostroitel'naya-otrasl-rossii/> (дата обращения: 25.09.2022). – Текст: электронный.
2. Давлетов, И. И. Оценка состояния и развития отрасли машиностроения в России. – Текст: электронный. // Московский экономический журнал. 2021. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sostoyaniya-i-razvitiya-otrasli-mashinostroeniya-v-rossii> (дата обращения: 25.09.2022).
3. Studme.org. Россия на мировом рынке продукции машиностроения. – URL: https://studme.org/313167/ekonomika/rossiya_mirovom_rynke_produktsii_mashinostroeniya (дата обращения: 26.09.2022). – Текст: электронный.
4. Росстат. О промышленном производстве в 2021 г. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/12_02-02-2022.html (дата обращения: 26.09.2022). – Текст: электронный.
5. Aviations21. АССАД подвела итоги развития авиапрома России в 2021 году. – URL: <https://aviation21.ru/assad-podvela-itogi-razvitiya-aviaproma-rossii-v-2021-godu/?ysclid=18jtaum4xz553757675> (дата обращения: 26.09.2022). – Текст: электронный.
6. РБК. Инвестирование в авиастроение. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/12/07/2021/60ebc8159a7947c3ce99e116?ysclid=18jua7ect839325240> (дата обращения: 26.09.2022). – Текст: электронный.
7. Zhukvesti.ru. Российская вертолетостроительная отрасль в 2021 году. – URL: <https://www.zhukvesti.ru/articles/detail/37839/?ysclid=18juregaa2536706250> (дата обращения: 26.09.2022). – Текст: электронный.
8. Фаляхов Р.Ф., Бугрова С.М. Конкурентоспособность машиностроения на отраслевом рынке. – Текст: электронный. // Сборник

материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» - 2020. URL: <https://science.kuzstu.ru/event/event-reports/conference/mono/> (дата обращения: 27.09.2022).

9. Очайкин, К.Д. Пути повышения конкурентоспособности российского машиностроения. – Текст: электронный. // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2015. №16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-rossiyskogo-mashinostroeniya> (дата обращения: 27.09.2022).

Фаляхов Руслан Фаридович, магистрант гр. СУмоз-211
Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «СУЭК-КУЗБАСС» ПУТЕМ МОДЕРНИЗАЦИИ СЕКЦИЙ КРЕПИ В УГОЛЬНЫХ ШАХТАХ

Угольная отрасль занимает важную роль в энергобалансе страны. Уголь является на данный момент является самым доступным источником энергии на нашей планете.

На сегодняшний день в Кузбассе добывается более 56% от общего объема добычи угля по стране, в том числе более 80% коксующихся марок углей, поэтому угольная промышленность Кузбасса играет важную роль в экономике страны и приобретает федеральное значение [1].

На территории действуют 120 предприятий угольной промышленности, в том числе эксплуатируются 58 шахт и 36 угольных разрезов [2]. В регионе крупные угольные компании конкурируют друг с другом, используя различные методы, способы по добыче угля. Так, по итогам 2021 году угольные компании Кузбасса добыли 243,1 млн.тн. угля (рисунок 1) [3].

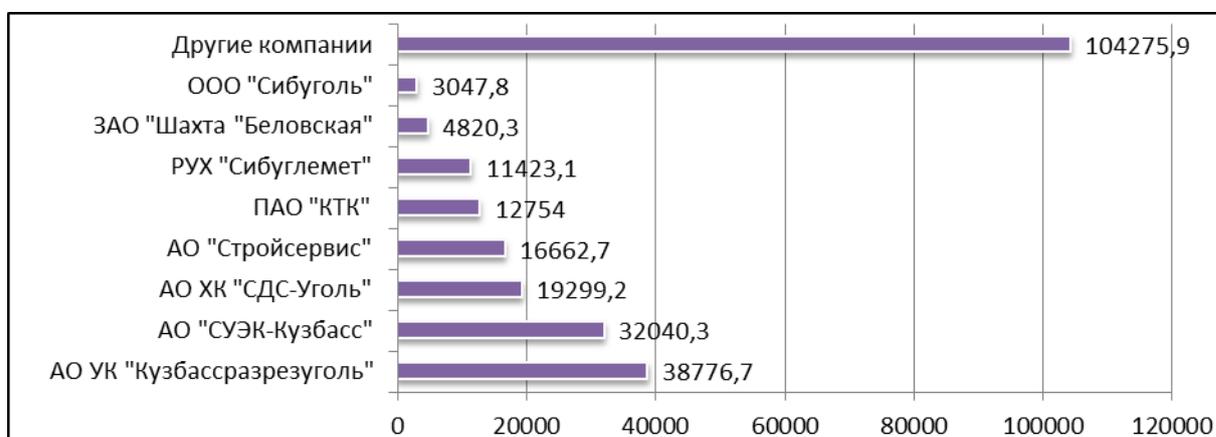


Рисунок 1 – Динамика объемов добычи угля в Кузбассе, тыс.тн. [3]

По рисунку 1 видно, что наибольший объём добычи угля в Кузбассе в 2021 году, принадлежит компании АО УК «Кузбассразрезуголь» - 38776,7 тыс.тн. угля. Компания АО УК «Кузбассразрезуголь» за год смогла увеличить объём добычи угля на 13656,7 тыс.тн., опередив АО «СУЭК-Кузбасс».

Такое рост объёма добычи угля в 2021 у компании АО УК «Кузбассразрезуголь» объясняется проведенной модернизацией на шахтах, также данная программа по модернизации продолжится развиваться в 2022 году [4].

Под конкурентоспособностью предприятия понимается её фактическая и потенциальная способность осуществлять свою деятельность более эффективно, по сравнению с конкурентами в этой отрасли [5].

Компания «СУЭК» – является одной из крупнейших интегрированных энергетических компаний мира с добывающими, генерирующими и логистическими мощностями на территории Российской Федерации и международной сбытовой сетью. Также у компании социальные программы разрабатываются и реализуются в тесном взаимодействии с заинтересованными сторонами: с региональными и муниципальными администрациями, общественными организациями, местными жителями – реализуются благотворительные проекты во всех направлениях, в том числе и в жилищной коммунальной сфере [6, 7].

Чтобы увеличить объём добычи угля АО «СУЭК-Кузбасс» и вернуть первенство в регионе, нужно повысить производительность труда в угольных шахтах путём модернизации секции крепи. В угольных шахта АО «СУЭК-Кузбасс» используются следующие типы секции крепи: TAGOR 15/32 дата оприходования 2008 год; GLINK 15/32 находится в использовании с 2011 года, как и секция крепи DBT 2200/4800. Нормативный срок службы секции крепи 10 лет, поэтому необходимо произвести также замену изношенных элементов гидравлики и механической части [8].

Возникшие проблемы, приводят к остановке процесса горных работ и потери рабочего времени. Для того, чтобы снизить возникновение таких проблем, нужно провести модернизацию секций крепи. Модернизация нужна для улучшения характеристик управления кровлей в лаве, с целью увеличения скорости крепления забоя, повышения производительности очистного забоя и надёжности при работе. Также модернизация сможет восстановить функциональные возможности силовой гидравлики и обеспечить безопасность и безаварийность эксплуатации угля при горной выработки.

Основные мероприятия для повышения технического уровня производства путём модернизации секций крепи в шахтах заключаются в ниже следующих действиях.

Для исключения нежелательного контакта с поверхностью забоя, при осуществлении передвижки линейной секции лавного привода с помощью

ручных распределителей или электрогидравлических, нужно использовать проставыш между линейной секцией лавного привода и домкратом передвижки.

Разработка мощных угольных пластов на всю их мощность производится щитом, при увеличении мощности пласта управлять щитом становится сложно, увеличиваются потери угля и растет объем подготовительных работ. Для решения данных проблем нужно спроектировать механизированную крепь с встроенным исполнительным органом – установка базовой балки, которая предназначена для увеличения вынимаемой мощности пласта. В таком исполнении крепь лучше поддерживает кровлю и на 30% легче крепи, спроектированной в традиционном исполнении.

Также применение на шахтах современных подсистем дистанционного электрогидравлического управления, по сравнению с местным управлением силовыми гидрораспределителями, обеспечат значительное увеличение скорости крепления к забою, облегчение условий и повышение безопасности труда рабочих, а также сокращение гидрокоммуникаций между секциями крепи. Автоматизированная система обеспечивает:

- передвижку секции крепи и рештачного става забойного конвейера по заданному алгоритму в пределах выделенной группы секций с автоматическим запретом передвижки в зоне нахождения очистного комбайна или струга;

- автоматическую передвижку отдельной секции по алгоритму;

- дистанционное пооперационное управление исполнительными гидроцилиндрами отдельной секции и аварийное отключение управления крепью.

Для оценки эффективности модернизации трёх секций крепи в шахтах АО «СУЭК-Кузбасс» приведем анализ работы секций до и после ее модернизации (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ работы секций крепи после проведения модернизации

Наименование операций	Показатель до модернизации	Показатель после модернизации	Изменение	
			Абсолют.	%
Передвижка секции в автоматическом режиме, сек.	21	16	5	-23,81
Передвижка забойного конвейера группой 15 секций, сек.	53	47	6	-11,32
Распор домкрата ограждения груди забоя, сек.	7	4	3	-42,86
Нагрузка стойки при осадочном давлении, Кн.	2207	2574	367	116,63
Итого, трудоемкость операций, сек.	81	67	14	-17,2

Сравнение данных в таблице 3.3 показывает, что после проведения данных мероприятий, трудоемкость выполнения выемки угля снижается на

17,2%. Модернизация секций крепи значительно улучшит работу в очистных выработках, так, передвижка секций в автоматическом режиме ускорится на 23,81%, а передвижка забойного конвейера группой 15 секций становится быстрее на 11,32%. Также станет быстрее происходить распор домкрата ограждения груди забоя на 3 сек. или на 42,86%. Модернизация не только ускорит производственный процесс, но и увеличит нагрузку стойки при осадочном давлении на 367 Кн. или на 16,63%.

Данные мероприятия смогут улучшить и обезопасить условия труда рабочих в шахтах АО «СУЭК-Кузбасс», мероприятия смогут повысить производительность труда, а это приведет к увеличению экономического эффекта от деятельности компании.

Список литературы

1. Панов, А. А. Кузбасс - 2021: во главе угля. – Текст: электронный // Уголь. 2021. №5 (1142). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kuzbass-2021-vo-glave-uglya> (дата обращения: 21.09.2022).
2. Livejournal. Угольные разрезы Кузбасса. – URL: <https://gelio.livejournal.com/188052.html> (дата обращения: 21.09.2022). – Текст: электронный.
3. Петренко, И. Е. Итоги работы угольной промышленности России за 2021 год. – Текст: электронный // Уголь. 2022. № 3 (1152). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/itogi-raboty-ugolnoy-promyshlennosti-rossii-za-2021-god> (дата обращения: 21.09.2022).
4. Neflegaz.ru. Кузбассразрезуголь нарастил годовой объем добычи. – URL: <https://neftegaz.ru/news/coal/722235-kuzbassrazrezugol-narastil-godovoy-obem-dobychi/?ysclid=18skeb87g632402453> (дата обращения: 21.09.2022). – Текст: электронный.
5. Logistics. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения. – URL: https://logistics.ru/scm/9/2/i20_64.htm (дата обращения: 21.09.2022). - Текст: электронный.
6. Колотовкина, Е.И., Малюгин, А. Н. Обоснование корректировки индекса доступности жилья (на примере Кемеровской области) / Е.И. Колотовкина, А. Н. Малюгин // Бизнес. Образование. Право – 2011. – № 3. – С. 113-117.
7. Малюгин А. Н., Колотовкина, Е. И. Прогноз показателей развития рынка жилищного фонда Кемеровской области // Российское предпринимательство, 2013. – № 12. – С. 89-100.
8. СУЭК : сведения о деятельности компании [сайт]. – Москва, 2022. – URL: <https://www.suek.ru> (дата обращения: 21.09.2022). – Режим доступа: открытый доступ. – Текст : электронный.

БЛОКЧЕЙН И КРИПТОВАЛЮТЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА КРИПТОВАЛЮТЫ

Bitcoin – первая криптовалюта, которая появилась в 2009 году. С тех пор прошло 13 лет. Интерес к этой технологии не прошел и по сей день, а напротив, все более усиливается. [1] Финансовые институты, государственные структуры и обычные люди не только интересуются, но и инвестируют, активно участвуют в развитии этой технологии. Безусловно, это связано с различными факторами: мировой экономической нестабильностью, кризисом доверия к существующим банковской, финансовой, платежной системам, цифровизацией [2] и глобализацией экономики. Криптовалюта и технология блокчейн не только решают многие проблемы, но еще дают людям возможность переосмыслить значение и сущность денег. Деньги должны выполнять три задачи: быть средством обмена, средством накопления ценности и быть единицей учета. Деньги должны быть легкими в использовании, делимыми, переносимыми. Bitcoin и другие криптовалюты вполне справляются с этими задачами и имеют все шансы заменить текущие деньги.

Криптовалюта – это децентрализованные цифровые деньги, основанные на технологии блокчейн. Эти цифровые деньги не привязаны к монетарной политике какого-либо государства, не зависят от какого-то монетного двора и т.д. Блокчейн – это база данных. В ней может храниться информация о транзакциях. Такое происходит в блокчейне криптовалюты Bitcoin. Также может храниться информация о балансах кошельков, хорошим примером здесь является криптовалюта Ethereum. Существует три составляющие криптовалюты:

- одноранговая сеть;
- криптография;
- механизмы консенсуса [3].

Одноранговая сеть – это компьютерная сеть, построенная на полном равноправии участников. В ней отсутствуют централизованные серверы, все хранится на компьютерах пользователей. Одноранговая сеть надежна и самодостаточна. Она не имеет единой точки отказа. Криптография – это инструмент для общения в окружении врагов или верификации какой-либо информации. Она помогает, например, зашифровать информацию. Это необходимый элемент в сети, где неизвестно кому можно доверять. К основным инструментам криптографии относятся хеш-функции для построения цепочки блоков (блокчейна), асимметричная криптография (криптография с приватным и публичным ключом), деревья Меркла и т.д.

Механизм консенсуса – это механизм достижения единого решения в сети, кто именно будет вносить изменения в блокчейн. Достигается консенсус с помощью протокола. Основные из них: Proof of Work (используется в Bitcoin) и Proof of Stake (используется в Ethereum).

Рассмотрим преимущества криптовалюты. Особенностью криптовалюты является то, что транзакции между сторонами могут производиться без посредников: банков, финансовых организаций и доверенных лиц. Это повышает скорость проведения транзакций, а также, что немаловажно, уменьшает комиссии. Ведь если сравнить банковский перевод из одной страны в другую, комиссия будет гораздо больше, чем если воспользоваться криптовалютой. В случае с банками нужно заплатить комиссию за перевод, комиссию за конвертацию валюты, комиссию банку-корреспонденту. В криптовалюте платить нужно только майнерам, которые валидируют транзакции.

Блокчейн большинства криптовалют открыт. Кто угодно может посмотреть нужную ему информацию. Это отличный инструмент для борьбы с коррупцией и прозрачной работы, например, финансовых учреждений. Открытый исходный код криптовалют повышает прозрачность технологии, а также дает возможность любому человеку участвовать в добыче виртуальной валюты и валидации транзакций; дает возможность улучшать технологию, предлагать изменения и исправления. Несмотря на то, что блокчейн открыт, неизвестно, кто конкретно владеет определенным кошельком, поэтому криптовалюту можно назвать инструментом для достижения приватности.

Криптовалюта децентрализована. Ее эмиссию никто не регулирует и не контролирует движение средств на счету. Криптовалюты – прекрасный финансовый инструмент защиты от инфляции, так как они выпускаются в ограниченном количестве.

Необходимо обозначить недостатки криптовалюты. Каждый пользователь несет ответственность за свои активы. Нет технической поддержки, регулирующих органов. Если кошелек потерян, криптовалюта украдена, вернуть вряд ли ее получится. Таким образом, открытость блокчейна – это не только плюс, но еще и недостаток. Существуют законы о банковской тайне. В системе, где вся информация открыта, будет проблематично соблюдать этот закон.

Волатильность криптовалют – это еще один справедливый недостаток, который мешает виртуальной валюте стать полноценным средством платежа. Курс криптовалют зависит от многих факторов: текущего спроса, политических, социальных событий и т.д. Безусловно, есть различные механизмы хеджирования. Некоторые сервисы и сайты уже принимают виртуальные деньги к оплате, используя эти механизмы.

Также существует неопределенность в государственном регулировании в разных странах, что накладывает определенные риски на держателей виртуальных активов. Еще одна из основных проблем – это отсутствие

противодействия отмыванию денег. Криптовалюту можно использовать в незаконной деятельности.

Новые явления и финансовые инструменты непосредственно связанные с «криптовалютой», такие как майнинг или стейкинг (добыча криптовалюты); торговля криптовалютой, в том числе за фиатные деньги; смарт-контракты; стейблкоины становятся вызовами для традиционных, уже сформировавшихся государственных структур и органов. Грамотное и справедливое государственное регулирование очень важно сейчас в этой сфере финансовой деятельности, так как это только развивающиеся технологии, за которыми, возможно, будет будущее. В целом ряде стран криптовалюта легализована, включая такие страны как Нигерия, Танзания Маврикий, Ангола, ЮАР, Намибия, Зимбабве, Канада, США, Мексика, Коста-Рика, Сальвадор, Никарагуа, Российская Федерация, Республика Беларусь, Великобритания, Эстония, Германия, Хорватия, Дания, Швеция, Южная Корея, Япония, Украина, Израиль, Грузия и т. д. [4].

Очень многое зависит от законодательства отдельно взятого государства. Например, Сальвадор – первая страна, где Bitcoin – официальное платежное средство.

С 1 января 2021 года в Российской Федерации вступил в силу закон «О цифровых финансовых активах». [5] В нем криптовалюта признается имуществом, осуществлять сделки с ее использованием разрешается; запрещается использовать ее как средство платежа. Граждане Российской Федерации обязаны платить налог с продажи цифровых денег – НДФЛ. 9 августа 2022 года стало известно, что Иран сделал первый официальный импортный заказ с применением криптовалюты. По такому же пути сможет пойти Российская Федерация. «Цифровые активы могут стать безопасной альтернативой, гарантирующей бесперебойную оплату при импорте и экспорте» – премьер-министр РФ Михаил Мишустин.

В Аргентине криптовалюта себя показывает, как надежное средство защиты от инфляции. Много граждан владеет ею на законных основаниях. Аргентинская Республика – быстроразвивающееся аграрно-индустриальное государство Южной Америки. В этой стране очень высокий уровень инфляции с восьмидесятых годов двадцатого века. Уэнсес Касарес – аргентинский предприниматель, филантроп и сторонник криптовалют отмечает, что «во времена его взросления Аргентина практически постоянно пребывала в состоянии очередного финансового кризиса. В 1983 году, после нескольких лет галопирующей инфляции, правительство создало новое песо, равное 10 тысячам прежних. Эта мера не принесла никакого результата, и в 1985 году новое песо заменил аустраль, который равнялся 1000 новых песо. Через семь лет неукротимая инфляция вынудила правительство вернуть песо, на сей раз привязав его к доллару, в результате чего разразился новый, катастрофический по своим последствиям финансовый кризис. На протяжении всего этого времени инфляция регулярно

достигала 100 % в год, то есть деньги населения в банках ежегодно обесценивались как минимум вдвое» [6].

Вместе с тем существует целый ряд стран мировой экономика, в которых пока не принимались официально решения о регулировании и правовом режиме криптовалют. Итак, криптовалюта представляет собой новую технологию, с большим потенциалом использования в разных сферах. Хотя существует еще много проблем, которые, требуют решения. И речь идет не только о самой финансовой технологии, но и о необходимости развития государственного регулирования рынка криптовалют. Важное значение имеет формирование общественного мнения относительно эффективности использования криптовалюты как нового финансового инструмента. Это способствует повышению доверия к рынку криптовалюты со стороны большей части населения стран.

Список литературы

1. Биткоин [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD>, свободный. – [08.09.2022].
2. Шутько Л. Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» // Научные исследования и разработки. Экономика. 2022. №. 4. С. 4-11. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9111-2022-10-4-4-11> (дата обращения: 09.09.2022).
3. Устройство Биткоина [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.hib.ru/bitkojn-bitcoint-white-paper-na-russkom/>, свободный. – [08.09.2022].
4. Правовой режим криптовалют [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – [08.09.2022].
5. Федеральный закон: [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102801500>, свободный. – [08.09.2022].
6. Поппер, Н. Цифровое золото. Невероятная история Биткоина, или как идеалисты и бизнесмены изобретают деньги заново автор / Пер. С англ. – Москва: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 368 с.

Черница Ксения Ивановна, Райс Валерия Александровна,
студенты гр. БЭС-191
Научный руководитель – Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСОВОГО РЫНКА: РИСКИ ИНВЕСТОРА

Финансовая деятельность экономических субъектов находится в тесной взаимосвязи с финансовым рынком, который в свою очередь, связан с аккумулярованием и перераспределением капитала.

Большинство авторов под финансовым рынком понимает место встречи продавца и покупателя, на котором объектом купли-продажи выступают различные финансовые инструменты. Этот рынок, безусловно, не является стихийным. Он обслуживается определенными финансовыми институтами, располагает разветвленной финансовой инфраструктурой и подлежит государственному регулированию [1].

В зависимости от целей инвестора применяются различные финансовые инструменты: одни направлены на сохранение капитала, другие более рискованные – на его преумножение. Естественно, более надежные финансовые инструменты имеют более низкую доходность, высокорисковые, соответственно, – более высокую, так как связь между риском и доходностью прямая.

Одним из направлений инвестирования является покупка ценных бумаг, в частности, акций. Они относятся к долевым ценным бумагам, закрепляющих права ее владельца на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, а также на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации [1].

Акции бывают обыкновенные и привилегированные. Права владельцев обыкновенных и привилегированных акций отличаются: привилегированные акции не дают права голоса, но, как правило, по ним гарантирована твердая дивидендная политика. Обыкновенные акции, напротив, дают право голоса, но размер дивидендов заранее неизвестен. Достоинства и недостатки инвестирования в акции отражены в таблице 1 [2].

Покупка облигаций менее рискованная, так как денежный поток по облигациям инвестору известен заранее. Под облигациями понимают долговые ценные бумаги, удостоверяющие внесение инвестором определенной суммы денежных средств, подтверждающие обязательство эмитента возместить инвестору стоимость этой ценной бумаги в определенный срок с уплатой зафиксированного в ней процента и/или получить иные имущественные права [1].

Таблица 1 – Плюсы и минусы инвестирования в акции

Плюсы	Минусы
1. Потенциально высокая доходность за счет прироста курсовой стоимости и дивиденда.	1. Зависимость котировок от внешних факторов.
2. Небольшая величина стартового капитала.	2. Доход по обыкновенным акциям не гарантирован.
3. Быстрая ликвидность.	3. По привилегированным акциям доходность ограничена.

Тем не менее, инвестиции в облигации также имеют свои достоинства и недостатки [2].

Таблица 2 – Плюсы и минусы инвестирования в облигации

Плюсы	Минусы
1. Надежность и стабильность вложений.	1. Низкая доходность.
2. Возможность реализовать актив до окончания срока погашения обязательств.	
3. За каждый день владения облигацией инвестор получает накопленный купонный доход.	

Более рискованным финансовым инструментом является – валюта. Это также один из наиболее популярных инструментов сбережения, но гораздо менее предсказуемый. Достоинства и недостатки инвестирования в валюту представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Плюсы и минусы инвестирования в покупку валюты

Плюсы	Минусы
1. Возможность защиты капитала от инфляции.	1. Непредсказуемость курса валют.
2. Покупка наличной валюты может привести к экономии на переконвертации.	2. Изменение покупательной способности в результате инфляционных потерь.
	3. Снижение доходности на валютных счетах.
	4. Риск потери части капитала из-за волатильности валютного курса.

Перечень финансовых инструментов огромен, каждый из них применяется в конкретном случае и с определенной целью. Одни позволяют снизить ценовые риски, например, за счет осуществления операции хеджирования, другие – получить дополнительный доход при правильном прогнозе инвестора, например, прирост курсовой стоимости по ценным бумагам.

При выборе варианта инвестирования необходимо учитывать: цели инвестора, временной горизонт инвестирования и отношение инвестора к риску. Прежде чем выбрать инструмент инвестирования, необходимо определиться с размером капитала, необходимого для инвестирования, а также сформировать требование к ожидаемой доходности. Инвесторам, которые готовы пойти на риск в инвестиционный портфель можно поло-

жить акции перспективных быстрорастущих компаний, а тем, кто хочет сохранить капитал, могут подойти облигации федерального займа и облигации надежных корпораций.

В настоящее время в связи с глобальной цифровизацией наблюдается массовый переход общества на финансовый рынок. Многие финансовые посредники активно внедряют и продвигают продукты, позволяющие его клиентам повысить уровень финансовой грамотности, что повышает доступность финансового рынка для обычных граждан, заинтересованных в инвестировании временно свободных денежных средств.

Список литературы

1. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для академического бакалавриата/ Г. В. Чернова [и др.] ; под редакцией Г. В. Черновой, Н. Б. Болдыревой. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 348 с.
2. Какие финансовые инструменты выбрать для инвестирования? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/investment-tools/?ysclid=18nvyfp3q9896014229>. – [29.09.2022].

Чан Ань Минь, студент гр. МЕН18-2

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Инвестиционные проекты организации являются организационно-экономическими механизмами претворения ее стратегических планов в хозяйственную практику. Устойчивая стратегия компании предполагает регулярную реализацию инвестпроектов различной направленности [1, 2].

Исследуемая организация – ООО «Инвита». Это компания, специализирующаяся на продаже одежды собственного производства. Оно находится во Вьетнаме. Офис (торговое представительство) в городе Москва компании необходим для продажи вещей на территории Российской Федерации.

Основным реализуемым товаром являются футболки, чей производственный процесс не так сложен, как другой одежды. Сам процесс создания футболки был изучен автором выпускной квалификационной работы во время прохождения практики в ООО «Инвита», благодаря анализу документации в офисе в городе Москва [3].

Представим производственный процесс изготавливаемые футболки в ООО «Инвита» на рисунке 1.



Рисунок 1 – Производственный процесс изготавливаемые футболки
Источник: составлено автором

Таким образом, несмотря на простой с виду готовый продукт, футболка, произведенная ООО «Инвита» - это целый сложный комплекс действий.

При анализе экономической эффективности инвестиционного проекта компании ООО «Инвита» (г. Москва) была получена информация, которая сконцентрирована нами в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели экономической эффективности проекта

Наименование	Итоговое значение
R	0,17
NPV	-123526455,8
PI	-2,069119863
PP	-2,61109616
I	59700000

Источник: составлено автором

По результатам приведенных в таблице 1 данных рассматриваемый проект является убыточным, а также непривлекательным для инвесторов [4].

Такой показатель, как NPV демонстрирует уровень чистой приведенной стоимости проекта для ООО «Инвита». Принято считать проект прибыльным для инвестора только в том случае, если его значение превышает ноль [5]. В данном случае, значение является отрицательным. Как следствие, проект не может быть принят и реализован в действительности, так как является убыточным.

Другой показатель под названием PI, который отражает относительную доходность проекта ООО «Инвита» также является отрицательным. Это говорит о том, что прибыли в данном проекте не будет, если не учесть ряд составляющих.

Аналогичный показатель PP – период возврата вложенных средств также является отрицательным. Это говорит о том, что компания не сможет окупить проект нового производственного помещения в течение 5 лет.

Такой показатель как I демонстрирует суммарное количество инвестиций, необходимых для реализации проекта. В данном показателе кроется основная проблема проекта – инвестиции для такого производства крайне завышены [6]. Рассмотрим их более подробно в таблице 2, с учетом их весовой доли в итоговой сумме.

Таблица 2 – Инвестиции в проект ООО «Инвита», рублей

Наименование	Сумма, руб	Доля, %
Покупка помещения	39000000	65,32663317
Закупка материалов для ремонта	3500000	5,862646566
Найм рабочих для ремонта	950000	1,591289782
Закупка швейного оборудования	2500000	4,18760469
Закупка оборудования на нанесения узоров	1800000	3,015075377
Закупка чистящего оборудования	300000	0,502512563
Закупка упаковочного оборудования	650000	1,088777219
Закупка материалов для производства (стартовый комплект)	1000000	1,675041876
Закупка автопарка	10000000	16,75041876
Итого	59700000	

Источник: составлено автором

Из таблицы 2 видно, что наибольшие проблемы создают такие направления инвестирования, как:

- Покупка помещения;
- Закупка автопарка;
- Закупка материалов для ремонта;
- Закупка швейного оборудования.

Так как данные пункты инвестиций являются одними из самых значимых, их необходимо переработать с целью получения положительной экономической эффективности.

Например, можно отказаться от покупки помещения, но взять его в аренду. Другим способом является отказ от собственного автопарка, вместо этого предлагается задействовать современные грузовые компании, которые могут за небольшую ежемесячную плату качество и в срок доставлять футболки оптовым покупателям. Рассмотрим данные предложения по улучшению инвестиционной эффективности проекта в третьей главе выпускной квалификационной работы.

Таким образом, во второй главе выпускной квалификационной работы была представлена общая характеристика компании ООО «Инвита», рассмотрена её организационная структура, представлена миссия, стратегические цели. Также отдельное внимание было уделено внутренним ценностям компании ООО «Инвита». Проведен финансовый анализ компании, по результатам которого выявлено эффективное использование средств для развития деятельности. Также проведен анализ экономической эффективности проекта по организации нового производства в городе Москва. По результатам анализа принято решение сформировать ряд предложений, которые будут направлены на повышение экономической эффективности проекта.

Список литературы

1. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
4. Коряков А.Г., Жемерикин О.И. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятиях российского химпрома // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 9 (62). С. 37-42.
5. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Чотчаева Айша Хусейновна, магистрант,
Научный руководитель – Канцеров Рашид Александрович,
к.э.н., профессор
(СКГА, г. Черкесск)

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СЕКТОРА МСП В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Развитие малого и среднего предпринимательства на современном этапе, по мнению ученых-аналитиков, определяет темпы экономического развития, способствует увеличению занятости и росту доходов населения, снижению безработицы, повышению конкурентоспособности и диверсификации структуры экономики региона. В России сфера малого и среднего предпринимательства представлена, большей частью, микропредприятиями, которые нуждаются в финансовых ресурсах и доминируют в сфере предоставления бытовых услуг, торговле. Введение режима самоизоляции послужило причиной падения спроса на потребительские товары и услуги. Помимо этого, комплекс мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции COVID-19 значительно осложнили работу предприятий сектора МСП. Требования соблюдения карантинных условий, перевод граждан на удаленную работу, введение нерабочих дней и домашнего режима самоизоляции были вызваны необходимостью, но привели к резкому ухудшению финансового состояния предприятий малого и среднего бизнеса.

Введение ограничительных мер для противодействия распространения коронавируса повлекло за собой закрытие границ, изменение режима работы предприятий, перевод работников на работу в онлайн - режиме и пр. Государственные инициативы незамедлительно негативно повлияли на сектор малого и среднего предпринимательства. Многие предприятия оказались на грани банкротства из-за введения карантина, необходимости соблюдения стандартов социального дистанцирования, отсутствия спроса на производимую продукцию и т.д.

Экономический кризис 2020 года, вызванный последствиями анти-эпидемических мероприятий правительства, послужил причиной банкротства ряда предприятий и организаций, особенно предприятий сферы услуг. Развитие предпринимательства имеет свои особенности. Государство в течение многих десятилетий прошлого века не только не предпринимало никаких мер для его стимулирования, но, наоборот, всячески пресекало и препятствовало административными, экономическими и прочими методами. В связи с этим, предпринимательство получило импульс к развитию в 90-е годы после перехода к рыночной экономике и распространению частной собственности. Процесс формирования класса предпринимателей идет очень медленно. В настоящее время Россия в значительной степени отстает от развитых стран по удельному весу МСП в ВВП, хотя роль этого сектора трудно переоценить. Наиболее распространенные проблемы предпри-

ятий малого и среднего бизнеса после введения коронавирусных ограничений: сокращение выручки от реализации продукции из-за уменьшения объема ее продаж, трудности в обеспечении сырьем и сбыте готовой продукции, неплатежеспособность и пр. Начиная с 2020 года растет риск снижения занятости: в пострадавших и сопряженных с ними отраслях было занято более половины всех работников малых и средних предприятий [1, с.68].

Из-за своих особенностей малые и средние предприятия оказались особенно чувствительны к пандемии COVID-19. Многие субъекты МСП в «доковидный» период работали прибыльно, имели устойчивое финансовое положение. Но этого оказалось недостаточно, чтобы преодолеть карантинные испытания самостоятельно, без государственной поддержки. Удельный вес сектора МСП является наиболее значительным в тех отраслях, которые понесли наибольшие убытки. Например, в большей степени подверглись негативному воздействию антивирусных мер авиационный транспорт, строительство, оптовая и розничная торговля, гостиничный бизнес, общественное питание и пр.

Статистика свидетельствует, что сектор малого и среднего предпринимательства в регионах Российской Федерации ощутил влияние экономического кризиса в разной степени, но в среднем число малых и средних предприятий снизилось по сравнению с 2019 годом на 3-4%. Наибольший спад наблюдался в крупнейших агломерациях, северных сырьевых и приграничных регионах [2, с.43].

Северо-Кавказский федеральный округ остается одним из наименее экономически развитых округов в Российской Федерации. В экономике Северо-Кавказского федерального округа доминируют малые и средние предприятия. По данным Федеральной службы государственной статистики, в малом и среднем предпринимательстве на территории СКФО в 2020 г. было занято 261,9 тыс. человек, что составляет 2,3 % от общероссийского числа занятых в малом и среднем предпринимательстве. Отраслевая структура занятости в секторе малого и среднего предпринимательства в Северо-Кавказском федеральном округе схожа с общероссийской - наибольшая доля (около четверти всех занятых в малом и среднем предпринимательстве) приходится на предприятия торговли и ремонта. Вторым и третьим по занятости являются обрабатывающие производства и строительство. В 2019 г. на Северо-Кавказский федеральный округ приходилось около 2 % всего оборота малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [3, с.89].

Оценка ключевых индикаторов развития сектора малого и среднего предпринимательства в регионах Северо – Кавказского федерального округа позволяет сделать следующие выводы. Количество субъектов МСП снизилось в 2021г. по сравнению с 2020г. почти во всех субъектах округа (кроме Чеченской Республики). При этом, размах колебаний составляет от 0,1 до 11,9%. Оценка изменений за 2021г. к 2019 г. показала, что в трех из

семи регионов наблюдается снижение числа предприятий малого и среднего бизнеса. Анализ изменения численности занятых в секторе МСП за 2021 г. к 2020 г. также свидетельствует об их сокращении в пределах от 0,1 до 9,2%. Сравнительная оценка за 2021 г. по отношению к 2019г.показывает, что численность занятых снизилась в трех регионах из семи (также как число предприятий МСП). Следовательно, отрицательная динамика основных показателей развития сектора МСП болезненно отражает влияние введения ограничений по распространению коронавирусной инфекции (табл.1).

Таблица 1 – Основные показатели сектора МСП регионов Северо-Кавказского федерального округа [4]

Регион	Число субъектов МСП, включая ИП		Численность занятых в секторе МСП (без самозанятых)	
	Прирост (уменьшение), %			
	2021 / 2020	2021 / 2019	2021 / 2020	2021 / 2019
Республика Дагестан	- 1,8	+ 7,0	+ 6,0	- 7,7
Республика Ингушетия	- 11,9	+ 0,8	+ 10,1	+ 12,0
Кабардино –Балкарская Республика	- 3,8	- 2,7	- 4,5	- 1,3
Карачаево –Черкесская Республика	- 3,5	- 3,1	- 0,1	+ 0,8
Республика Северная Осетия-Алания	- 0,1	+ 1,2	- 1,0	+ 2,8
Чеченская Республика	+ 1,9	+ 6,7	- 9,2	+ 18,3
Ставропольский край	- 4,0	- 8,3	- 5,3	- 6,5

В связи с резким ухудшением финансового положения предприятий МСП потребовались экстренные меры со стороны государства по оказанию помощи бизнесу. Несмотря на то, что высокая адаптивность субъектов МСП способствует быстрому и эффективному реагированию на изменения условий хозяйствования, они остаются уязвимы перед серьезными экономическими потрясениями: всех существующих механизмов содействия развитию оказывается недостаточно для того, чтобы малый и средний бизнес пережил пандемию без дополнительной целенаправленной государственной поддержки.

Внеплановые государственные меры включали поддержку спроса на товары и услуги МСП (субсидии для малоимущих слоев населения, для семей с детьми, безработных); льготные займы предприятиям; налоговые льготы и отсрочки. Самыми эффективными оказались меры по снижению страховых платежей с 30 до 15% для предпринимателей, выплачивающих зарплату работникам в части выплат, превышающей МРОТ; субсидии на зарплату для субъектов МСП, сохранивших занятость, меры налоговой поддержки; мораторий на выплату штрафов, меры поддержки самозаня-

тых, финансовая поддержка населения, введение моратория на выездные проверки субъектов МСП и др. Федеральная антикризисная поддержка замедлила спад. Следует отметить, что предприятия сектора МСП по-разному отреагировали на законодательные новации 2020г.

Оценка мероприятий правительственной поддержки предприятий малого и среднего бизнеса выявила тот факт, что часть мероприятий была востребована и высокоэффективна (финансовая помощь и отсрочки платежей), а другая часть – менее популярна и имела более низкий охват и эффективность (мораторий на взыскание долгов и штрафов) [5, с.86].

Оказалось, что господдержка предпринимательства в густонаселенных промышленных регионах не должна быть аналогичной господдержке в регионах с сельскохозяйственной специализацией и низкой численностью населения. Для достижения ожидаемого эффекта нужен индивидуальный подход [6, с.89].

Меры государственной поддержки должны быть основаны на ключевых целях экономической политики с учетом долгосрочных приоритетов развития.

В качестве предложений по сохранению и развитию сектора МСП можно предложить следующее:

- совершенствование мер поддержки МСП должно включать упрощение процедур подачи заявок и предоставления отчетности;

- важно обеспечить прозрачность всех процедур и распределения средств прямой господдержки для повышения доверия со стороны бизнес-сообщества;

- необходимо активнее вовлекать региональные и местные власти в процесс поддержки МСП, так как они являются более осведомленными о локальных проблемах и более заинтересованными в развитии предпринимательства.

Список литературы

1. Земцов С.П., Царева Ю.В., Салимова Д.Р., Баринова В.А. Занятость в малом и среднем бизнесе в России: в поисках факторов роста // Вопросы экономики. 2021. № 12. С. 66–93. URL: <https://doi.org/10.32609/10.32609/0042-8736-2021-12-66-93>.
2. Земцов С.П., Михайлов А.А. Тенденции и факторы развития малого и среднего бизнеса в регионах России в период коронакризиса // Экономическое развитие России. 2021. Т. 28. № 4. С. 34-45.
3. Распоряжение Правительства РФ от 30.04. 2022 г. № 1089-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 г.».
4. Малый и средний бизнес в регионах России: тренды, драйверы и антикризисная политика / Национальный доклад. – М.: РАНХиГС, АИРР, 2022. – 67 с. https://i.regions.org/images/books/National_report_2021_final_version.pdf.

5. Чепуренко А.Ю., Галицкий Е.Б., Духон А.Б., Ослон А.А. Государственная политика в отношении малого предпринимательства в период пандемии в оценках бенефициаров // Вопросы государственного и муниципального управления. № 4. С. 66-89. DOI: 10.17323/1999-5431-2021-0-4-66-89.
6. Образцова О. И. Политика в отношении МСП в РФ: обновление после пандемии? / О.И. Образцова, А. Ю. Чепуренко // Вопросы государственного и муниципального управления. 2020. № 3. С. 71-95.

Шабалина Юлия Сергеевна, магистрант гр. СУМ-221
Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ФАРГО»

Значительную роль для конкурентоспособного состояния компании в нестабильном экономическом мире занимает эффективность управленческого звена, которое выбирает стратегический путь развития и создаёт возможность получения благоприятных финансовых результатов. Главной задачей руководства остается поиск и детальная разработка рычагов повышения конкурентоспособности [6].

Конкурентоспособность – свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себеподобными, на его способность совершать конкурентные действия – целью конкурентоспособности в этом случае становится прибыль, которую может принести конкурентоспособный объект [5].

Рассмотрим с точки зрения конкурентоспособности общество с ограниченной ответственностью «ФАРГО» – организация, представляющие услуги вывоза снега и мусора, доставки сыпучих материалов и предоставления спец. техники в аренду на территории Новосибирской области. Рассматриваемая организации ООО «ФАРГО» реализует свою деятельность на рынке автомобильного грузового транспорта три года, за этот период времени компания имела только положительные финансовые результаты.

Компания активно использует различные методы продвижения и упрощения взаимодействия с клиентами, главенствующий используемый инструмент – сайт, на котором предоставлен весь перечень услуг и подробная их характеристика [7].

Основным направлением для реализации выбранного направления развития компании является увеличение объёмов продаж. При выборе мероприятия данной направленности необходимо учитывать, что у рассматриваемой организации на 1 руб. выручки приходится 0,97 руб. себестоимо-

сти нововведение должно отражаться на финансовых результатах при минимальных затратах [3, 4].

Сравнив схожие по деятельности организации, можно заметить, что ООО «ФАРГО» не использует инструменты, повышающие привлекательность для новых клиентов. При поиске услуг спецтехники поисковые системы выдают множество аналогичных компаний в г. Новосибирске, рассматриваемой же там нет. Помимо этого, услуги ООО «ФАРГО» отсутствуют на картах и в часто используемых платформах для поиска спецтехники, например, АВИТО. Таким образом, компания упускает большинство инструментов, по которым клиенты реализуют поиск услуг, что не может не отражаться на выручке [2].

Необходимо реализовать сотрудничество с самозанятым SEO-специалиста с целью повышения конкурентоспособности сайта на 2 месяца. Главной его целью следует сделать оптимизацию сайта и поднятия его в поисковой строке. Так как сайт пока что является главным инструментом выхода частного бизнеса на услуги рассматриваемой компании, потому нерационально оставлять его без внимания. При запросе спецтехники поисковые системы выдвигают аналогичные компании, ООО «ФАРГО» отсутствует в этом перечне. Данные условия напрямую влияют на выручку компании, клиенты не осведомлены о ее существовании [1].

Помимо этого, следует организовать сбор отзывов от клиентов, с целью повышения клиентоориентированности, а также выделить рассматриваемую организацию среди конкурентов. Большинство компаний специализирующихся на предоставлении услуг спецтехники на территории г. Новосибирск не публикуют на своих сайтах отзывы от клиентов: из 7 рассматриваемых только лишь одна организация обладала данным фактором.

По данным сервиса опросов «Анкетолог» 68% россиян читают отзывы об интересующих товарах или услугах, несмотря на понимание того, что существует модерировать опубликованные отзывы со стороны компаний.

Также по статистическим данным Alibaba Group за 2020 год:

- 91% клиенты обращают внимания на отзывы.
- 21% отзывы имеют решающее значение.
- 1% не читают отзывы в принципе

Крупным интернет – магазинам рациональнее подключать сервисное обеспечение для реализации сборов отзывов от клиентов. ООО «ФАРГО» работает напрямую с организациями и юридическими лицами, потому уместнее будет организовать использования сбора отзывов с помощью бесплатной площадки Google Форма. Помимо дешевизны плюсами данного инструмента является мобильность, сервис адаптирован под все виды устройств – в условиях бизнеса, когда каждый дорожит своим временем, данное условие повышает лояльность со стороны клиентов и повышает вероятность, что отзыв, действительно, будет оставлен. При возможности

просить частных клиентов и представителей малого бизнеса оставлять свои отзывы в Яндекс.Картах.

По статистическим сведениям многие физические юридические лица, поименованные на сайтах, обращаются к поисковым картам для нахождения необходимой компании. Карточка компании будет более заметна, если в ней будут отзывы, их отсутствие заставит предполагаемого клиента засомневаться в выборе. Просите клиентов оставить отзыв после сотрудничества. Наличие профиля в Справочнике также способствует продвижению сайта в поисковике, добавляя выдачи с Яндекс.Карт по запросам. К тому же у ООО «ФАРГО» помимо отсутствия отзывов, предоставленная информация на карте Яндекса свидетельствует только о некотором перечне работ компании, в нем отсутствует услуга, занимающая в выручке 61% удельного веса – аренда спецтехники.

Помимо устранения узких мест в продвижении услуг спецтехники, необходимо самостоятельно расширять свою клиентскую базу. Для этого существует множество агрегаторов, мы предлагаем обратиться к двум типам.

Первый тип сайтов-агрегаторов, где вы можете разместить свое объявление. Площадки самостоятельно привлекают целевых посетителей. Туда заходят потенциальные клиенты, уже заинтересованные в услугах, поэтому вероятность конверсии велика. Размещение обычно бесплатное, оплата происходит по факту заключения сделки между заказчиком и поставщиком услуги. К таким могут относиться «АВИТО», «Поиск-спецтехники.рф» и так далее.

Второй тип сайтов-агрегаторов публикует уже заявки от клиентов, на которые компания может сама реагировать. Следует обучить менеджера по продажам взаимодействовать с данными платформами и напрямую связываться с клиентами, если их заявка подходит под условия работы ООО «ФАРГО».

Есть сайты – межрегиональные, например, «Всем подряд», публикующие заявки на услуги спецтехники во всех регионах. Существует узконаправленные, как «Везет всем» - онлайн сервис заявок на перевозки в городе Новосибирск. Рассматриваемой компании следует выйти минимум на 5 сайта-агрегатора, оплата производится за счёт процента от получения заказа.

На основании этого рекомендуется расширить должностные обязанности менеджера по продажам: опубликовать перечень предоставляемых услуг на существующих сайтах агрегаторах. С целью мотивации следует включить условия вознаграждения за реализацию 100 видов услуг с помощью системы агрегаторов в виде 5% от полученной выручки.

Выход на агрегаторы позволит напрямую увеличить объем поступающих заявок на предприятие, тем самым сможем улучшить эффективность использования основных средств производства. Избежав при этом дополнительных капитальных вложений. Таким образом, разработанное меро-

приятие, по повышению конкурентоспособности, позволит ООО «ФАРГО» в будущем сохранить свои позиции на внешнем рынке и привлечь новых клиентов, увеличив при этом свои финансовые результаты.

Список литературы

1. Борисюк Н.К. Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения, особенности повышения / Н. К. Борисюк, Л. А. Солдатова, Т.Г. Масюкова. – Текст: электронный // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2017. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-effektivnost-predpriyatiya-ponyatie-sposoby-opredeleniya-osobennosti-povysheniya> (дата обращения: 4.10.2022).
2. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством: учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. Текст: электронный–Москва: Издательство Юрайт, 2022 – 191 с. URL: <https://portal.tpu.ru/SHARED/v/VORVIP/Ucheba/Tab3/экономика%20и%20управление%20предпр.pdf> (дата обращения: 4.10.2022).
3. Дорожкина Н.В., Черепанова А.М. Обоснование эффективности замены дорожно-строительной техники. V Международная научно-практическая конференция «Проблемы строительного производства и управления недвижимостью» 27-28 ноября 2018 г, Кемерово, КузГТУ. С. 194-197.
4. Дорожкина, Н.В., Желнова, Д.Н. Разработка производственной программы дорожно-строительной организации / Н.В. Дорожкина, Д.Н. Желнова // Проблемы строительного производства и управления недвижимостью: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. – Кемерово: ФГБОУ ВО Кузбас. гос. техн. ун-т им Т.Ф. Горбачёва. – 2018. – С. 187-194.
5. Жаков В.В. Конкурентоспособность и инновации в сфере транспортного производства / В. В. Жаков. – Текст: электронный // Евразийский Союз Ученых. 2019. №12-1 (69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-i-innovatsii-v-sfere-transportnogo-proizvodstva> (дата обращения: 4.10.2022).
6. Малюгин, А.Н. О возможностях использования кластерных систем как модели управления рынком недвижимости / А. Н. Малюгин, Е. И. Колотовкина, И. В. Кудиенко, А. В. Медведев // Вестник КузГТУ. – Кемерово: ФГБОУ ВО Кузбас. гос. техн. ун-т им Т.Ф. Горбачёва. – 2014. – № 5. – С.139-144.
7. Панько Ю. В. Критерии экономической эффективности современных организаций транспортной сферы / Ю. В. Панько. – Текст электронный // Инновации и инвестиции. 2020. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-ekonomicheskoy-effektivnosti-sovremennyh-organizatsiy-transportnoy-sfery> (дата обращения: 4.10.2022).

Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент,
Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ

Государственные финансы – это отношения, возникающие в связи с необходимостью формирования и использования государственных денежных фондов, которые призваны обеспечить решение задач в области государственного управления, обслуживания государственного долга, обеспечения обороноспособности страны, регулирования экономики, удовлетворения социальных потребностей населения и др.

Государственные финансы представляют собой неотъемлемую часть финансовой системы страны и включают в качестве основных составляющих элементов федеральный бюджет и бюджеты государственных внебюджетных фондов.

Одна из важнейших ролей в системе государственных финансов отводится федеральному бюджету. В нем государство аккумулирует финансовые ресурсы, которые составляют основу финансирования государственных целевых программ, проведения мероприятий по улучшению социальной сферы, стабилизации экономики, выполнению внутренних и внешних обязательств, государственному управлению, обеспечению обороноспособности страны.

К формам функционирования государственных финансов относятся государственные доходы и расходы.

Государственные доходы представляют собой финансовые отношения, связанные с формированием централизованных финансовых ресурсов, позволяющих государству:

- проводить единую финансовую политику;
- развивать социальную инфраструктуру;
- перераспределять средства с целью повышения эффективности регулирования экономики.

Согласно данным Федерального казначейства, в 2021 году доходы консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов составили 48118,4 млрд. руб., из них 25286,4 млрд. руб. (52,5 % общей суммы доходов) приходилось на федеральный бюджет и 17546,3 млрд. руб. (36,5 %) – на консолидированные бюджеты субъектов РФ [1].

Большая часть этих доходов была сформирована за счет:

- налога на добавленную стоимость (9212,5 млрд. руб., или 19,1 %),
- страховых взносов на обязательное социальное страхование (9018,3 млрд. руб., или 18,7 %),

- налогов и сборов за пользование природными ресурсами (8400,0 млрд. руб., или 17,5 %),

- налога на прибыль организаций (6081,7 млрд. руб. или 12,6 %).

Таким образом, большая часть государственных доходов приходилась на налоги, наряду с которыми постепенно увеличивался удельный вес поступлений от использования имущества, находящегося в государственной собственности.

Государственные расходы регулируют финансовые отношения, возникающие при использовании финансовых ресурсов на обеспечение государственных потребностей. Содержание государственных расходов напрямую связано с выполнением государством своих функций.

В 2021 году расходы консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов, согласно данным Федерального казначейства, составили 47072,7 млрд. руб., в том числе сумма расходов федерального бюджета была равна 24762,1 млрд. руб. (52,6 % общей суммы расходов), консолидированных бюджетов субъектов РФ - 16885,5 млрд. руб. (35,9 %) [1].

Основными направлениями расходования средств явились расходы на:

- социально-культурные мероприятия (27121,0 млрд. руб. или 57,6 % от общей суммы расходов),

- национальную экономику (7224,7 млрд. руб. или 15,3 %),

- национальную оборону (3575,0 млрд. руб. или 7,6 %),

- общегосударственные вопросы (2852,0 млрд. руб. или 6,1 %).

В итоге профицит консолидированного бюджета составил 0,8 % к ВВП, профицит федерального бюджета – 0,4 % к ВВП.

Анализируя динамику данных консолидированного бюджета РФ (без учета доходов по страховым взносам на обязательное социальное страхование), по данным ФНС России, можно отметить, что поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей, администрируемых ФНС России, в консолидированный бюджет РФ в 2021 году составило 28530,8 млрд. руб., увеличившись на 35,8 % по сравнению с 2020 годом [1].

Максимальные поступления были отмечены по налогам и сборам за пользование природными ресурсами (29,4 % от общей суммы поступлений), по налогу на прибыль организаций (21,3 %), НДС (20,3%). Сумма поступлений налогов и сборов за пользование природными ресурсами, в консолидированный бюджет РФ, администрируемых ФНС России, возросла за 2021 год в 2 раза, налога на прибыль – в 1,5 раза, НДС – на 28,7 %.

Совокупная задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням в 2021 году составила 1989,0 млрд. руб., в т.ч. по федеральным налогам и сборам в размере 1292,6 млрд. руб.

(65,0 % общей суммы задолженности), из них НДС – 733,8 млрд. руб. (36,9 %), налог на прибыль организаций – 320,8 млрд. руб. (16,1 %).

Поступления средств в Пенсионный фонд РФ за 2021 год по сравнению с 2020 годом сократились с 10303,3 млрд. руб. до 9794,2 млрд. руб. (на 4,9 %), при одновременном увеличении расходов из этого фонда - с 9727,7 млрд. руб. до 10125,1 млрд. руб. (на 4,1 %).

Иная динамика наблюдается по доходам и расходам ФСС РФ и ФФОМС. Так, поступления в ФСС РФ возросли с 903,4 млрд. руб. до 1428,5 млрд. руб. (на 58,1 %), при более медленном росте расходов – на 26,8 % (с 1038,8 млрд. руб. до 1316,9 млрд. руб.). Аналогичная тенденция изменения поступлений и расходования средств наблюдается по доходам и расходам ФФОМС – в 2021 году произошел рост поступлений с 2392,7 млрд. руб. до 2631,4 млрд. руб. (на 10 %) при увеличении расходов с 2569,5 млрд. руб. до 2360,5 млрд. руб. (на 8,9 %).

Анализируя объемы и динамику государственных финансов в нашей стране, нельзя не отметить, что они представляют собой необходимый элемент всех стадий производства, распределения, обмена, потребления. Государственные финансы оказывают влияние на процесс воспроизводства в целом и все его стадии.

Роль финансов в экономике и социальной сфере огромна. Она проявляется [2]:

- в финансовом регулировании социально-экономических процессов;
- в использовании финансов для регулирования стоимостной структуры экономики;
- в эффективном использовании финансовых ресурсов путем применения бюджетных стимулов и финансовых санкций;
- в финансовом обеспечении потребностей расширенного воспроизводства источниками финансирования.

Финансовые ресурсы аккумулируются как субъектами хозяйствования, так и государством. В их формировании участвуют все элементы ВВП, основным из которых является национальный доход.

Список литературы

1. Государственные финансы. Федеральная служба государственной статистики // <https://rosstat.gov.ru/statistics/finance> (дата обращения 29.09.22).
2. Шевелева, О. Б. Финансы: учебное пособие: [для студентов вузов по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность»] / О.Б. Шевелева, Н.В. Кудреватых, Е.В. Слесаренко. - Кемерово: КузГТУ, 2022. - 104 с.

Шор Инна Михайловна, к.э.н., доцент
(ВолГУ, г. Волгоград)

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

Региональная экономическая политика играет важную роль в обеспечении устойчивого развития субъектов Российской Федерации и страны в целом. При этом учитывая и поддерживая человеко-ориентированную конституционно-правовую норму о том, что Российская Федерация – это социальное государство и его политика «...направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека» [1], считаем крайне важным формирование и реализацию региональной экономической политики осуществлять в контексте социального государства. Следовательно, вектор региональной экономической политики должен быть направлен на создание для каждого гражданина условий, необходимых для достижения и сохранения достойного уровня жизни, посредством производства, распределения и перераспределения материальных и нематериальных благ с учетом принципа социальной справедливости. Вместе с тем с позиции обеспечения процветания нашей страны важно органично сочетать достойный уровень жизни населения, национальную безопасность и устойчивое развитие. Таким образом, современную региональную экономическую политику можно определить, как целенаправленную деятельность органов государственной власти по управлению экономикой субъектов Российской Федерации, способствующую достижению и сохранению достойного уровня жизни населения, не создавая препятствий в обеспечении безопасности и устойчивости страны в целом.

При формировании и реализации региональной экономической политики необходимо учитывать специфику составляющих элементов уровня жизни населения: уровня человеческого развития, благосостояния населения, накопления человеческого капитала [2].

Уровень человеческого развития объединяет качество жизни и уровень интеграции индивидуумов в общество. Качество жизни – это свойства человеческой деятельности, формируемые под воздействием социальных, экологических, экономических и иных факторов. В свою очередь уровень интеграции индивидуумов в общество представляет собой возможности населения оказывать влияние на общественные процессы [2].

Основой благосостояния населения выступает удовлетворение материальных и нематериальных потребностей населения. Соответственно высокий уровень благосостояния населения позволяет достичь максимально возможную степень удовлетворения человеческих потребностей, направленных на всестороннее развитие каждого

индивидуума, при условии эффективного использования ресурсов. Согласимся с Сиземской И.Н. в том, что обеспечение «...уровня благосостояния, гарантирующего достойную жизнь, свободное развитие и реализацию творческих способностей...» [3] выступает принципом социального государства. И в данном аспекте важно подчеркнуть наличие тесной взаимосвязи между экономическим ростом и благосостоянием населения, одним из проявлений которой является обеспечение устойчивого роста экономики за счет развития внутреннего рынка и потребления, создающего необходимые условия для формирования и приумножения внутренних источников финансирования.

Накопление человеческого капитала можно определить, как рост стоимости человеческого капитала, предопределенного, как верно отмечает Авдеев Е.В., врожденными и приобретенными качествами и компетенциями индивидуумов, которые в первую очередь связаны с их здоровьем, образованием, культурой, профессионализмом и позволяют им «...производить блага и создавать прибавочную стоимость...» [4].

Достойный уровень жизни, как справедливо замечает Павлова И.Д., выступает конкретизацией уровня жизни населения [5], которая, по нашему мнению, состоит в степени удовлетворения материальных и нематериальных потребностей населения, достаточной для обеспечения как материального достатка не в ущерб удовлетворению первичных потребностей, так и роста человеческого капитала и самореализации населения.

При формировании и реализации региональной экономической политики основные акценты необходимо делать на комплексное решение задач по достижению и сохранению достойного уровня жизни населения с учетом всех его составляющих элементов, в частности:

- развитие и применение в региональной практике методологии оценки уровня жизни населения, а также эффективности и результативности деятельности органов власти регионов, ответственных за достижение и сохранение достойного уровня жизни населения регионов;
- обеспечение эффективности региональных мер поддержки различных категорий населения, в частности посредством развития адресности ее оказания;
- установление и применение регионального минимального размера оплаты труда и регионального прожиточного минимума с учетом сложившихся стандартов потребления в регионах;
- создание условий для обеспечения занятости, роста доходов населения регионов и снижения степени их дифференциации, в первую очередь посредством развития региональных программ повышения занятости и содействия развитию предпринимательства;
- разработка и реализация региональных программ, направленных, во-первых, на повышение доступности и качества услуг для населения в здравоохранении, образовании, культуре, спорте, жилищно-коммунальном хозяйстве, государственном управлении и других сферах, а, во-вторых, на

формирование комфортной, безопасной и экологически благополучной среды проживания с применением современных цифровых технологий.

И в заключение отметим, что от качества реализации возложенных на региональную экономическую политику функций во многом зависит достижение прорывного роста экономики регионов на основе соблюдения баланса экономических, социальных и экологических интересов. В свою очередь можно говорить о мультипликативности региональной экономической политики, проявляющейся в росте эффективности ее формирования и реализации за счет взаимосвязи с социальной и экологической политикой.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=2875&dst=100017#IrEwfET8yrokAZfA2>.
2. Уровень жизни населения: понятия, индикаторы, ситуация в России (аналитический материал Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования ИНИ РАН) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/PROJECTS/URG/URG.pdf.
3. Сиземская, И.Н. Социальное государство как конституционный принцип Российской Федерации: социальные векторы развития // Вестник Института социологии, 2020. – Т. 11. – № 3. – С. 179-186.
4. Авдеев, А.В. Сущность и особенности формирования человеческого капитала // International Agricultural Journal, 2020. – Т. 63. – № 1 – С. 159-169.
5. Павлова И.Д. Формирование концепции достойного уровня жизни населения Российской Федерации: дис. ... канд. экон. наук. – Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., Саратов, 2015. – 213 с.

Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ)

Исследование популярности терминов, активности пользователей поисковых сетей является только иллюстрацией к научным исследованиям и их результатам, содержащимся в научных статьях, монографиях, государственных и межправительственных докладах и обзорах международных экономических организаций по вопросам развития цифровой экономики и конкуренции. О растущем интересе к вопросам развития конкуренции в цифровой экономике свидетельствует тот факт, что все большее количе-

ство пользователей, одной из крупнейших поисковых сетей Гугл, в строке поисковых запросов вводят такие важные составляющие цифровой экономики как «цифровые рынки», «цифровые платформы» и «цифровая конкуренция». Однако в современной мировой экономике усиливаются вызовы, обусловленные межстрановыми «цифровыми разрывами», различиями в «сетевой готовности» стран, бизнеса и граждан к цифровой трансформации. В свою очередь это обуславливает значительные различия в степени научно-исследовательской активности и популярности в социуме проблематики цифровой экономики и конкуренции в странах с разным уровнем социально-экономического развития. На рис. 1 представлена визуализированная динамика в виде кривых поисковых запросов с использованием терминов «цифровая конкуренция», «цифровые платформы» «цифровые рынки» за период 2017-2021 гг.

На основании столбиковой диаграммы (большая часть запросов 45 в среднем за три дня пришлось на цифровые платформы, примерно одинаково 17 и 19 соответственно на цифровую конкуренцию и цифровые рынки) и графика кривых можно утверждать, что наибольший интерес у пользователей вызывает информация, связанная с деятельностью цифровых платформ (45 запросов в среднем по правилу скользящей средней за три дня), несколько меньший – цифровой конкуренции (17 запросов) и цифровыми рынками (19 запросов).

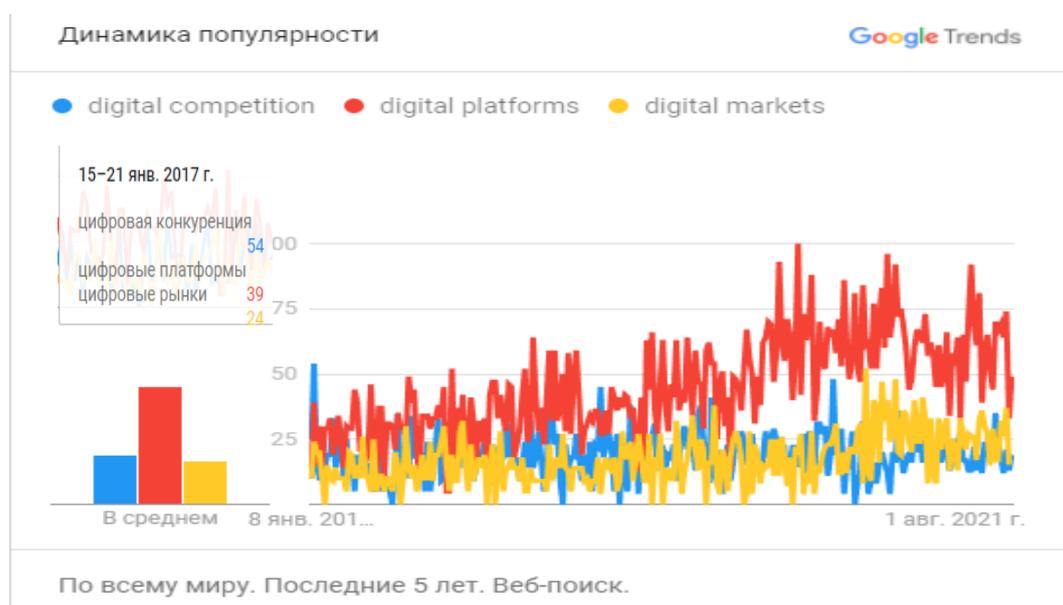


Рисунок 1 – Динамика запросов по всему миру (цифровая конкуренция, цифровые платформы, цифровые рынки) в поисковой системе Гугл за последние 5 лет [2]

Важно, что во временном периоде 2017-2021 гг. наблюдается рост общего числа поисковых запросов по всем трем терминам, однако лидером запросов оставались «цифровые платформы». Разрывы в поисковых запросах с одной стороны, между «цифровыми платформами» и с другой сторо-

ны, «цифровой конкуренцией» и «цифровыми рынками» к 2021 году увеличился в пользу «цифровых платформ».

Если же обратиться к анализу распределения запросов пользователей сети по странам, можно выделить географические центры популярности всех трех терминов за исследуемый период. Для наглядности отличий в полученных результатах приведем примеры поисковых запросов в США и России. На момент исследования, пользовательские запросы в России по термину «цифровые платформы» составили 100 %. Таким образом, термины «цифровые рынки и конкуренция» вообще не запрашивались пользователями в строке поиска.

Необходимо отметить, что в таких странах как Бразилия, Мексика, Непал, Южно-Африканская республика, Кения, Турция, Пакистан, Таиланд, Новая Зеландия, как и в России поисковый интерес к «цифровой конкуренции» и «цифровым рынкам» составил ноль процентов. Исходя из того, что подобные запросы пользователями вообще не осуществлялись, можно сделать вывод, что «цифровая проблематика» не представляет особый интерес для пользователей сети ГУГЛ в выше перечисленных странах.

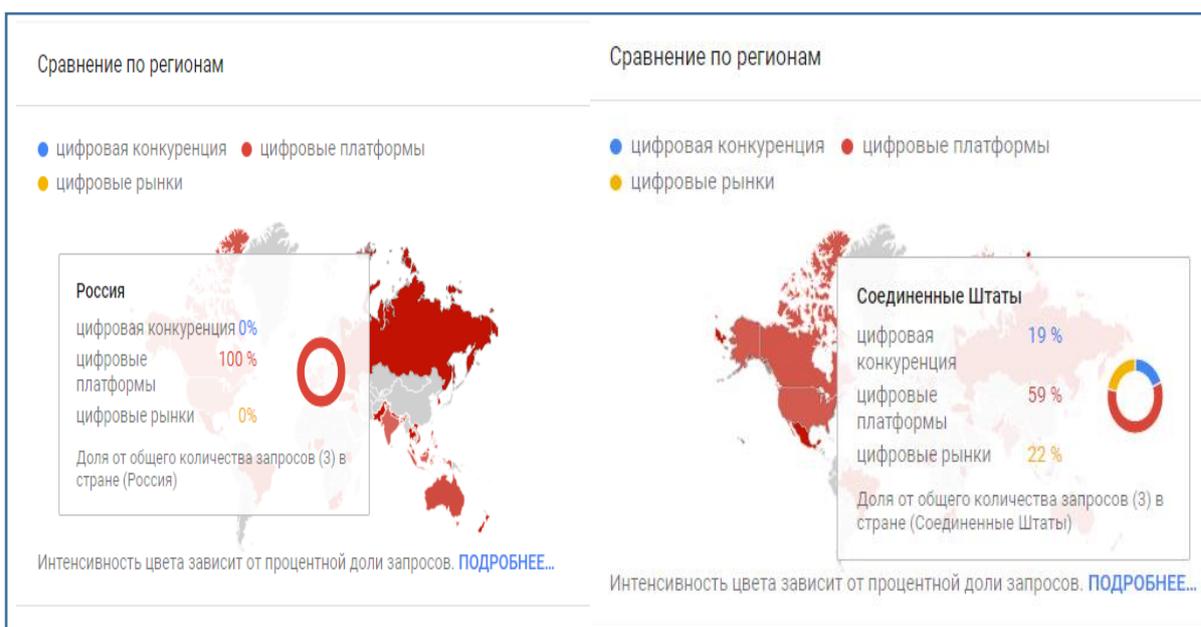


Рисунок 2 – Межстрановое распределение поисковых запросов, 2017-2021 гг. [3]

Анализ публикационной активности по отдельным категориям цифровой экономики на основе библиографических источников Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – крупнейшего российского информационно-аналитического портала в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов показал следующее. В результате поиска в марте 2022 года по ключевым словам были обнаружены: 1 публикация

РИНЦ по «цифровой конкуренции» – [4] и уже 5 публикаций в сентябре; по «сетевой конкуренции» – 7 источников (количество источников не изменилось). Количество публикаций по «цифровым рынкам» выросло с 49 до 60 публикаций с учетом понятий «фиктивные» и «информационные цифровые» рынки. В качестве тем научных разработок российские исследователи выбирали: «мультипликационные эффекты в сетях»; «сетевые сообщества как практики социального взаимодействия», «сетевой принцип организации бизнеса как конкурентное преимущество»; развитие «сетевой конкуренции» и роль российских регионов в ней. Вместе с тем по ключевому слову «цифровая платформа» было найдено уже 889 публикаций. Было выявлено, что актуальным вопросом для исследователей в изучении роли цифровых платформ в современных условиях является разработка и совершенствование российского законодательства о защите конкуренции для борьбы с антиконкурентной деятельностью цифровых платформ и цифровым монополизмом.

В США на термин «цифровая конкуренция» пришлось 19 % запросов от запросов по всем трем терминам, «цифровые рынки» – 22 %. Лидером пользовательских запросов стали «цифровые платформы». Подобное распределение поисковых запросов по указанным терминам типично для стран с высоким уровнем социально-экономического развития, в т.ч. для таких стран как Канада, Великобритания, Германия, которые уровень цифровой зрелости бизнеса и рынков в среднем выше, чем в других странах. Таким образом, уровень цифровой зрелости стран мировой экономики определяет популярность поисковых запросов и научных исследований по терминам «цифровые рынки», «цифровые платформы» и «цифровая конкуренция». Это подтверждает справедливость выдвинутого автором тезиса об актуальности развития конкуренции в цифровой экономике.

Список литературы

1. Индекс сетевой готовности / Гуманитарный портал: Исследования [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2022 (последняя редакция: 09.03.2022). // Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/networked-readiness-index> (дата обращения: 10.03.2022).
2. Динамика запросов по всему миру (цифровая конкуренция, цифровые платформы, цифровые рынки) в поисковой системе Гугл за последние 5 лет [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=digital%20markets,digital%20platforms,digital%20competition> (дата обращения: 06.05.2022).
3. Межстрановое распределение поисковых запросов, 2017-2021 гг. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=digital%20competition,digital%20platforms,digital%20markets;>

<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=digital%20economy,digital%20markets,digital%20platforms>(дата обращения: 06.05.2022).

4. Апресян, С. В. Стоматологическая практика как вид экономической деятельности: понятийный аппарат и контент в условиях цифровой конкуренции [Электронный ресурс] // Микроэкономика. – 2020. – № 2. – С. 42-48.

5. Шутько, Л. Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» [Электронный ресурс] // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2022. – №. 4. – С. 4-11. Режим доступа: <https://doi.org/10.12737/2587-9111-2022-10-4-4-11> (дата обращения: 06.05.2022).

Якунина Юлия Сергеевна, к.э.н., доцент
Прокопьева Алина Геннадьевна, Ельцова Екатерина Сергеевна,
студенты гр. МБб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВЛИЯНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЭКСТЕРНАЛИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экстерналии (внешние эффекты) имеют существенное значение в экономике. В процессе экономической деятельности происходит взаимодействие людей, окружающей среды и прочих объектов. Экстерналии с этой точки зрения можно определить, как некомпенсируемые воздействия (отрицательные или же положительные) одной стороны на другую [1-8]. Экстерналии могут возникать, как в результате производства, так и потребления товаров и услуг.

Характерные черты экстерналий:

- внешние эффекты возникают, когда действия фирмы или отдельного лица напрямую влияют на затраты и выгоды других фирм или отдельных лиц;
- экстерналии не находят максимального отражения в рыночных ценах;
- внешние эффекты характеризуются влиянием на третьи стороны, которые не участвуют в рыночной сделке в качестве продавца или покупателя, но получают часть затрат или выгод. В результате внешние воздействия возникают тогда, когда производство или потребление товаров и услуг приводит к существенным затратам для любой третьей стороны.

В таблице 1 представлены отрицательные и положительные экстерналии.

Таблица 1 – Отрицательные и положительные экстерналии

Отрицательные	Положительные
Возникают в случае, когда деятельность одной стороны вызывает издержки у других сторон, уменьшение их благосостояния.	Возникают, когда деятельность одной стороны приносит выгоды другим, увеличивает их благосостояние.

В большинстве случаев отрицательные экстерналии минимально отражаются на экономическом положении загрязнителей. В данной ситуации затраты и ущербы от их действий в прямом смысле являются внешними, так как не влияют на издержки его личного производства. Загрязнитель нацелен, в первую очередь, на уменьшение собственных внутренних затрат, а внешние издержки обычно игнорируются, так, как их устранение требует дополнительных вложений и затрат.

В таблице 2 представлены различные виды внешних экстерналий.

Таблица 2 – Типы внешних эффектов и их характеристика

Тип	Характеристика
Темпоральные экстерналии (временные, между поколениями)	Этот тип экстерналий тесно связан с концепцией устойчивого развития. Здесь принципиальным экономическим моментом является возложение дополнительных экстернальных затрат современным поколением на будущие при сложившемся техногенном развитии. Так, исчерпание в будущем нефти, массовая деградация сельскохозяйственных земель создадут огромные энергетические и продовольственные проблемы для будущего, требуя резкий рост затрат. В результате появились отрицательные и положительные темпоральные экстерналии. К положительным относятся технологические прорывы, достижения научно-технической революции современников создают возможности по снижению затрат в будущем.
Глобальные экстерналии	В масштабах планеты данный вид отрицательных экстерналий уже породил ряд конкретных проблем, например, связанных с переносом трансграничных загрязнений. Выбросы химических соединений в атмосферу, загрязнение рек и прочие экологические воздействия создают значительные эколого-экономические проблемы и дополнительные издержки у других стран.

Межсекторальные экстерналии	Развитие секторов экономики, особенно природоэксплуатирующих, наносит значительный ущерб другим секторам и вызывает отрицательные внешние эффекты. Существуют и положительные межсекторальные экстерналии, в частности, развитие одних секторов может дать значительный экономический эффект в других секторах.
Межрегиональные экстерналии.	Этот вид экстерналий является уменьшенной копией глобальных экстерналий, только в рамках одной страны. Развитие секторов экономики, особенно природоэксплуатирующих, наносит значительный ущерб другим секторам, характеризуя тем самым отрицательные внешние эффекты. Например, огромные потери несет аграрный сектор в результате деятельности отраслей добывающей промышленности.
Локальные экстерналии.	Данный тип экстерналий возникает на ограниченной территории. Негативные эколого-экономические последствия своей деятельности субъекты этой деятельности стараются не принимать во внимание.

Анализ процесса взаимопонимания и взаимодействия окружающей среды и общества на сегодняшний день показывает, что почти на каждой ступени общественного воспроизводства образуются отрицательные экологические экстерналии: истощение природных, лесных, почвенных и рекреационных ресурсов, снижение биологического производственного потенциала природы, ухудшение качества естественного труда и потребления.

Максимально трудная экономическая проблема – стоимостная оценка внешнего воздействия. Наличие внешних воздействий искажает объективную цену продукции предприятий.

Главная задача любого руководителя – минимизация собственных издержек, включая природоохранные, для максимизации прибыли. В данной ситуации негативное воздействие на окружающую среду не принимается во внимание самим руководителем, и это означает, что издержки на его утилизацию не учитываются полностью в себестоимости. В таком случае организации, общество, люди и т.п. «поставлены перед фактом», что им необходимо самостоятельно использовать свои собственные дополнительные средства на устранение принесенного ущерба. Тем самым, общественные издержки (C_s) на производство товаров будут состоять из инди-

видуальных издержек (C_p) и внешних затрат, оцененных в стоимостной форме (E_i):

$$C_s = C_p + E = C_p + \sum_i E_i x \quad (1)$$

Оценка внешних затрат - максимально трудная экономическая проблема, которая тесно связана с оценкой воздействия на окружающую среду.

Учет внешних эффектов с позиций всего общества, отражение внешних затрат в цене достаточно хорошо развиты в экономической теории. Но если смотреть с практической стороны, реальный учет внешних воздействий представляет огромные проблемы для теоретиков и практиков. В данном случае возникает ряд проблем: сбои на рынке, недооценка природных товаров и услуг, сложность экономической оценки ущерба окружающей среде. Эти и многие другие факторы чрезвычайно затрудняют точный расчет внешних затрат при принятии конкретных экономических решений, разработке различных проектов и программ.

Например, химический завод сбрасывая сточные воды, вынуждает общество нести дополнительные затраты.

Общественные затраты можно отобразить в формуле:

$$C_s = C_p + \sum_{i=1}^4 E_i = C_p + E_c + E_h + E_f + E_r \quad (2)$$

Таблица 3 – Показатели формулы «Общественные затраты»

Показатель	Содержание
E_i	экстернальные издержки i вида ($i = 1, \dots, 4$)
E_c	затраты завода на очистку воды
E_h	затраты населения на охрану здоровья
E_f	затраты населения из-за деградации рыбных ресурсов
E_r	затраты населения из-за потери рекреационной ценности реки

В результате можно сделать вывод, что отрицательные экологические экстерналии оказывают существенное влияние на конкурентоспособность продукции.

Список литературы

1. Скитер, Н.Н. Моделирование экономических инструментов государственного регулирования экологических экстерналий / Н.Н. Скитер // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2012. – № 3 (67). – С.112-116.
2. Бойченко, Т.А. Исследования в области экологических проблем: обзор ключевых результатов / Т.А. Бойченко // Наука. Инновации. Образование. – 2018. – Т. 13. – № 1. – С. 26-46.

3. Иосифов, В.В. Развитие методов экономической оценки экологического ущерба от выбросов автомобильного транспорта / В.В. Иосифов, И.И. Подворок // Друкерровский вестник. – 2016. – № 1. – С. 255-264.
4. Грошев, А.Р. О роли экологического фактора в развитии экономических систем / А.Р. Грошев, Р.Г. Никитин // Вестник Югорского государственного университета. – 2006. – № 2 (3). – С. 59-63.
5. Mikhailov V. Research of environmental and economic interactions of coke and by-product process / V. Mikhailov, T. Kiseleva, S. Bugrova, A. Muromtseva, Ya Mikhailova // E3S Web of Conferences. The Second International Innovative Mining Symposium. 2017.
6. Михайлов, В.Г. Совершенствование системы управления эколого-экономической безопасностью на ЗАО «Разрез «Инской» / В.Г. Михайлов, С.М. Бугрова. – 2015. – № 6-1 (66). – С. 548-564.
7. Михайлов, В.Г. Исследование эффективности управления природоохранной деятельностью на Кемеровском ООО ПО «Химпром» / В.Г. Михайлов, С.М. Бугрова. – 2013. – № 10 (46). – С. 36-55.
8. Михайлов, В.Г. Исследование основных показателей горно-эколого-экономической системы / В.Г. Михайлов, С.М. Бугрова, Ю.С. Якунина, А.К. Муромцева, Я.С. Михайлова. – 2019. – № 9 (1122). – С. 106-111.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДИТЕЛЯ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ, ЗАВЕДУЮЩЕЙ КАФЕДРОЙ КОНКУРЕНЦИИ И АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КУЗГТУ Н.Е. КУХАРСКОЙ	3
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕКТОРА КУЗГТУ А.Н. ЯКОВЛЕВА	4
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРОРЕКТОРА ПО УЧЕБНОЙ РАБОТЕ КУЗГТУ Н.В. КУДРЕВАТЫХ	5
О НЕОБХОДИМОСТИ СОГЛАСОВАНИЯ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ ИЗМЕНЕНИЙ КОНЦЕССИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ Н.Е. Кухарская, Ю.А. Полякова (г. Кемерово)	6
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИТОРОВ В.А. Арешонкина, А.А. Медовикова (г. Кемерово)	11
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ Л.С. Арутюнян, А.И. Вегнер (г. Кемерово)	14
КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ АДАПТИВНЫХ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК ДЛЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СТРОИТЕЛЬНО-ЖИЛИЩНОГО КОМПЛЕКСА Р.Р.-к. Баширзаде (г. Саратов)	16
ПРОБЛЕМЫ СООТНОШЕНИЯ МОНОПОЛИИ И КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ Д.С. Варнавская <i>(Россия, Луганская Народная Республика, г. Стаханов)</i>	20
РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ Д.С. Варнавская <i>(Россия, Луганская Народная Республика, г. Стаханов)</i>	25
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТОПОВЫХ ВИДЕОХОСТИНГОВ В.А. Великий, С.О. Федоров (г. Кемерово)	29
ОСОБЕННОСТИ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК НОВОЙ УСЛУГИ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ Тхи Тхань Нян Во (г. Москва)	33

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В КУЗБАССЕ К.В. Востриков (<i>г. Кемерово</i>).....	37
ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ КАК ФАКТОРА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Е.В. Ганцева, В.А. Бондарева, А.А. Чичендаева (<i>г. Кемерово</i>).....	41
РЕГУЛИРОВАНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Д.А. Гармашова (<i>г. Кемерово</i>).....	46
ПРОЯВЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНФОПРОДУКТОВ Д.А. Горбачев (<i>г. Кемерово</i>).....	49
СТАНОВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В.П. Герасенко (<i>Республика Беларусь, г. Минск</i>).....	52
К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАН ЕАЭС А.В. Дегоян (<i>г. Кемерово</i>).....	55
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГРУЗИИ ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ А.В. Дегоян (<i>г. Кемерово</i>).....	58
СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ Д.А. Денисова (<i>г. Кемерово</i>).....	62
ТИПИЧНЫЕ СПОСОБЫ ОБХОДА НОРМАТИВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ ГОСУДАРСТВА К РЕКЛАМЕ И ПОСЛЕДСТВИЯ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ Н.В. Дмитриева (<i>г. Кемерово</i>).....	65
КОНКУРЕНЦИЯ В ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКЕ: МЕЖДУ СТРАНАМИ И МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ К.А. Додоматов (<i>г. Кемерово</i>).....	68
СРАВНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СБОРА, ТРАНСПОРТИРОВКИ И УТИЛИЗАЦИИ ТКО В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ Н.В. Дорожкина, И.Н. Третьякова (<i>г. Кемерово</i>).....	72
КОНКУРЕНЦИЯ НА ПЛАТФОРМАХ ЦИФРОВОГО ТРУДА И.А. Дымова (<i>г. Кемерово</i>).....	79

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ К.К. Ерохина (г. Кемерово).....	84
КОНКУРЕНЦИЯ В ТЕХНОЭКОНОМИКЕ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА Е.Е. Жернов (г. Кемерово).....	88
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК И.А. Жигунова, С.М. Бугрова (г. Кемерово).....	92
ВНЕДРЕНИЕ КРІ НА ПРЕДПРИЯТИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Ю.А. Зайцева (г. Кемерово).....	96
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОНКУРЕНТНОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ М.В. Золотухин, В.Е. Скрипко (г. Кемерово).....	101
АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Е.А. Иванова (г. Кемерово).....	105
ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Е.А. Иванова (г. Кемерово).....	109
АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГИГ-ЭКОНОМИКИ Т.Б. Иванова (г. Волгоград).....	112
РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РЫНКАХ Е.Г. Казанцева (г. Кемерово).....	116
ПРАВОВОЙ СТАТУС БЕЗРАБОТНОГО В РАМКАХ ДЕЙСТВИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА К.В. Камынин, Н.В. Съедина, В.К. Яковенко (г. Кемерово).....	120
ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ–КУЗБАССА Н.О. Камышникова (г. Кемерово).....	125
УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ В ДЕНЕЖНО – КРЕДИТНОЙ СФЕРЕ Р.А. Канцеров, А.С. Аджикова, Н.Н. Школьникова (г. Черкесск).....	128
ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ-ЗАЕМЩИКА А.И. Качанова, Е.В. Черкасова (г. Кемерово).....	132

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ КОМПАНИИ В КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ Н.Р. Кононов (г. Москва).....	136
МЕЖБАНКОВСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ РЫНКЕ А.М. Козлова (г. Кемерово).....	141
ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ФАКТОРОВ ООО «МОНТАЖЭНЕРГОСТРОЙ» Е.Д. Королева (г. Кемерово).....	145
АНАЛИЗ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ П.А. Куксова, А.Э. Янковская (г. Кемерово).....	149
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ М.К. Куманеева (г. Кемерово).....	152
МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Э.М. Лубкова, А.А. Дулетбаев (г. Кемерово).....	156
ВНЕДРЕНИЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ А.С. Лукашова (г. Москва).....	159
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ И.И. Лямкин (г. Кемерово).....	164
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ АРАБСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ЕГИПЕТ Д.А. Митина, А.А. Шевцова (г. Кемерово).....	169
ОСОБЕННОСТИ ПОНЯТИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Д.А. Михайленко (г. Кемерово).....	171
СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ Д.А. Михайленко (г. Кемерово).....	174
НАЛОГ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В.В. Мищенко (г. Кемерово).....	176

КОНКУРЕНЦИЯ ВНУТРИ ЭКОСИСТЕМЫ: ПРОБЛЕМЫ, ЦЕЛИ И ОСОБЕННОСТИ	
А.Э. Назарова (<i>г. Кемерово</i>).....	181
ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ И ВЫВЕДЕНИЮ НА РЫНОК НОВОГО КОНКУРЕНТНОГО ПРОДУКТА	
Тхи Фьонг Нгуен (<i>г. Москва</i>).....	184
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УГОЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	
А.С. Пермякова (<i>г. Кемерово</i>).....	188
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ ТУНИСА	
Е.В. Пестерева, В.А. Плотникова (<i>г. Кемерово</i>).....	191
ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ	
Н.А. Помогалов (<i>г. Кемерово</i>).....	194
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИ ВЫБОРЕ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Д.С. Почуева, С.М. Бугрова (<i>г. Кемерово</i>).....	197
НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОЦ «ХОРОШЕЕ ЗРЕНИЕ»	
П.А. Проскокова (<i>г. Кемерово</i>).....	200
ТРАДИЦИОННЫЕ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19	
Е.А. Радионова (<i>г. Кемерово</i>).....	202
РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ	
В.А. Рахманова (<i>г. Кемерово</i>).....	206
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ	
М.Д. Редькина, А.Н. Малюгин (<i>г. Кемерово</i>).....	208
МЕТОДЫ АНАЛИЗА ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ	
М.Д. Редькина (<i>г. Кемерово</i>).....	212
АНАЛИЗ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ МИНСКОГО РЕГИОНА	
И.Н. Русак (<i>Республика Беларусь, г. Минск</i>).....	216
НЕТОЧНОСТИ В РАБОТЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ	
М.В. Сальваторе (<i>г. Кемерово</i>).....	219

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ И ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАЗРАБОТЧИКОВ ВИДЕОПРОДУКТОВ М.В. Сиводедова (г. Кемерово).....	221
АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ РФ А.Д. Спудис (г. Кемерово).....	225
РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ Г.И. Старокожева (г. Волгоград).....	228
ДОМИНИРОВАНИЕ НА ЦИФРОВОМ РЫНКЕ В.И. Суханова, А.А. Чайкина (г. Красноярск).....	231
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ Р.Ф. Фаляхов (г. Кемерово).....	235
ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «СУЭК-КУЗБАСС» ПУТЕМ МОДЕРНИЗАЦИИ СЕКЦИЙ КРЕПИ В УГОЛЬНЫХ ШАХТАХ Р.Ф. Фаляхов (г. Кемерово).....	240
БЛОКЧЕЙН И КРИПТОВАЛЮТЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА КРИПТОВАЛЮТЫ П.В. Черепанов (г. Кемерово).....	244
ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСОВОГО РЫНКА: РИСКИ ИНВЕСТОРА К.И. Черница, В.А. Райс (г. Кемерово).....	248
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ Ан Минь Чан (г. Москва).....	250
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СЕКТОРА МСП В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 А.Х. Чотчаева (г. Черкесск).....	254
РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ФАРГО» Ю.С. Шабалина, А.Н. Малюгин (г. Кемерово).....	258
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ О.Б. Шевелева, О.В. Зонова (г. Кемерово).....	262

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА И.М. Шор (<i>г. Волгоград</i>).....	265
АКТУАЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ) Л.Г. Шутько (<i>г. Кемерово</i>).....	267
ВЛИЯНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЭКСТЕРНАЛИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ Ю.С. Якунина, А.Г. Прокопьева, Е.С. Ельцова (<i>г. Кемерово</i>).....	271

Научное издание

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Сборник материалов

*V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 26-27 октября 2022 г.)*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 21.10.2022. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 17,7

Тираж 100 экз. Заказ .

КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28

Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4 а.