

VI Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия»

Кемерово, 25-26 октября 2023 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
VI Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 25-26 октября 2023 г.)

КЕМЕРОВО
2023

УДК 339.137.2
ББК 65.011.33

Конкуренция и монополия: сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 25-26 октября 2023 г.) / под общ. ред. Ю. С. Якуниной, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2023. – 245 с.

ISBN 978-5-00137-411-4

В сборнике представлены материалы VI 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 978-5-00137-411-4

ББК 65.011.33
© Авторы, 2023
© КузГТУ, 2023



Уважаемые коллеги!

Шестой год подряд публикуется сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия». Этим изданием Кузбасский государственный технический университет, совместно с Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области, подчеркивает важность проведения такого научного мероприятия, так как появление новых работ и исследований в области антимонопольного регулирования характеризует интерес к теме и актуальности вопроса. Именно это, в конечном итоге, является целью антимонопольного ведомства и всей антимонопольной работы – донести до общества мысль о важности конкуренции для развития экономики.

Сборник докладов 2023 года мы можем считать важным, знаковым событием в процессе исполнения указа Президента Российской Федерации, в соответствии с которым 2022 – 2031 годы в России объявлены 10-летием науки и технологий. Одна из задач этого указа как раз и направлена на содействие вовлечению исследователей и работников в решение важнейших задач развития общества и страны. Публикации работ по данной тематике обеспечивают реализацию задач, связанных с основополагающими принципами превентивности контроля и открытости антимонопольного ведомства.

По традиции желаем всем авторам сборника и участникам конференции не оставлять исследования, открывать все новые грани в уже изученных вопросах и всегда стремиться к большему, так как только развитие и совершенствование антимонопольного регулирования, способствующее конкуренции, обеспечит благосостояние граждан и процветание государства.

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



Уважаемые гости и участники конференции!

Приветствую Вас от имени научно-педагогического коллектива Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева!

В 2023 году Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» отмечает свою шестую годовщину и выходит во «взрослую жизнь»!

Конференция направлена на решение актуальных задач, связанных с развитием эффективной конкуренции не только в Кемеровской области-Кузбассе, но и в России в целом.

Современное развитие экономики, производство инновационной, импортозамещающей и конкурентоспособной продукции невозможно без работы эффективной государственной антимонопольной системы, мотивирующей предприятия и организации к честной и ответственной конкурентной борьбе.

Необходимо отметить, что КузГТУ уделяет большое внимание установлению эффективного взаимодействия представителей реального сектора экономики, государственных и муниципальных органов власти, высшей школы и академической науки.

Уверен, это научное мероприятие будет наполнено содержательной работой, плодотворной дискуссией, креативными идеями и мнениями, установлением деловых и неформальных контактов!

Желаю всем эффективной работы и пусть знания работают для процветания нашей великой Родины!

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

А.Н. Яковлев



Уважаемые участники VI Всероссийской научно-практической конференции «Конкуренция и монополия», рада приветствовать вас в КузГТУ!

Для нас очень важно, что интерес к данному научному мероприятию не ослабевает, и появляются все новые участники. Наша конференция стала традиционной!

Очень приятно, что конференция отличается не только обширной географией – от Волгограда и Черкесска до Новосибирска и Красноярска, но и демократичным составом участников – от студентов до докторов наук и работодателей.

Многие участники присылают свои новые, интересные работы и мы ждем их, как старых, добрых друзей! Очень хорошо, когда вчерашние студенты стали аспирантами и кандидатами наук, но не утратили интереса к нашей конференции, что позволяет нам полагать о ее значимости и актуальности!

Поздравляю всех с началом конференции, желаю здоровья и плодотворной работы на благо нашей любимой страны!

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

Н.В. Кудреватых

Кухарская Наталья Евгеньевна,
руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы,
по Кемеровской области, заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования КузГТУ, к.э.н.
(г. Кемерово)

САХАРНЫЙ СГОВОР

В феврале 2022 года с началом проведения специальной военной операции на Украине в России выросли цены на многие категории товаров. Особенно заметно подорожали продукты питания. Наиболее значимые причины – множество всякого рода санкций, усложняющие логистику, уход зарубежных компаний и ажиотажный спрос на многие товарные позиции, особенно на категорию товаров, формирующих основную покупательную корзину, в число которых входит сахар песок.

С конца февраля и в течение марта 2022 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области (Далее — Управление или Кемеровское УФАС России) поступило множество обращений граждан и хозяйствующих субъектов о повышении цен на сахар-песок и отсутствие данного товара в продаже (более 200 устных и письменных обращений). Также же в марте 2022 года в Кемеровское УФАС России обращаются товаропроизводители хлеба и хлебобулочных изделий с информацией о значительном повышении поставщиками цен на сахар, что в свою очередь, не может не оказать влияния на повышение цен на хлеб.

Учитывая вышеизложенное, в период с конца февраля 2022 по как минимум по середину марта 2022 года на территории Кемеровской области – Кузбасса в короткий промежуток времени произошел резкий скачок цен на сахар-песок в торговых точках и у поставщиков, получивший общественный резонанс среди населения и товаропроизводителей продуктов питания, в связи с чем на рынке реализации сахара-песка сложилась ажиотажная ситуация.

Кемеровское УФАС России, проводя мониторинг цен на социально значимые продукты питания, усматривает признаки нарушения, выразившиеся в заключении антиконкурентного соглашения, путем установления в марте 2022 года торговой наценки, результатом чего явилось значительное повышение отпускных цен на сахар.

С начала марта Управление приступает к детальному анализу отпускных цен на сахар песок всеми хозяйствующими субъектами, реализующими оптом сахар на территории региона.

Представители этих компаний поясняли, что увеличение торговой наценки на сахар с 01.03.2022 произошло вследствие увеличения отпускных цен на сахар заводами изготовителями, и крупными оптовыми поставщиками, которые начали поднимать стоимость сахара, так например: 28.02.2022 ООО «Сахарный альянс Сибири» поставлял сахара по цене 58 000 руб. с НДС за 1 тонну, а 02.03.2022 – 64 500 руб./тонна, 03.03.2022 – 66

000 руб./тонна, кроме того произошло увеличение ключевой ставки Центрального Банка России до 20 % с 28.02.2022, в связи с увеличением ключевой ставки увеличился и процент по кредитным обязательствам до 15,5 % до 23,5 %, а у некоторых банков и до 34,5 % годовых. Кроме того, весь сахар приобретается на условиях 100 % предоплаты, а продается в отсрочку 7-30 дней.

Несмотря на данные пояснения, Кемеровское УФАС России усматривает в действиях двух компаний ООО «Сибирский Союз» и ООО «КузбассОпт» (далее – Ответчиков) признаки нарушения требований пункта 1 части 1 статьи 11 Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее ФЗ №135-ФЗ) выразившегося в заключении антиконкурентного соглашения путем установления с 01.03.2022 торговой наценки, которое привело к повышению отпускных цен на сахар, в связи с чем приказом Кемеровского УФАС России № 41 от 22.03.2022 возбуждено дело № 042/01/11-327/2022 о нарушении антимонопольного законодательства.

В результате рассмотрения дела установлено:

25.02.2022 ООО «Сибирский Союз» закупил сахар-песок по цене 53,85 рублей за килограмм, при этом остатки на складе, закупленного ранее сахара-песка на этот день в 2 раза превышали объем закупленного сахара.

Установлено, что усредненная цена предыдущих закупок сахара у ООО «Сибирский Союз» составила 54,75 руб. за кг, при этом торговая надбавка реализации сахара-песка у него в период с 21.02.2022 по 27.02.2022 включительно составляла не более 4,1 %

Далее торговая надбавка резко увеличивается до 14,15% и 25,11 % в период с 28.02.2022 по 03.03.2022.

При этом, остатки сахара на складе при закупке 03.03.2022 были реализованы примерно 11.03.2022, следовательно, при расчете торговой надбавки до 11.03.2022 применялась средняя цена закупки сахара в предыдущий период – с 25.02.2022 по 03.03.2022. Учитывая вышеизложенное, в период с 04.03.2022 по 11.03.2022 включительно торговая надбавка у Ответчика продолжала оставаться высокой по сравнению с периодом февраля и даже выросла по сравнению с периодом с 25.02.2022 по 03.03.2022, и достигла максимума в размере 35,25 %.

21.02.2022 ООО «КузбассОпт» закупил сахар-песок по цене 55,35 руб. за килограмм, при этом остатки на складе данного товара по состоянию на 21.02.2022 примерно на четверть превышали объем закупленного сахара.

Установлено, что усредненная цена предыдущих закупок сахара у ООО «КузбассОпт» составила 54 руб. за кг. Торговая надбавка реализации сахара-песка у него в период с 21.02.2022 по 28.02.2022 включительно составляла не более 9,17 %.

Торговая надбавка у ООО «КузбассОпт» выросла с максимального значения 9,17 % в период с 21.02.2022 по 28.02.2022 до 18,9 и 33,4 % 01.03.2022 и 02.03.2022 соответственно.

Таким образом, торговая надбавка у Ответчиков по данному делу примерно в одно и тоже время, значительно выросла.

В качестве экономического обоснования резкого увеличения товарных надбавок Ответчиками указаны следующие обстоятельства:

- увеличение закупочной стоимости;
- значительное увеличение ставки по кредитным договорам;
- увеличение выплат по договору лизинга;

приобретение сахара на условиях 100 % предоплаты и реализация в отсрочку 7- 30 дней.

Вместе с тем, Управление пришло к выводу, что увеличение закупочной стоимости не может влиять на размер торговой наценки на товар. Более того, в случае увеличения закупочной цены сохранение имеющихся размеров наценки на товар в процентном выражении итак приведет к увеличению полученной выручки в денежной форме для поставщика.

Согласно представленным Ответчиками ставка по кредитным договорам увеличилась с 13 % в январе 2022, до 19,57 % в мае 2022, то есть в рассматриваемом периоде с 28.02.2022 по 15.03.2022 ставка не менялась.

Процентная ставка по кредитному договору ООО «КузбассОпт» привязана к размеру ключевой ставки Банка России, увеличенной на 3,3 %. Согласно открытым сведениям, ключевая ставка, установленная Банком России, изменялась следующим образом:

| | | | |
|------------|--------------|--------------|--------------|
| С 14.02.22 | С 28.02.2022 | С 11.04.2022 | С 04.05.2022 |
| 9,5% | 20% | 17% | 11% |

При этом размер торговой наценки изменялся следующим образом:

| | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| наценка на 28.02.2022 | наценка на 01.03.2022 | наценка на 15.03.2022 | наценка на 01.04.2022 | наценка на 04.05.2022 | наценка на 01.06.2022 |
| 9,17 % | 18,92 % | 58,85 % | 9 % | 12 % | 14 % |

Учитывая вышеизложенное, независимо от изменения процентной ставки по кредитному договору, 01.04.2022 размер торговой надбавки со стороны ООО «КузбассОпт» был значительно снижен (более чем на 48 %), вместе с тем снижение ключевой ставки Банка России произошло только 11.04.2022 и всего на 3 %, в связи с чем Управление считает, что увеличение торговой наценки произошло непропорционально увеличению ставки по кредитному договору и не могло повлиять на увеличение торговой наценки на соответствующий размер.

Приобретение сахара на условиях 100 % предоплаты и реализация в отсрочку 7-30 дней не может служить основанием резкого повышения торговой надбавки на установленную выше величину, поскольку на данных условиях поставки Ответчики работают постоянно, то есть начало действия указанных условий нельзя соотносить с соответствующим периодом выявленного резкого и значительного повышения торговой надбавки с 01.03.2022 по 15.03.2022.

Установление Ответчиками нехарактерно высокой торговой надбавки на сахар-песок является не результатом экономически обоснованного расчета с учетом конъюнктуры рынка, способствующего реальному установле-

нию рыночной (конкурентной) цены товара, а лишь способом получения экономической выгоды в период сложившейся ситуации на рынке реализации сахара-песка, вызванного покупательским ажиотажным спросом на данный товар, в связи с резким и значительным увеличением цены реализации сахара-песка, являющегося социально-значимым товаром.

Данные факты свидетельствуют о том, что совместные недобросовестные действия Ответчиков на рынке соответствуют интересам каждого из них.

Установлено, что цены реализации формировались Ответчиками в том числе, исходя из цен конкурентов, что подтверждается наличием платной подписки у ООО «Сахарный Союз» к сервису «Институт конъюнктуры аграрного рынка» (ИКАР): <http://www.isco-i.ru>, мониторинга цены на рынке реализации сахара, которым ежедневно публикуется и рассылается подписчикам соответствующая статистика и аналитика, а также пояснениями ООО «КомпанияОпт» о том, что цены на рынке реализации сахара ежедневно отслеживаются сотрудниками компании из открытых источников.

По мнению Кемеровского УФАС России, использование цен сторонних организаций, в том числе конкурентов, для формирования цены реализации, неправомерно и не обоснованно, поскольку приведет к формированию на соответствующем рынке экономически необоснованных цен, не основанных на фактических затратах, нормах прибыли, показателях себестоимости и иных показателях участников соответствующего рынка, что в силу пункта 17 статьи 4 ФЗ № 135-ФЗ является признаком ограничения конкуренции.

На складах Ответчиков имелись в достаточном количестве остатки сахара-песка, при этом по закупочным ценам гораздо ниже цен реализации. При этом торговая надбавка экономически необоснованно повышалась, что приводило к росту цены реализации, что в свою очередь провоцировало рост цены реализации сахара-песка при розничной продаже соответствующими продавцами. Данные обстоятельства, способствовали увеличению ажиотажного спроса на рынке сахара-песка. Цены предыдущих закупок не влияют на формирование текущих отпускных цен (т.е. если купил дешевле ранее нельзя обосновывать формирование торговой надбавки текущей ценой закупки при наличии товара на складе). Из представленных данных о закупочных и отпускных ценах установлено, что отсутствует прямая зависимость изменения закупочных цен к розничным (отпускным) ценам на сахар-песок к соответствующим периодам и количеству остатков на складах. Повышение Ответчиками отпускных цен на сахар-песок не связано с соответствующим ростом закупочных цен, более того, со стороны одного из ответчиков оно происходило фактически при неизменности закупочных цен. Последующий рост закупочной цены не сопоставим с установленными Ответчиками отпускными ценами, в результате чего возникла огромная торговая наценка. Увеличение цен реализации происходило непропорционально увеличению закупочных цен, за счет увеличения маржи.

Комиссией Управления учтено, что у Ответчиков различные поставки сахара-песка, соответственно, разные закупочные цены и прочие условия, поэтому торговые наценки, а соответственно и цены реализации, не могут одновременно и одномоментно увеличиться, если они установлены на основании закупочных цен. Синхронному росту торговых наценок при реализации сахара-песка со стороны Ответчиков не предшествовало увеличение соответствующих закупочных цен. Следовательно, повышение торговой надбавки со стороны Ответчиков связано с их синхронными и совместными недобросовестными действиями на рынке.

Согласно пояснениям представителей Ответчиков, информация о деятельности Ответчиков открытая и несмотря на отсутствие собственных сайтов в сети Интернет, сведения о них и их контактных данных находятся в открытом доступе, в том числе в распространяемом бесплатно электронном справочнике 2ГИС. Актуальные сведения о цене реализации сахарного песка заинтересованные лица могут получить от менеджеров Ответчиков, в том числе, по телефонам, номера которых находятся в открытом доступе. Менеджеры Ответчиков, в свою очередь, вправе самостоятельно доводить до заинтересованных лиц и/или потенциальных клиентов имеющуюся в их распоряжении информацию о текущих (действующих на момент запроса) ценах.

Учитывая установление Ответчиками цен реализации на сахар-песок, в том числе, с учетом сведений о ценах конкурентов, открытости деятельности на рынке, получение в марте 2022 г. наибольшей прибыли по сравнению с иными месяцами, наличие тесных и устойчивых связей между Ответчиками Комиссия приходит к выводу, что недобросовестные действия данных хозяйствующих субъектов на рынке были заранее известны друг другу и соответствовали интересам каждого из них. Согласованное изменение (повышение) и поддержание хозяйствующими субъектами цен, вне зависимости от их последствий для товарного рынка, само по себе, в силу пункта 17 статьи 4 ФЗ № 135-ФЗ означает ограничение конкуренции и действия Ответчиков по необоснованному повышению торговой надбавки, а, следовательно, и цены реализации, на сахар-песок с их стороны, свидетельствуют об отказе от самостоятельных действий на товарном рынке в части ведения независимой ценовой политики.

Кемеровское УФАС России полагает, что в рассматриваемой ситуации совершение самостоятельными субъектами гражданского оборота одних и тех же действий, выразившихся в единовременном необоснованном значительном увеличении торговых надбавок, а, следовательно, отпускных цен на сахар-песок, возможно только в случае кооперации и консолидации, при этом такие действия осуществляются для достижения единой для всех хозяйствующих субъектов цели. Однако, хозяйствующие субъекты – конкуренты, действуя добросовестно в условиях конкурентных правоотношений не действуют в интересах друг друга. Одновременное, синхронное необоснованное повышение хозяйствующими субъектами цен на сахар-песок не явилось следствием обстоятельств, в равной мере влияющих на каждого

из Ответчиков, поддержало ажиотаж среди покупателей, и способствовало увеличению цен реализации сахара-песка на соответствующем рынке на территории Кемеровской области – Кузбасса.

Одновременные синхронные, последовательные, скоординированные и активные действия Ответчиков, являющихся конкурентами на рынке реализации сахара-песка в Кемеровской области – Кузбассе, и выразившиеся в установлении и поддержании цен на товарном рынке, свидетельствуют о факте заключения между ними соглашения, направленного на установление необоснованно завышенных отпускных цен на сахар-песок на указанной территории. При этом данные действия не являются самостоятельными каждого из Ответчиков на указанном товарном рынке, а продиктованы условиями заключенного между ними соглашения

Установлено, что между Ответчиками имеет место устное соглашение с целью достижения определенного результата, благоприятного для каждого из них. Достижение данной цели невозможно без синхронности произведенных действий. Для достижения положительного эффекта необходима единая стратегия, а направленность действий имеет единый результат. Принимая во внимание различные условия осуществления коммерческой деятельности на соответствующем рынке (различные поставщики и закупочные цены) поведение Ответчиков свидетельствует о скоординированности их действий. Также данное поведение свидетельствует о гарантии достижения результата, соответствующего интересам каждого из данных хозяйствующих субъектов, и возможно только при условии, что их действия заранее известны каждому из них.

Единообразное и синхронное поведение хозяйствующих субъектов-конкурентов на рынке свидетельствует об устранении ценовой конкуренции и состязательности между продавцами товара, о минимизации рисков потерять покупателей в связи с более выгодными ценовыми предложениями своих конкурентов, о возможности устанавливать цены на более высоком уровне, чем они могли бы сложиться в условиях справедливой конкуренции.

Установление повышенной цены реализации на рассматриваемом товарном рынке в отсутствие соответствующего экономического обоснования свидетельствует об отказе Ответчиков, являвшихся друг другу конкурентами, от самостоятельных действий на товарном рынке, направлено на создание для каждого из них благоприятных условий осуществления деятельности путем отказа от конкурентной борьбы, что приводит в конечном итоге к необоснованному увеличению затрат потребителей, покупающих данный товар.

19 января 2023 года Комиссия Кемеровского УФАС приняла решение по делу и признала факт того, что между Ответчиками в период с 28.02.2022 по 15.03.2022 имело место устное соглашение, выразившееся в предсказуемом индивидуальном поведении формально независимых хозяйствующих субъектов, определяющем цель их действий и причину выбора каждым из них модели группового поведения на рынке, в виде действий по значитель-

ному повышению торговой наценки, не обусловленных внешними условиями функционирования соответствующего товарного рынка, реализация которого привела к установлению экономически необоснованно высоких торговых надбавок (наценок) при реализации сахара-песка и поддержанию необоснованно высоких цен реализации данного товара на территории Кемеровской области — Кузбасса.

Не согласившись с решением Кемеровского УФАС России Ответчики обратились в Арбитражный суд Кемеровской области с заявлением о признании незаконным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по делу № 042/01/11-327/2022. Заявленные требования мотивированы тем, что заявители считают оспариваемое решение незаконным и подлежащим отмене. Считают, что в обжалуемом решении, не указано каких-либо конкретных документов и обстоятельств, которые подтверждали бы факт наличия устного соглашения между ООО «Сибирский союз» и ООО «КузбассОпт».

31 августа Арбитражный суд Кемеровской области принял решение по Делу №А27-2948/2023, Заявленные требования оставлены без удовлетворения.

На данный момент решение Арбитражного суда Кемеровской области обжаловано Ответчиками по делу Кемеровского УФАС России в Седьмой арбитражный апелляционный суд, рассмотрение дела назначено на 2 ноября 2023 года.

Список литературы

1. «Правовые позиции коллегияльных органов ФАС России» (книга третья) сборник. – Москва: РГ – Прогресс, 2019. – С. 189-190.
2. Федеральный Закон от 26 июля 2006 года №135-ФЗ «О защите конкуренции».
3. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 4 марта 2021 № 2.
4. Кинёв, А. Ю. Картели и другие антиконкурентные соглашения»: право и практика. – Москва: Инфопротек Медиа, 2011.
5. Решение по делу № 042/01/11-327/2022, (Резолютивная часть решения оглашена 19 января 2023 года, в полном объеме решение изготовлено 02 февраля 2023 года), г. Кемерово.

Ашванян Саркис Кароевич, д.э.н., профессор
Видякин Александр Владимирович, к.э.н., доцент
(КузГСХА, г. Кемерово)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Санкционная политика Запада в отношении России продолжается почти девятьсот лет. И принципиально сегодня ничего не изменилось. Как только Россия начинает возрождаться, Запад непременно вводит всевозможные ограничения для ее сдерживания.

В связи с этим для России особое значение приобретает проблема обеспечения устойчивого экономического роста, что обеспечит завоевание более высоких позиций на мировой арене, возвращения в число великих держав с экономической точки зрения.

В первое десятилетие XXI века Россия демонстрировала догоняющий тип развития, опережая развитые страны по темпам экономического роста и показывая ежегодно около пяти процентов роста ВВП [1]. Основными факторами, обеспечивающими данные темпы, были, прежде всего, растущие мировые цены на энергоносители и масштабные иностранные инвестиции.

Случившийся кризис 2008-2009 гг. вопреки ожиданиям не привел к системным изменениям с точки зрения формирования новой модели дальнейшего экономического развития. В последующие годы продолжалось воспроизводство прежних пороков, таких как высокий уровень монополизма ключевых рынков, ориентация на получение рентных доходов со стороны компаний сырьевого сектора, дисбалансы между динамикой производительности и оплаты труда, что приводило преимущественно к немонетарному характеру отечественной инфляции. При этом важнейшим драйвером экономического роста был потребительский спрос, поддерживающийся существенным ростом потребительского кредитования.

Однако уже сразу было понятно, что имевшиеся драйверы экономического роста быстро исчерпают себя (рис. 1).

Будут препятствовать росту российской экономики в будущем: исчерпанность возможности «сверхускоренного» роста потребления населения; провозглашенная Министерством финансов жесткая бюджетная консолидация, предполагающая сокращение бюджетных расходов; стагнация экспорта сырьевых товаров вследствие ряда причин; рост зависимости от импорта технологий и современного оборудования и техники.

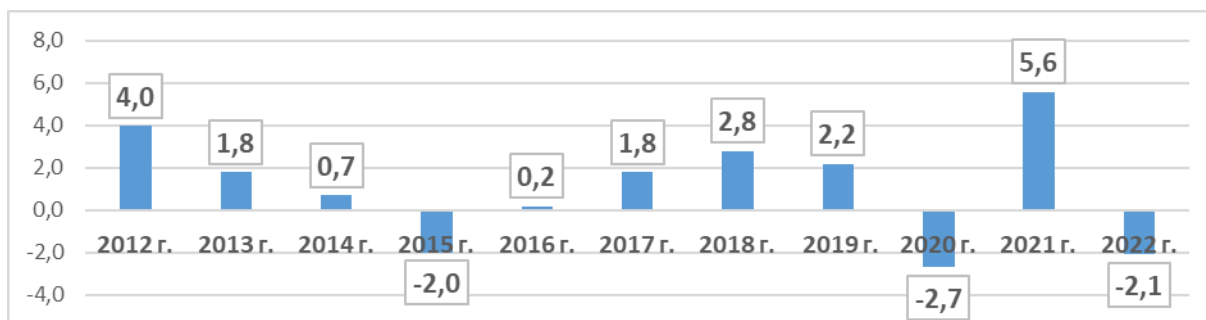


Рисунок 1 – Динамика прироста физического объема валового внутреннего продукта России за 2012-2022 гг., % [2]

Прогноз Министерства экономического развития (МЭР) РФ на 2023 г. 1,2 %), что нельзя назвать высоким значением [3].

В этих условиях закономерно возникает вопрос: каким образом наша страна будет преодолевать отставание по уровню технико-экономического развития и по уровню благосостояния от тех стран, которые сегодня называются развитыми? Если к тому же учитывать серьезное обострение кризиса отношений России с США и странами Западной Европы и введение санкций, то следует конкретизировать выше поставленный вопрос: а за счёт каких источников и посредством каких механизмов в России будет обеспечиваться экономический рост?

Можно говорить о том, что будущее России связано с инновациями. Но без инвестиций нет необходимых инноваций и нет экономического роста. Не следует забывать, что многолетнее недоинвестирование российской экономики и высокая степень износа основного капитала в ближайшие годы потребуют выделения дополнительных средств на аварийные ремонты и преодоление последствий возможных техногенных катастроф. Износ основных фондов в целом по России составляет около 50%, а в ряде важнейших отраслей (добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа, воды, транспорт и связь, образование и здравоохранение) превышает этот показатель. Средний возраст оборудования в России насчитывает 15 лет [4]. В такой ситуации рост мог быть обеспечен только на основе инвестиционных вложений. А инвестиции в российскую экономику как раз показывали тенденцию к сокращению.

Ухудшение динамики инвестиций происходило на фоне значительного чистого оттока частного капитала из России (рис. 2).

Таким образом, максимального значения чистый отток капитала из России достиг в 2022 и составил 227 млрд. USD, а это в том числе напрямую определяет спрос на инновации со стороны реального сектора экономики.

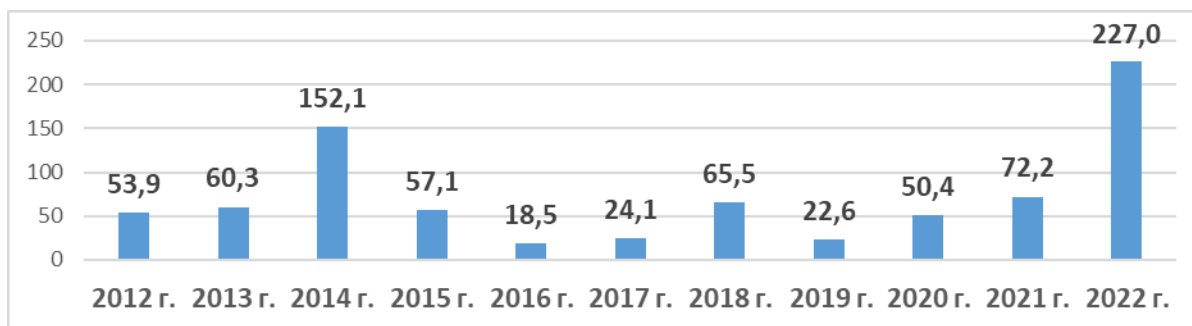


Рисунок 2 – Чистый отток капитала из России за период 2012-2022 гг.
(по данным ЦБ, в млрд. USD) [5]

В этом отношении мы вновь задаем вопрос: за счёт каких источников и кто конкретно будет проводить этот инновационный путь развития? Крупный бизнес особо не заинтересован в модернизации, ибо он и так получает высокие доходы, занимая доминирующее положение на определённых сегментах рынка и контролируя цены и тарифы. Можно с уверенностью констатировать, что высокая степень монополизма со стороны крупных компаний является сдерживающим фактором для модернизации. Что касается малого и среднего бизнеса, то во всех развитых странах данный бизнес наиболее восприимчив к инновациям. У нас же при нынешних ставках процента он просто не в состоянии «потянуть» указанную цель. Сегодняшние банковские займы со ставкой 15-18% годовых в рублях не позволяют осуществлять долгосрочные капиталовложения в инновации и даже поддерживать на высоком уровне параметры оборотного капитала. Поэтому высокие ставки по кредитам ограничивают не только инвестиционную, но и производственную активность.

Наметившееся торможение экономики требует активных действий. На наш взгляд, в настоящее время именно государство должно придать первоначальный инвестиционный импульс модернизационным преобразованиям и стимулировать внутренний спрос. Здесь обратимся к опыту Китая, который в период кризиса 2008-2009 гг. с помощью политики госрасходов осуществил серьёзную переориентацию внешнего спроса, который резко уменьшился, на внутренний спрос за счёт инвестиционных, в том числе инфраструктурных проектов. В результате Китай не только не уменьшил размеры ВВП в период глобального кризиса, а даже обеспечил почти девятипроцентный прирост ВВП.

Кардинальное изменение приоритетов экономической политики в направлении активизации инвестиционных процессов и ухода от чрезмерной социальной поддержки должно вывести экономику на траекторию темпов роста не менее 5% в год. Только осуществив масштабные проекты, можно изменить модель работы экономики. Важно создать такую ситуацию, когда силы государства и тот спрос, который оно может сформировать благодаря огромной концентрации ресурсов, были бы использованы для наращивания различных секторов экономики с полноценными произ-

водственно-технологическими звеньями и преимущественно частным капиталом в качестве ключевых участков прогресса.

Оценивая работу госорганов в настоящее время, стоит особо указать на противоречивость проводимой экономической политики. Министерство финансов и Банк РФ применяют политику фискальной консолидации и денежно-кредитной рестрикции. Но, как известно, такая политика не подчинена решению задачи экономического роста. А потому можно сделать вывод, что сегодня в России наблюдается явная несбалансированность фискальной и монетарной политики, с одной стороны, и политики экономического роста – с другой.

Должна быть преодолена наметившаяся тенденция к деиндустриализации российской экономики. Поэтому государственная политика должна предполагать целевое финансирование индустриальных отраслей (как это в свое время делалось в Японии). В свою очередь любые формы государственной поддержки в реальном секторе экономики должны быть оговорены четкими, подлежащими жесткому контролю инвестиционными обязательствами.

Стратегическая задача, стоящая перед Россией и ее правительством в нынешней ситуации, это создание условий для осуществления коренных структурных реформ, позволяющих ослабить зависимость социально-экономического развития страны от мировой конъюнктуры на топливно-сырьевые ресурсы и продукты низкой степени переработки. Для реализации этих целей необходимо продвижение по следующим ключевым направлениям: формирование механизмов стимулирования внутреннего спроса и повышение его роли в обеспечении динамичного развития российской экономики; проведение глубоких институциональных реформ в экономической и политической областях; последовательная диверсификация экономики (а затем и экспорта); модернизация образования. В данном контексте экономический рост на новом витке истории должен содержать, на наш взгляд, три базовых принципа: свобода предпринимательства и деловая инициатива, повышение эффективности использования всех экономических ресурсов (в том числе повышение производительности труда на основе нового качества рабочей силы) и качественное государственное управление.

Серьезным препятствием для обеспечения экономического роста в России является чрезмерная оффшорная направленность российского бизнеса. Мы понимаем, что оффшорные территории несут ряд преимуществ для компаний, которые, прежде всего, выражаются в защите собственности, конфиденциальности владения бизнесом, оптимизации платежей, уменьшении политических и административных рисков, диверсификации активов. Огромные потери бюджетных поступлений и инвестиционного потенциала, возникающие в результате использования фирмами полуплегальных и криминальных операций для вывода своих доходов и капитала в оффшоры, определили озвучивание этой проблемы в выступлениях высших должностных лиц государства и постановку задачи деоффшоризации.

Однако важно не только обозначить проблему. Правительству и вообще широкому спектру чиновников необходимо предпринять реальные шаги, чтобы вышеуказанные схемы вообще не работали. Причём недостаточно лишь отказаться от системы госзаказов для оффшорных компаний, а следует предложить существенные гарантии бизнесу, чтобы вывод активов и прибыли стал экономически невыгодным.

Концепция экономического роста должна обязательно учитывать региональный аспект, а вместе с этим рост самостоятельности региональных властных структур по поддержке предпринимательства и улучшению инвестиционного климата. Но не менее важно повышение персональной ответственности руководителей регионов по обеспечению более высоких темпов экономического роста. И здесь вновь будет нелишним обратиться к опыту Китая, где именно главы регионов ответственны за обеспечение высоких темпов экономического роста. Из этого впоследствии складывается общая картина экономического роста в стране.

Большинство экспертов признает Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР) в XXI столетии в качестве наиболее динамично развивающегося региона мира. А, следовательно, в странах этого региона (прежде всего в Китае, Индонезии, Южной Корее, Вьетнаме и др.) будут нарастать потребности в экономических ресурсах, в том числе в энергоносителях. Несомненно, мы должны использовать наши преимущества в области добычи ископаемых ресурсов и их поставок на рынок АТР. По оценкам аналитиков к 2030 году ёмкость рынков энергоносителей в странах АТР возрастёт более чем на миллиард тонн в нефтяном эквиваленте.

Если учитывать геоэкономическое и геополитическое положение России как трансконтинентальной державы, то в качестве важнейшего фактора и потенциала экономического роста должны рассматриваться Восточная Сибирь и Дальний Восток. Указанные территории содержат около 20% природных ресурсов всего мира. Однако, в настоящее время неразвитость транспортной инфраструктуры, более высокие цены на топливо и электроэнергию по сравнению со средними по России, более суровые условия для жизни населения являются болевыми точками и создают препятствия для бизнеса и деловой активности.

Вложения в развитие Сибири и Дальнего Востока являются особенно важными для продвижения наших товаров в направлении азиатских стран в условиях экономических санкций и закрытие для нашей страны Европейских рынков. Поэтому встает задача освоения новых месторождений, прокладки нефте- и газопроводов, введения новых мощностей по производству сжиженного природного газа (СПГ), строительства новых терминалов, шоссейных и железных дорог, аэропортов и др. Важную роль в этом направлении должны сыграть заключенные договоры между Россией и Китаем на высшем уровне и подписанные долгосрочные контракты между крупнейшими российскими и китайскими компаниями.

Подводя итоги, можно сделать вывод об исчерпании прежних источников и наличии серьёзных ограничений на пути экономического роста в

России. Эти барьеры носят многогранный характер и имеют институциональную, финансовую, социальную и политическую составляющие. А, следовательно, требуются решительные шаги по их преодолению и выработка новой концепции достижения экономического роста.

Список литературы

1. Прогноз социально-экономического развития российской федерации на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов [электронный ресурс] https://www.economy.gov.ru/material/file/d7f5f5dea44bda4c30d42aac04cc1fca/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2022-2024.pdf (дата обращения 3.10.2023).
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [электронный ресурс] <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts> (дата обращения 3.10.2023).
3. Официальный сайт Министерство экономического развития Российской Федерации. Прогнозы социально-экономического развития [электронный ресурс] https://www.economy.gov.ru/material/directions/makroec/prognozy_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya/ (дата обращения 3.10.2023).
4. Официальный сайт Советы при Президенте РФ: Совет по науке и образованию. Выступление Президента Российской Федерации В.В. Путина на совместном заседании Совета Безопасности РФ, президиума Госсовета РФ и Совета по науке и высоким технологиям. [электронный ресурс] <http://science.gov.ru/events/sten/1901> (дата обращения 3.10.2023).
5. Официальный сайт Банка России. Оценка ключевых агрегатов платежного баланса Российской Федерации. [электронный ресурс] https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/bop-eval/ (дата обращения 3.10.2023)

Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой
продюсерства и общенаучных дисциплин
(РГИСИ, Сибирская высшая школа
музыкального и театрального искусства, г. Кемерово)
Завьялова Екатерина Андреевна, старший преподаватель
(КемГУ, г. Кемерово)

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Реклама с самого момента её зарождения является важнейшим инструментом конкуренции и конкурентной борьбы. Стремление к победе в этой борьбе порождает такое явление как недобросовестная и недостоверная реклама. В этой ситуации на защиту интересов всех участников рынка (как производителей, так и потребителей) встаёт государство, признавая

недобросовестную и недостоверную рекламу актом недобросовестной конкуренции. Главным инструментом регулирования отношений в сфере рекламы направленным на соблюдение интересов всех участников рекламного рынка является Закон о рекламе. Контроль за его соблюдением и право наказывать за его нарушения возложены на Федеральную антимонопольную службу. При этом Закон о рекламе допускает возможность саморегулирования в этой сфере через создание саморегулируемых организаций - объединений рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнерства в целях представительства и защиты интересов своих членов, выработки требований соблюдения этических норм в рекламе и обеспечения контроля за их выполнением [5].

Практика саморегулирования рекламы давно распространена в развитых странах мира. По оценкам Ассоциации маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" саморегулирование в рекламе используется в 52 странах, в 42 странах уже существуют или разрабатываются национальные кодексы, регулирующие рекламные коммуникации [1].

Преимущества саморегулирования состоят в следующем:

1. Возможность использовать передовые практики, устанавливать четкие ориентиры и обеспечивать их соблюдение во всех отраслях бизнеса
2. Большая гибкость по сравнению с государственным регулированием, позволяющая быстро и взвешенно учитывать изменяющиеся технологии и новые рыночные факторы
3. Экономически эффективная, доступная и адаптивная альтернатива другим (например, административным) средствам разрешения любых споров в сфере рекламы.

По оценкам Ассоциации коммуникационных агентств России объем рекламного рынка в РФ в 2022 году составил 392 млрд руб. С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативов, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и ряда прочих затрат в этой сфере суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций в 2022 году оказался равен примерно 1 трлн рублей [4]. Количество компаний-реklamодателей измеряется сотнями тысяч (в РФ зарегистрировано более 3 млн. юридических лиц), счёт выпускаемых рекламных обращений идёт на миллионы. В таких условиях тотальный контроль рекламы со стороны государства не представляется возможным, поэтому роль саморегулирования на данном рынке как никогда велика.

Сегодня в России действуют несколько саморегулируемых организаций в сфере рекламы, среди целей которых можно выделить следующие:

- защита интересов членов ассоциации в отношениях с органами государственной власти, рекламными агентствами, СМИ и широкой общественностью,
- разработка, внедрение в повседневную практику стандартов профессиональной деятельности в сфере рекламы и коммерческих коммуникаций и обеспечение контроля их исполнения,

- разработка, внедрение добровольных этических требований к рекламе и обеспечение контроля их исполнения,
- содействие подготовке профессиональных кадров рекламного рынка [3].

Рассмотрим реализацию перечисленных целей на примере деятельности Общественного Совета по рекламе (официальное название – Саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»)), созданного в 2018 г. при участии ФАС России, Правительства Санкт-Петербурга и Европейского альянса по рекламным стандартам (EASA). На сегодняшний день СРО объединяет более 60 членов: семь ведущих ассоциаций, в том числе Ассоциация рекламодателей, Ассоциация коммуникационных агентств (АКАР), отдельные юридические лица и граждане. Налажен активный информационный обмен в международной сфере - ежемесячно новости из АМИ РС публикуются в Newsletter EASA, а русский перевод Newsletter EASA публикуется на сайте СРО АМИ РС. В структуре СРО действуют несколько рабочих органов - Консультационный комитет, Совет территориальных органов, Комитет рекламных практик, Комитет по рассмотрению жалоб.

Основной задачей Консультационного комитета является предварительная экспертиза рекламных продуктов до их производства и размещения, позволяющая избежать нарушения нормативных требований и этических норм. Деятельность Совета территориальных органов направлена на оказание содействия федеральным отраслевым организациям, входящим в СРО, в создании и развитии их филиальной сети; на продвижение интересов индустриальных объединений в регионах России; на содействие процессам синхронизации правоприменительной практики в сфере рекламы в различных регионах России с учётом региональных, национальных и профессиональных особенностей, а также на объединение усилий в поддержке регионального рынка рекламы и наиболее достойных и профессиональных представителей индустрии: рекламодателей (производителей товаров и услуг), рекламодателей, рекламопроизводителей (агентств) им на защиту их интересов.

Важную работу проводит Комитет рекламных практик, обобщая опыт рекламодателей по абсолютно новым или спорным направлениям рекламной деятельности, таким как маркировка ретушированных изображений или реклама, ориентированная на детскую аудиторию. Большой общественный резонанс вызвало заседание по вопросам чистоты и правдивости экологических заявлений. Эта тема чрезвычайно актуальна в современной мировой рекламной практике. Участие в дискуссии приняли председатель Союза потребителей России, руководители федеральных экологических организаций, представители «Лиги зелёных брендов» и другие авторитетные персоны. К перспективным направлениям работы комитета относятся разработка и принятие Национального свода рекламных практик, принятие (утверждение) этических стандартов, верификация и адаптация отраслевых (секторальных) международных стандартов, формирование прецедентных

правил, разработка рекомендаций по соблюдению рекламного законодательства, разработка предложений по совершенствованию законодательства.

Самым активным рабочим органом СРО «АМИ «РС»» является Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов. В комитет входят 33 эксперта из разных регионов РФ, в т. ч. 5 докторов и 7 кандидатов наук, 5 членов различных академий [2]. Более 30-ти территориальных управлений ФАС из разных регионов РФ сотрудничают с комитетом, периодически обращаясь к экспертам со сложными вопросами. Любой потребитель может обратиться с жалобой на рекламу напрямую в комитет через онлайн-форму на сайте СРО «АМИ «РС»» или позвонив на федеральный телефонный номер 8 800 201 50 52 по которому можно получить необходимые консультации по оформлению жалобы (претензии). Ежегодно эксперты комитета рассматривают более 150 обращений, работая практически в ежедневном режиме.

Серьезным аспектом саморегулирования является работа по просвещению потребителей. Так, например, инициативном порядке, на безвозмездной основе одним из членов СРО (НКО «Северная Пальмира») разработана концепция рекламной кампании под слоганом: «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге», макеты для размещения уличной рекламы и рекламы в печатных СМИ, видеоролики для размещения на городских экранах, произведено пилотное размещение данной рекламы. Далее за счёт средств гранта Правительства Санкт-Петербурга на производство и размещение социальной рекламы проект «Мы за здоровую рекламу» был реализован вместе с проектом «Обман беззащитных – это не реклама». В результате в городе было размещено 40 плакатов формата 3х6, 30 плакатов формата 1,2х1,8 и 100 плакатов формата А2 в салонах вагонов метрополитена, а также были изготовлены три видеоролика для размещения на больших городских экранах.

Обобщая вышесказанное можно констатировать, что СРО «АМИ «РС»» как субъект саморегулирования рекламной деятельности в РФ становится реальной индустриальной площадкой по обсуждению актуальных вопросов, связанных с ответственным подходом к рекламе, добросовестным маркетинговым коммуникациям и противодействию недобросовестной конкуренции.

Список литературы

1. Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovetreklama.ru/> – [25.09.2023].
2. Дмитриева, Н. В. Этические аспекты рекламы: проблемы восприятия, оценки и регулирования / Н. В. Дмитриева, Е. А. Завьялова // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические,

социологические и экономические науки. – 2022. – Т. 7. – № 4(26). – С. 403-411.

3. Колыбанова, В. А. О саморегулировании отношений в сфере рекламы / В. А. Колыбанова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2018. – № 3. – С. 118-121.

4. Объем рынка маркетинговых коммуникаций в 2022 году [Электронный ресурс] // Ассоциация коммуникационных агентств России – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968 – [25.09.2023].

5. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Правовой сайт КонсультантПлюс – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968 – [25.09.2023].

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

ОСОБЕННОСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ¹

Последние годы все большая доля товаров, работ, услуг реализуется через цифровые платформы. В связи с этим в мировой практике идет активное развитие антимонопольного конкурентного регулирования цифровых рынков.

1 сентября 2023 года в России вступил в действие «пятый антимонопольный пакет», определяющий каналы воздействия Федеральной антимонопольной службы (ФАС) на деятельность цифровых платформ. Рассмотрим его основные положения в части влияния агрегаторов и маркетплейсов на товарные рынки. Были введены следующие одновременно существующие условия, которые запрещаются хозяйствующему субъекту, владеющему цифровой платформой, при совершении сделок между продавцами и покупателями [1]: 1) за счет сетевого эффекта осуществляется влияние на условия совершения сделок, устранение или затруднение доступа на рынок другим хозяйствующим субъектам. 2) доля сделок для определенного товарного рынка, совершаемых через платформу, более 35 %, 3) выручка платформы за последний календарный год превышает 2 млрд руб. Под сетевым эффектом понимается «свойство товарного рынка..., при котором потребительская ценность... цифровой платформы изменяется в зависимости от изменения количества» [1] продавцов и покупателей, использующих её для совершения сделок.

В настоящее время такие характеристики, по мнению ФАС, имеют Avito, Циан, Яндекс.такси и как владельцы приложений магазинов Google

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00914, <https://rscf.ru/project/22-28-00914/>

и Apple. Указанные характеристики могут не рассматриваться как нарушение антимонопольного законодательства, если владелец платформы обоснует, что за счет этого обеспечивает повышение конкурентоспособности российских товаров на мировом рынке и/или получение покупателями преимуществ, соразмерных с выгодами хозяйствующих субъектов.

Практика применения этих положений в настоящее время только нарабатывается, тем более в условиях ограничения внеплановых проверок хозяйствующих субъектов. Но востребованность таких законодательных изменений из анализа действий маркетплейсов ясно видна.

Высказываются мнения, что пятый антимонопольный пакет не дает однозначных решений для применения ранее введенных положений 135-ФЗ «О защите конкуренции» [2]. Например, в статье 5 «Доминирующее положение» приводятся и иные его критерии [3]. Не уточнены вопросы о возможности при определении товарных рынков одновременно учитывать платформенные и не платформенные организации, допустимость применения скриптов и роботов со стороны продавцов или покупателей агрегатора.

Несмотря на введение оценки доминирующего положения цифровых платформ только с осени 2023 года, в РФ существует практика решения подобных проблем. В 2020 году Комиссией ФАС по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства было принято решение по иску ООО «Стафори» о блокировании его программного обеспечения «Робот Вера» компанией ООО «Хэдхантер» при обращении к базе данных последнего [4]. Пользователям предлагалось применять иную программу – «Виртуальный рекрутер». В ходе проведенного ФАС анализа было выявлено, что аналогичные ограничения используют работающие на товарном рынке по подбору кадров ООО «Суперджоб» и ООО «РДВ-Софт». ФАС было обосновано, что указанные три фирмы заняли коллективное доминирующее положение на рынке подбора персонала. При расчетах учитывались не платформенные поставщики услуг рекрутмента - печатные и телевизионные СМИ. В возражениях ООО «Хэдхантер» указывалось, что ФАС незаконно применило для принятия своего решения понятие «сетевой эффект», использованный компанией в проспекте ценных бумаг для привлечения потенциальных инвесторов. В антимонопольном законодательстве на тот период это понятие отсутствовало. Но, исходя из того, что оно уже широко используется в антимонопольном законодательстве других стран, Комиссия ФАС посчитала учет « сетевого эффекта» допустимым. По итогам рассмотрения иска ООО «Хэдхантер» было выдано предписание о нарушении антимонопольного законодательства.

В тоже время практика функционирования цифровых платформ позволяет говорить о том, что их доминирующее положение не ограничивается только конкретным товарным рынком. Чем более разнообразные работы, товары, услуги предлагаются маркетплейсом, тем менее существенным становится на каком именно рынке они предлагаются. Так, за первое полугодие 2023 года в ФАС поступило более 360 обращений о нарушениях конкуренции цифровыми платформами. У маркетплейсов жалобы связаны

с односторонними изменениями и расторжениями договоров, введением новых штрафов, среди агрегаторов – высокие комиссионные.

В сети Интернет приводится еще более широкий спектр проблем, существующих между продавцами и покупателями маркетплейсов, с одной стороны, и самими цифровыми платформами, с другой. В первом полугодии 2023 года прошла волна протестов продавцов пунктов выдачи заказов (ПВЗ) Wildberries, которым из-за односторонне измененных договоров, ввели штрафы за возврат бракованных или не соответствующих заказанному товаров, что привело к резкому сокращению их заработных плат. Проблемы продавцов были связаны с начислением штрафов при рекламе товаров во внешних каналах, например, Telegram, у блогеров. Такая внешняя реклама была воспринята в рамках управления маркетплейсом как самовыкуп, которым правилами Wildberries заниматься нельзя и рассматривается как запрещенный способ получить рекламные места на 1-й странице платформы. Одному из продавцов был начислен за самовыкуп штраф в размере 658 тыс руб. Минпромторг, взявший ситуацию под контроль, получил 110 обращений от 66 поставщиков, согласно которым общий размер ущерба поставщиков составил 117 млн руб. Скандал у маркетплейса сложился и с покупателями, которых обязали платить деньги за возврат некачественных товаров.

Госдума, Минтруда, Генпрокуратура, ФАС, Минпромторг предприняли действия для стабилизации ситуации [5]. Была сформирована Комиссия Минпромторга, которая вынесла решение о создании условий саморегулирования электронной торговли путем разработки стандартов. Так для гармонизации взаимоотношений с ПВЗ введен срок уведомления об изменении оферты, запрет введения штрафов задним числом. В качестве исключительной меры была озвучена возможность введения госрегулирования маркетплейсов.

Сопоставление дела ООО «Хэдхантер» [4] и решения вопросов о гармонизации ситуации с Wildberries показывает, что сама методика оценки доминирующего положения на товарных рынках требует дальнейшего развития. В настоящее время согласно [3] под товарным рынком понимается «сфера обращения товара..., в границах которой ... приобретатель может приобрести товар», а за этими границами такая возможность отсутствует. Как видим, практика по оценке доминирующего положения, использованная в [4], не позволяет защитить интересы однородных групп субъектов, работающих на маркетплейсах, так как они представляют разные товарные рынки, но в тоже время выполняют одинаковые роли по взаимоотношениям с Wildberries (покупателя, продавца, логистика). Для решения этой проблемы в [6] предлагается использовать такие показатели для определения доминирующего положения как число и динамика контрагентов цифровой платформы, количество посещений платформы и совершаемых сделок, владение уникальной технологией, наборы анализируемых данных и предоставляемые на их основе услуги. Эти показатели позволяют учесть злоупотребления, которые были ранее ФАС пресечены в

делах Booking.com за навязывание отелям цен и Яндекса за продвижение при предоставлении поисковых услуг в первую очередь ссылок на собственные сервисы. Предлагаемые изменения позволят гармонизировать экономическое поведение и нивелировать социально-экономические риски, возникающие при функционировании цифровых платформ [7].

Проведенный анализ позволяет говорить о необходимости совершенствования методики оценки доминирующего положения, усиливая значимость сетевого эффекта при принятии решений о степени монополизации рынка той или иной цифровой платформой.

Список литературы

1. О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции». № 301-ФЗ от 10.07.2023 [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс».
2. Бузин М. Регулирование цифровых платформ: анализ пятого «анти-монопольного пакета». [Электронный ресурс] // Адвокатская газета. Орган Федеральной палаты адвокатов РФ. – Режим доступа: <https://www.advgazeta.ru/mneniya/regulirovanie-tsifrovyykh-platform-analiz-pyatogo-antimonopolnogo-paketa/> – [30.09.23].
3. О защите конкуренции. № 125-ФЗ от 26 июля 2006 года (с изм. и доп.) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс».
4. Решение № АГ/4087/20. Решение по делу № 11/01/10-9/2019 (хх) от 23.01.2020 [Электронный ресурс] // ФАС.База решений и правовых актов. – Режим доступа: <https://br.fas.gov.ru//ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8e4961ce-3f9c-4b37-9f4b-b2804deec88/> - [30.09.23].
5. Романова Т. Действовать по стандарту: Минпромторг отрегулирует работу маркетплейсов [Электронный ресурс] // Forbes – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/492139-dejstvovat-po-standartu-minpromtorg-otreguliruet-rabotu-marketplejsov> - [30.09.23].
6. Обзор «Конкурентное (антимонопольное) регулирование на цифровых рынках». Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 25 мая 2021г. № 9 [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия – Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/21rk0009/> - [30.09.23].
7. Золотухин М.В., Михайлов В.Г. Цифровизация экономики: проблемы, тенденции и перспективы // Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ / Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф.Горбачева. Т.5. – Кемерово, Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф.Горбачева, 2023. – С.420-425.

Абдукаюмов Абдухамид Абдухасим угли, студент гр. ФКмоз-221
Научный руководитель – Лубкова Эльмира Миннулловна,
д.э.н., профессор
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ООО «ЯНДЕКС»

Банкротством является признанная арбитражным судом неплатежеспособность должника, при которой его имущества недостаточно для удовлетворения требований кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнения обязанностей по уплате обязательных платежей. Результатом банкротства является принудительное прекращение хозяйственной деятельности [1].

Существуют следующие методы оценки вероятности банкротства:

1. Двухфакторная модель Альтмана.

Данный метод наиболее распространен и широко используется как в России. Двухфакторная модель прогнозирования вероятности несостоятельности (банкротства) Альтмана основана на определении влияния таких факторов, как коэффициент текущей ликвидности и удельный вес заемных средств в пассиве баланса компании. Оценка вероятности банкротства с использованием двухфакторной модели Альтмана производится на основании применения следующей формулы расчета:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 * K_t + 0,579 * (ЗК/П) \quad (1)$$

где, K_t – коэффициент текущей ликвидности; $ЗК$ – заемный капитал компании; $П$ – пассивы бухгалтерского баланса.

Нормативное значение коэффициента $Z \leq 0$, а при $Z > 0$ вероятность возникновения риска банкротства является высокой.

Точность прогноза в этой модели на горизонте одного года составляет 95%, на два года – 83%, что является ее плюсом. Естественно, минус данной модели заключается в ее применении только для тех компаний, акции которых размещены на фондовом рынке [2].

2. Модель Спрингдейла.

Гордоном Спрингдейлом (Gordon LV Springate) в 1978 году, на основании модели Альтмана и пошагового анализа была разработана модель прогнозирования вероятности банкротства предприятия.

В процессе разработки модели из 19 финансовых коэффициентов, Г. Спрингдейлом было отобрано четыре коэффициента с помощью которых была построена модель Спрингдейла. Оценка вероятности банкротства по данной модели производится по формуле:

$$Z = 1,03X_1 + 3,07X_2 + 0,66X_3 + 0,4X_4 \quad (2)$$

где, X_1 – Оборотный капитал / Баланс; X_2 – (Прибыль до налогообложения + Проценты к уплате) / Баланс; X_3 – Прибыль до налогообложения / Краткосрочные обязательства; X_4 – Выручка (нетто) от реализации / Баланс.

При Z меньше 0,862 компания является потенциальным банкротом [3].

3. Модель Лиса.

Модель Лиса, разработанная в 1972 году для предприятий Британии, имеет следующий вид:

$$Z = 0.063X_1 + 0.092X_2 + 0.057X_3 + 0.001X_4 \quad (3)$$

где X_1 – Оборотный капитал/ Сумма активов; X_2 – Прибыль от реализации/ Сумма активов; X_3 – Нераспределенная прибыль/ Сумма активов; X_4 – Собственный капитал/ Заемный капитал

В случае если Z меньше 0,037 – вероятность банкротства высокая; Z больше 0,037 – вероятность банкротства невелика [4].

4. Модель Сайфуллина-Кадыкова.

Это модель прогнозирования риска банкротства, которая может применяться для всех предприятий. Формула расчета:

$$R = 2*K_1 + 0,1*K_2 + 0,08*K_3 + 0,45*K_4 + K_5 \quad (4)$$

где K_1 – коэффициент обеспеченности собственными средствами; K_2 – коэффициент текущей ликвидности; K_3 – коэффициент оборачиваемости активов; K_4 – коммерческая маржа (рентабельность реализации продукции); K_5 – рентабельность собственного капитала.

Если значение итогового показателя R меньше 1 вероятность банкротства предприятия высокая, если R больше 1, то вероятность низкая.

Плюсы данной модели:

- простота и понятность данной модели;
- применение для любой отрасли, адаптация к российским условиям;
- относительно высокая точность.

5. Иркутская модель.

Четырехфакторная модель R , предложенная учеными иркутской академии, выглядит следующим образом:

$$R = 8.38*K_1 + K_2 + 0.054*K_3 + 0.63*K_4 \quad (5)$$

где K_1 – Оборотные активы/ Общие активы; K_2 – Чистая прибыль отчетного периода/ Собственный капитал; K_3 – Выручка от продажи/ Общие активы; K_4 – Чистая прибыль отчетного периода/ Операционные расходы (себестоимость проданных товаров, коммерческие расходы, управленческие расходы)

Вероятность банкротства организации в соответствии со значением модели R определяется следующим образом:

- значение R менее 0, вероятность банкротства максимальная (90%-100%);
- 0-0,18, вероятность банкротства высокая (60-80%);
- 0,18-0,32, вероятность банкротства средняя (35-50%);
- 0,32-0,42, вероятность банкротства низкая (15-20%);
- более 0,42, вероятность минимальная (до 10%).

На основе представленных методик проведена оценка вероятности банкротства ООО « Яндекс» [5].

1. Двухфакторная модель Альтмана.

$$Z = -0,3877 - 1,0736 * 0,65 + 0,579 * 0,3 \quad (6)$$

$$Z = - 0,91$$

Вероятности банкротства нет.

2. Модель Спрингдейла.

$$Z = 1,03*0,64 + 3,07*0,1 + 0,66*0,34 + 0,4*1,11 \quad (7)$$

$$Z = 1,63$$

Компания не является потенциальным банкротом.

3. Модель Лиса.

$$Z = 0.063*0,64 + 0.092*0,001 + 0.057*0,066 + 0.001*2,44 \quad (8)$$

$$Z = 0,046$$

Риск банкротства незначительный.

4. Модель Сайфуллина-Кадыкова

$$R = 2*0,54 + 0,1*0,65 + 0,08*1,11 + 0,45*0,14 + 0,09 \quad (9)$$

$$R = 1,38$$

Вероятность банкротства низкая.

5. Иркутская модель

$$R = 8,38 * 0,64 + 0,09 + 0,054 * 1,11 + 0,63 * 0,084 \quad (10)$$

$$R = 5,57$$

Вероятность банкротства минимальная (до 10 %).

Таким образом, на основе проведенного анализа деятельности ООО «Яндекс» можно сделать вывод, что в краткосрочном периоде у организации минимальный риск наступления банкротства.

Список литературы

1. Анализ банкротства предприятия: методы и модели оценки – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rinf.ru/zashhita-pravpotrebitelej/analiz-bankrotstva-predpriyatiya-metody-i-modeli-otsenki.html> (дата обращения: 25.09.2023).
2. Матвеева, Д. Д. Анализ признаков банкротства по абсолютным данным бухгалтерской отчетности / Д. Д. Матвеева // Молодой ученый. – 2014. – № 6 (65). – С. 455-457.
3. Григорьева, Е. А. Краткая характеристика возникновения и развития методологии анализа угрозы банкротства хозяйствующих субъектов в России и за рубежом / Е. А. Григорьева. – Текст: непосредственный // Экономика, управление, финансы : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь : Зебра, 2015. – С. 118-121.
4. Гибизов, Н. Г. Сравнительная характеристика методов определения риска банкротства предприятия. Агрегирование полученных данных с помощью модели нечетких множеств. / Н. Г. Гибизов // Молодой ученый. – 2012. – № 5 (40). – С. 141-144.
5. Отчетность ООО «Яндекс» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2021/7730565447> (дата обращения: 14.09.2023).

Антонова Ольга Ивановна, студент гр. ЭУб-201

Цуканова Влада Юрьевна, студент гр. ЭБбтс-221

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

ПРЕСЕЧЕНИЕ АНТИКОНКУРЕНТНЫХ СОГЛАШЕНИЙ КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Принятие антиконкурентных соглашений и выполнение согласованные действия в настоящее время представляют собой одну из серьезных опасностей для сохранения экономической безопасности страны, причиняя существенный ущерб ее бюджетной системе и дестабилизируя социальную обстановку. Антиконкурентные соглашения нарушают не только базу рыночной экономики – конкуренцию между продавцами, а также содержат в

себе коррупционные признаки. Во многих случаях такие соглашения принимаются в стратегически важных экономических секторах [1-4].

По экспертным оценкам, урон, наносимый картельными соглашениями, только в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд ежегодно составляет до 2 % ВВП, средняя величина его в пересчете на начальную цену контракта измеряется уже 20-22 %, а в абсолютном выражении – сотни миллиардов рублей каждый год [1]. В сложившихся условиях организация конкурентных процедур на электронных площадках с использованием требований Закона № 44-ФЗ о прозрачности и публичности дает возможности государственных и муниципальных заказчиков заключать сделки купли-продажи на выгодных условиях, что положительно воздействует на экономическое развитие. То есть реализация конкурентных процедур осуществляется не только в целях максимального удовлетворения нужд покупателей на торгах, но и для повышения эффективности использования государственных средств. Однако достижению данных целей мешает участие в процедурах участников картельных соглашений.

Картельные соглашения, заключаемые участниками торгов, представляют собой одну из самых распространенных форм сговора и серьезнейший и уголовно наказуемый вид нарушения антимонопольного законодательства. Принимая во внимание суммы получаемых участниками картелей дохода и значительную долю государственных закупок, данный сектор экономики имеет приоритетное значение для внимания антимонопольных органов.

В рамках обнаружения и пресечения нарушений антимонопольного законодательства ФАС России в 2022 году открыла 305 дел об антиконкурентных соглашениях в 55 субъектов Российской Федерации в отношении 281 покупателя и 31 заказчика, которыми было заключено 2799 контрактов общей суммой 66,6 млрд рублей [1]. Антилидерами по числу нарушений являются рынки ремонта и строительства, в том числе автодорог, поставки медицинских изделий, пищевых продуктов и организации социального питания, а также продажа недвижимости.

В последние годы происходит снижение числа нарушений антимонопольного законодательства, связанных как с заключением картельных соглашений, что говорит об эффективности работы УФАС и её территориальных подразделений в следующих сферах:

- обеспечение информационных условий для публичности итогов деятельности антимонопольных служб и формирования в обществе отрицательного отношения к картелизации;
- реализация положений антимонопольного комплаенса;
- реализации мер межведомственной правительственной программы обнаружения и пресечения картельных и других ограничивающих конкуренцию соглашений, в рамках которой проводятся профилактические мероприятия по выявлению нарушений, повышению эффективности взаимодействия и качественных показателей открываемых дел в данной сфере.

Большое значение для повышения эффективности реализации программы имеет цифровизация механизма обнаружения и доказательства картелей на торгах, которая выделена в одно из приоритетных направлений деятельности антимонопольных органов. Практический опыт обнаружения картельных соглашений на торгах свидетельствует о повышении значения информационных систем, цифровых инструментов и данных, содержащей цифровые «следы», что применяется для доказательств ограничивающих конкуренцию сговоров.

В настоящее время антимонопольные органы всех государств выходят на новый этап противодействия картелям, привлекая к этой борьбе лучших ИТ-специалистов, принимая правительственные программы, дающие им возможность максимально эффективно противодействовать картелизации. Лидерами в данном направлении являются такие страны, как Бразилия, ЮАР, Южная Корея и Мексика.

Антимонопольные органы России в целях повышения эффективности антикартельной кампании одни из первых сформировали и эффективно внедрились и совершенствуют автоматизированную информационную систему «Антикартель», в которой выполняется комплексная оценка данных с выявлением признаков заключения картельных соглашений на закупочных процедурах и аффилиации участниками госзакупок.

Проект по совершенствованию «Антикартеля» является новой стадией ее развития и предполагает, ежедневное автоматическое сканирование показателей Единой информационной с использованием искусственного интеллекта, сбор статистики об угрозах и нарушениях в разрезе субъектов РФ, отраслей экономики и заказчиков с последующим отображением на интерактивной карте. Проект призван автоматизировать процесса сбора информации о картельных соглашениях и оперативном обнаружении показателей повышенного риска их реализации.

Например, в октябре 2022 года антимонопольными органами выявлено картельное соглашение 5 продавцов оборудования для оснащения строительства железных дорог. Это удалось сделать благодаря возможностям системы по анализу процедур по развитию железнодорожной инфраструктуры, по результатам которого было обнаружены факты использования участниками торгов электронной почты, привязанной к номерам телефонов конкурирующих участников. Определенный таким образом список торгов с показателями сговора и возможными его участникам стал основанием для назначения внеплановые выездных проверок в их отношении и взаимодействия с правоохранительными органами, это дало возможность обнаружить совокупность доказательств существования картеля.

В целях антимонопольной широко применяются данных государственной информационной системы «Независимый регистратор» и мониторинговой системы «Маркер», с их помощью УФАС России обнаруживают связи между организациями, анализируют факты их участия в торгах, обнаруживают паттерны в поведении. Кроме того, чтобы получить ранее удаленную новостную информацию с официального сайта и установить

дату ее размещения в Интернете, УФАС России применяет специализированные сервисы просмотра архивных версий веб-страниц.

Список литературы

1. Доклад УФАС РФ о состоянии конкуренции в РФ за 2022 год. URL: https://fas.gov.ru/documents/type_of_documents/documenty_doklady (Дата обращения: 07.10.2023).
2. Понкратова, Т. А. Статистика / Т. А. Понкратова, Т. А. Тюленева: Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. – 118 с.
3. Тюленева, Т. А. Управленческий учет в системе управления коммерческой организации / Т. А. Тюленева, М. Б. Молдажанов. – Семей : Издательская компания «Zhardem», 2021. – 134 с.
4. Тюленева, Т. А. Формирование системы управленческого учета на промышленных предприятиях / Т. А. Тюленева. – Москва : Издательство «Русайнс», 2016. – 148 с.

Арешонкина Вероника Александровна, студент гр. ЭУб-201

Штерн Алексей Константинович, студент гр. ЭБбтс-221

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

ВЛИЯНИЕ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА НА ЭКОНОМИКУ И КОНКУРЕНЦИЮ

Одним из инструментов Правительства РФ по повышению стабильности экономики в 2022 - 2023 гг. стало принятие нормативных актов в отношении вывода некоторых товаров из сферы действия гражданского законодательства о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Речь идет о параллельном импорте, то есть ввозе товара без получения одобрения на эту сделку от его правообладателя.

С помощью этого инструмента законодатели обеспечили защиту экономических интересов страны, а также насыщение внутреннего рынка оригинальными товарами на фоне сдерживания ценового роста на реализуемые товары.

Сделки по ввозу товаров с иностранной маркировкой регламентируются нормами Гражданского кодекса Российской Федерации и международным нормативным актом – Договором о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014. В соответствии с последним, до марта 2022 года импорт в ЕАЭС выполнялся только правообладателями товарных знаков либо с их разрешения [2]. Правообладатели устанавливали ассортиментный перечень и ценовую политику, могли ограничивать покупку своих товаров у

дилеров за рубежом для ввоза в Россию [2, 3]. К экономическим угрозам такого правового режима можно причислить, во-первых, монополизация импорта со стороны иностранных правообладателей, во-вторых, необходимость для потребителя покупать товары исключительно по расценкам, установленным официальным поставщиком, в-третьих, свободу выбора правообладателем ассортимента для определенной страны покупателя.

Положительное влияние параллельного импорта на конкуренцию выражается в снижении степени влияния правообладателя на ассортимент, цены, а также обеспечение возможностей для развития малого и среднего предпринимательства и создания новых рабочих мест.

В настоящее время высокими темпами развивается программа импортозамещения по отраслям экономики в целях обеспечения устойчивого экономического суверенитета с минимизацией влияния внешних условий. Большие успехи с 2022 года достигнуты в энергетике, военно-промышленном комплексе, авиа- и судостроении, производстве пищевых продуктов [3], минеральных удобрений. Но в отраслях с низкой долей импортозамещения все еще сохраняется потребность в иностранных товарах. Параллельный импорт востребован как действенный инструмент поддержки определенных рыночных игроков, удовлетворяя потребности экономики в зарубежных товарах.

Таблица 1 – Сравнительный анализ понятий контрафакта и параллельного импорта

| | Контрафакт | Параллельный импорт |
|--|--|--|
| Определение | Подделка известных брендов | Оригинальный товар |
| Легитимность ввоза | Не легитимно | Легитимно для отдельных товарных групп |
| Необходимость согласия правообладателя на импорт | Импорт запрещен | Импорт разрешен для групп товаров перечня Минпромторга |
| Санкции за импорт | Конфискация контрафакта, штраф от 100000 до 5000000 рублей с возмещением убытков | Ответственность не предусмотрена |

Также государствами-членами ЕАЭС в целях повышения их макроэкономической устойчивости установлена возможность исключений из регионального принципа исчерпания права на товарный знак по отдельным товарам. Такое право сейчас введено для более сорока товарных групп. Минимальные запреты установлены в отношении предметов одежды, обуви, а максимальные по косметическим или туалетным средствам, оборудованию и механическим устройствам и средствам наземного транспорта.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки параллельного импорта [4]

| Преимущества | Недостатки |
|--|---|
| Расширение ассортимента, возвращение в РФ ушедших брендов | Снижение качества продукции, ввоз фальсификата в связи с закупкой не у официальных дилеров |
| Снижение цен под влиянием конкуренции – у покупателей появляется больше свободы выбора в связи с тем, что возрастает число продавцов | Спад внутреннего производства товаров в связи с расширением возможностей их приобретения по импорту на более дешевых условиях |
| Возможность обхода санкции, связанных с торговыми ограничениями | Отсутствие гарантийного и сервисного обслуживания у брендовых сервисных организаций, как следствие – снижение его качества |
| Уменьшение монополий на рынке в связи с появлением большего числа неофициальных дилеров и перепродавцов | |

Члены Ассоциации компаний Интернет-торговли, в которую входят участники с суммарной долей рынка более 70 %, отмечают, что инструмент параллельного импорта обеспечил им возможность избежать покупки контрафактных товаров по завышенным расценкам, исключить угрозу дефицита товаров и поддержать конкуренцию [1]. По вышеуказанным товарам с минимальными ограничениями для параллельного импорта продажи товарных групп с высоким удельным весом зарубежных продавцов только в апреле-августе 2022 г. не смогли достигнуть уровня прошлого года. На отдельных торговых площадках произошло даже существенное увеличение продаж, сопровождавшееся снижением цен на 7-50 % [1]. При этом нужно отметить, что введение параллельного импорта ни в коем случае не отменяет действие норм гражданского законодательства на товары, обращающиеся на внутреннем рынке с точки зрения их безопасности, в том числе посредством применения к ним процедуры сертификации.

Список литературы

1. Доклад УФАС РФ о состоянии конкуренции в РФ за 2022 год. URL: https://fas.gov.ru/documents/type_of_documents/documenty_doklady (Дата обращения: 07.10.2023).
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. Тюленева, Т. А. Перспективы применения технологии *carpkold* в общественном питании России / Т. А. Тюленева // Актуальные направления научных исследований: технологии, качество и безопасность : сборник материалов Национальной (Всероссийской) конференции, Кемерово, 25–27 мая 2020 года / под общ. ред. А. Ю. Просекова. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. – С. 56-57.

4. Как работает параллельный импорт в России в 2023 году. URL: <https://okocrm.com/blog/parallelnyj-import-v-rossii/> (Дата обращения: 07.10.2023).

Баландин Антон Николаевич, Кабанов Андрей Станиславович,
студенты гр. ССб-201.

Научный руководитель – Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ И УСТРАНЕНИЮ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция является неотъемлемой частью современного капиталистического мира. Конкуренция рассматривается как борьба между участниками рынка за получение более выгодных в сравнении с другими субъектами экономической деятельности условий приобретения ресурсов и продажи товаров в целях максимизации получаемой компанией прибыли, обеспечивающая действие механизма рыночного ценообразования. Тема конкуренции стала актуальна с приходом капитализма, так как она стала выпускать в качестве регулятора общественного и индивидуального производства.

В социальном аспекте конкуренция также играет огромную роль, при помощи нее осваиваются все новые достижения, в условиях существующего рыночного капитализма XXI века. Обратной стороной выступает недобросовестная конкуренция, которая приводит к дезинформации потребителя, дискредитации фирм, которые производят качественный товар или оказывают услуги. Недобросовестная конкуренция - негативное явление на рынке, которое может привести к искажению условий конкуренции и нанести ущерб бизнесу и потребителям [2].

Все чаще организации прибегают к разным способам недобросовестной конкуренции для улучшения своего положения, однако тем самым они вредят не только конкурентам и обманутым потребителям, но и самим себе, когда дело доходит до судебных разбирательств. Рассмотрим примеры недобросовестной конкуренции и то, как с ней бороться [1].

1. Злоупотребление правом на товарные знаки. В данном случае недобросовестная конкуренция заключается в том, что правообладатель занимается регистрацией товарных знаков не ради ведения предпринимательской деятельности, а для запрета на использование его другим производителем или же с целью рейдерства с последующим вымогательством денег.

В 2001 г. издательство ООО «Астрель» зарегистрировало товарный знак, а в 2013г. выдвинуло иск на организацию ООО «АСТ-ПРЕСС КНИГА» о взыскании компенсации за использование товарного знака. Руководство ООО «АСТ-ПРЕСС КНИГА» обратилось в ФАС. ФАС вынесла вердикт, что данное обозначение использовалось многими

хозяйствующими субъектами еще до регистрации данного товарного знака.

2. Незаконное использование товарного знака. Проявляется в том, что компании, ведущие хозяйственную деятельность в одной отрасли, используют сходную с товарным знаком или фирменным наименованием другой компании, продукция которой пользуется большим спросом.

ЗАО «Ренна-Холдинг», которая владеет товарным знаком «Коровка из Кореновки» подало в суд иск против компании «Кубанская коровка», производившей продукцию с аналогичной маркировкой. Суд обязал выплатить 114 млн. руб. компенсации в пользу правообладателя. Размер компенсации по этому делу является одним из самых крупных в истории судебной практики РФ [5].

3. Имитация внешнего вида и упаковки. Представляет из себя копирование внешнего вида товара, упаковки, этикетки и/или фирменного стиля.

В 2003 г. Роспатентом был зарегистрирован товарный знак «Profoam» корейской компании «Кангару Ко», которая занимается производством автохимии и бытовых товаров. Позже на рынке появилась другая компания, зарегистрировавшая товарный знак «Profitom», которая схожа по упаковке и этикетке с товарным знаком, зарегистрированным компанией «Кангару Ко». «Profitom» пользовалась узнаваемостью «Profoam», что позволяло не тратить финансы на рекламную деятельность. Впоследствии регистрация товарного знака «Profitom» была оспорена и признана судом не действительной.

4. Дискредитацией является распространение недостоверной информации о конкуренте, ложные сведения о предоставляемых им услугах или продукции, качества, места изготовления и прочих показателей. Такие действия вводят в заблуждение потребителей и идет вразрез со статьей 14.3 закона «О защите конкуренции».

Примером таких действий может быть слоган компании ООО «Фабрика Уральские пельмени» – «Мясо вместо бульона внутри», который стал ответным действием на надпись на упаковке пельменей компании ЗАО «Мясная галерея», который гласил: «Бульон внутри». Пельмени «мясной галереи» пользовались популярностью у потребителей, в свою очередь конкуренты решили выставить в дурном свете качество этой продукции, что было расценено Управлением Федеральной антимонопольной службой как дискредитация конкурента.

5. Введение потребителя в заблуждение. Распространение недостоверной информации о качестве, месте изготовления и прочих характеристиках собственной продукции или услуг. Введения потребителя в заблуждение регулирует статья 14.2 закона «О защите конкуренции».

Так, например, Федеральная антимонопольная служба предъявила штраф в размере 50 тысяч рублей организации ООО «Апрель-Кавказ» за использование названия «Аптечный склад» для своих филиалов. Такое

название дает ложное представление о том, что продукция реализуется со склада по более низкой цене, что не является истиной.

Во избежание угрозы последствий недобросовестной конкуренции следует заранее регистрировать товарные знаки, внешний вид упаковки товара, название организации, именно в том виде, в котором они используются, чтобы обезопасить компанию. Необходимо регулярно осуществлять мониторинг нарушения собственных прав, по факту нарушения обращаться к патентному поверенному для установления правонарушения и последующего заявления в ФАС или судебные органы [3].

Недобросовестная конкуренция является серьезной проблемой на рынке, даже несмотря на уже существующие методы борьбы с ней. Для уменьшения ущерба от недобросовестной конкуренции были разработаны следующие инновационные методы:

1. Развитие этического бизнеса. Предприятия могут сосредоточиться на развитии этического бизнеса, основанного на принципах честности, прозрачности и устойчивого развития. Создание этического кодекса и строгих правил поведения может помочь предотвратить недобросовестные практики и предупредить нарушения.

2. Вовлечение потребителей. Предоставление потребителям информации о недобросовестных практиках конкурентов поможет им принимать осознанные решения о покупке товаров или услуг. Например, представление на упаковке товаров значка или лейбла, указывающего, что предприятие следует этическим стандартам, может помочь потребителям сделать осознанный выбор.

3. Усиление мониторинга и координации. Государственные органы и отраслевые ассоциации могут разработать более эффективные системы мониторинга и координации для обнаружения и пресечения недобросовестных практик. Это может включать обмен информацией между участниками рынка, создание базы данных о нарушителях и установление сотрудничества с правоохранительными органами.

4. Применение технологий и аналитики данных. Использование современных технологий, таких как искусственный интеллект и аналитика данных, может помочь выявить недобросовестные практики, анализировать рыночные тренды и принимать предупредительные меры. Автоматизация процессов мониторинга позволяет оперативно реагировать на нарушения и принимать меры к их пресечению.

5. Продвижение образования и осведомленности. Организация просветительских программ и образовательных мероприятий помогает повысить осведомленность предпринимателей и потребителей о различных формах недобросовестной конкуренции. Образование о правилах конкуренции и этических стандартах бизнеса может способствовать формированию ответственного и сознательного поведения на рынке.

6. Поддержка и сотрудничество с теми, кто претерпел ущерб. Предприятия, страдающие от недобросовестной конкуренции, могут объединяться и сотрудничать в борьбе с этим явлением. Поддержка отраслевых ассоциаций, правительственных органов и других заинтересованных сторон может привести к разработке эффективных стратегий и мер, направленных на предотвращение недобросовестных практик и защиту интересов предпринимателей.

Учитывая все вышеперечисленное, можно сделать вывод: существует множество инструментов недобросовестной конкуренции, которые сводят на нет все плюсы конкуренции, как регулятора современной экономической системы, возможность выбора для потребителей, совершенствование продукта, развитие передовых технологий. Однако у нынешних законопроектов есть потенциал развития для пресечения мер недобросовестной конкуренции [4].

Список литературы

1. Кудрявцев, К. А. Государственное регулирование защиты конкуренции на товарных рынках: учебное пособие / К. А. Кудрявцев; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 58 с.
2. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности: учебное пособие / Т. В. Матвеева, В. В. Криворотов, Н. В. Машкова, П. П. Корсунов; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. – 155 с.
3. Предпринимательское право: учебник / А. В. Асташкина, А. В. Барков, Ф. О. Вертлиб [и др.] ; под науч. ред. Н. Д. Эриашвили, Р. А. Курбанова ; под общ. ред. Т. В. Дерюгиной, А. В. Туманова. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва :Юнити-Дана : Закон и право, 2023. – 480 с.
4. Управление инвестиционным потенциалом развития города: монография / В.В. Герасимов, А.П. Пичугин, Б.С. Сивирин, А.Н. Малюгин. – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2012. – 254 с.
5. Чернышов, А.В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А.В. Чернышов, А.Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-прак. 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>.

Бешенева Александра Александровна, магистрант
Научный руководитель – Кузнецова Инна Геннадьевна, д.э.н., профессор
(СГУПС, г. Новосибирск)

РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОБОСНОВАНИЮ И ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОЕКТА

В работе рассмотрена методика оценки инвестиционного потенциала проекта, который направлен на присоединение железнодорожных путей необщего пользования к инфраструктуре Западно-Сибирской железной дороги. Основной задачей исследования явилась разработка конкретных практических рекомендаций по обоснованию и оценке инвестиционного потенциала проекта.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, инвестиции, строительство, финансы, проектное финансирование.

Создание и развитие жизненно-необходимой инфраструктуры железнодорожного транспорта на обширных территориях страны является одним из основных направлений для развития социальной и экономической сферы России, поскольку железнодорожная сеть является одним из важнейших видов связи между территориальными объектами, от развития которого будет зависеть и развитие социально-экономического потенциала регионов. При этом развитая железнодорожная инфраструктура имеет огромное политическое значение, поскольку может послужить в качестве решения военно-стратегических задач [2].

Целью работы является разработка практических рекомендаций по обоснованию и оценке инвестиционного потенциала проекта.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи:

- определить основные характеристики инвестиционного проекта «Развитие железнодорожного пути необщего пользования, примыкающего к инфраструктуре ОАО «РЖД» на станции N Западно-Сибирской железной дороги»;
- обосновать необходимость реализации рассматриваемого инвестиционного проекта;
- провести оценку экономической эффективности реализации проекта.

Объект исследования – организационно-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инвестиционного проекта.

Предмет исследования – факторы, влияющие на необходимость реализации инвестиционного проекта, направленного на присоединение железнодорожного пути необщего пользования к инфраструктуре Западно-Сибирской железной дороги.

Объект наблюдения – сторонний инвестор, а также ОАО «Российские железные дороги».

Всемирная пандемия коронавируса в период с 2020 по 2022 гг. вынудила большинство стран ввести карантинные ограничения. Прежде всего, ограничения коснулись передвижений, как внутри страны, так и за её пределы, что, соответственно, привело к сокращению общих объемов перевозок. Все же, следует отметить и положительные моменты, наступившие в период пандемии, такие как расширение направлений для транспортно-логистического бизнеса [3].

Даже в сложных ситуациях, таких как сокращение объемов пассажирских перевозок и закрытие промышленных предприятий, возникает необходимость выживания в сложных ситуациях и не предотвращение риска прекращения их деятельности, в том числе в сфере стратегически важных направлений. При этом большинство компаний осуществляет достаточно высокие расходы, в том числе привлекая при этом кредитные ресурсы в ремонт, совершенствование существующих и создание новых технологий в свою производственно-хозяйственную деятельность. Это позволяет сохранить имеющуюся цепочку поставок, а при умелой организации логистических направлений, уменьшает время их осуществления, что отражается на укреплении экономических позиций предпринимателей [1].

Инвестиционный проект «Развитие железнодорожного пути необщего пользования, примыкающего к инфраструктуре ОАО «РЖД» на станции N Западно-Сибирской железной дороги» направлен на присоединение железнодорожных путей необщего пользования к инфраструктуре Западно-Сибирской железной дороги. Инициатором инвестиций является Предприятие «Z», которое отличается стремлением к экономической эффективности и прогрессу в своей предпринимательской деятельности.

При инвестиционной стоимости в объеме 20,5 млн руб. (без учета НДС) и сроке реализации в 3 года этот проект предлагает несколько потенциальных преимуществ. Расширяя существующую сеть, проект обещает способствовать расширению торговли, ускорению регионального развития и экономическому росту. Он предвещает новую эру коммуникаций, предлагая эффективную и надежную транспортную систему, которая обеспечит социально-экономическое развитие региона.

Успех инвестиционного проекта зависит от фундаментального понимания того, что клиенты жизненно важны для финансовой устойчивости ОАО «РЖД». Без постоянного притока клиентов не будет генерироваться доход, который должен составлять до 5 млн т в год. В связи с чем, оценка данного проекта вращается вокруг прогнозируемой прибыли, которую он принесет компании. Более того, привлечение инвесторов не только укрепляет финансовый аспект, но и способствует обновлению инфраструктуры ОАО «РЖД», что соответствует одной из ключевых задач инвестиционного проекта.

Таким образом, целью данного инвестиционного проекта является обеспечение грузооборота в объеме до 5 млн т в год в точке присоединения пути необщего пользования к инфраструктуре ОАО «РЖД» на станции

Н. На рисунке 1 представлена структура планируемого ежегодного грузооборота в зависимости от станции назначения.



Рисунок 1 – Структура планируемого ежегодного грузооборота в зависимости от станции назначения, %

Анализируя экономическую эффективность инвестиционного проекта, заинтересованные стороны могут получить представление о потенциальной отдаче, рисках и долгосрочной устойчивости проекта, а также рассмотреть более широкие социально-экономические последствия.

Рассматриваемый инвестиционный проект «Развитие железнодорожного пути необщего пользования, примыкающего к инфраструктуре ОАО «РЖД» на станции N Западно-Сибирской железной дороги» рассчитывается и оценивается Департаментом инвестиций ОАО «РЖД» на основании принятого им горизонта планирования, равным 15 лет (2022 – 2036 гг.), с учетом продолжительности инвестиционной фазы проекта и ожидаемого средневзвешенного срока полезного использования создаваемых и приобретаемых основных средств.

Для оценки экономической эффективности рассматриваемого инвестиционного проекта были рассчитаны показатели, которые сведены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты расчета экономической эффективности для ОАО «РЖД»

| Наименование показателя | Значение показателя |
|--|---------------------|
| Инвестиционные затраты по проекту, млн руб. | 20,516 |
| Ставка дисконтирования, % | 13,8 |
| Внутренняя ставка доходности (IRR), % | 22,4 |
| Чистый дисконтированный денежный поток (NPV), млн руб. | 7,8 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), лет | 9,4 |

На основании произведенных расчетов можно сделать вывод, что инвестиционный проект представляется экономически эффективным на основании следующих положений:

– положительный показатель чистого дисконтированного денежного потока в размере 7,8 млн руб. указывает на то, что проект будет

генерировать стоимость и принесет доход, превышающий первоначальные инвестиции;

- внутренняя ставка доходности в 22,3 % превышает ставку дисконтирования в 13,8 % - это говорит о том, что проект принесет доход, превышающий стоимость капитала;

- дисконтированный период окупаемости показал, что проект окупится в течение 9,4 лет.

Таким образом, рассматриваемый инвестиционный проект следует принять к реализации, поскольку проект окупается в течение горизонта планирования, установленного Департаментом инвестиций ОАО «РЖД».

Важно отметить, что оценка экономической эффективности также зависит от различных других факторов, таких как профиль риска проекта, условия отрасли и стратегическое соответствие целям организации [5].

Обоснование и оценка инвестиционного потенциала проекта по присоединению железнодорожного пути необщего пользования к инфраструктуре Западно-Сибирской железной дороги требует тщательного анализа и подготовки. Алгоритм оценки инвестиционного проекта состоит в следующем:

- сбор доступной информации о проекте, включая его местоположение, технические характеристики, стоимость строительства и эксплуатации, ожидаемый объем грузоперевозок и тарифы на перевозку;

- анализ рынка, определение потенциальных клиентов, конкурентов и текущих тенденций в отрасли железнодорожных перевозок;

- расчет общей стоимости проекта, включая строительство, закупку оборудования и инфраструктуры, а также операционные расходы;

- анализ потенциальных доходов от проекта, учитывая ожидаемый объем грузоперевозок и тарифы на услуги;

- расчет показателей экономической эффективности, таких как чистая приведенная стоимость, внутренняя норма доходности и срок окупаемости. Сравнение их с пороговыми значениями для определения целесообразности инвестиций;

- оценка рисков, связанных с проектом, такие как изменение тарифов, изменение объемов грузоперевозок, технические проблемы и другие факторы;

- анализ различных источников финансирования проекта, включая собственные средства, заемные средства и инвестиции от сторонних инвесторов;

- оценка структуры капитала и распределение рисков между инвесторами;

- учет социальных и экологических аспектов проекта. Разработка плана по соблюдению социальных и экологических стандартов;

- подготовка к привлечению инвестиций, проведение презентации проекта потенциальным инвесторам и сторонним финансовым организациям;

– установление системы мониторинга и управления для отслеживания за выполнением плана и управления изменениями;

– взаимодействие с заинтересованными сторонами, такими как местное население, правительственные органы и другие участники проекта, для обеспечения прозрачности и поддержки.

Важно подходить к каждому из этих аспектов с особой внимательностью и точностью, поскольку это поможет создать устойчивый и успешный проект с высоким инвестиционным потенциалом [4].

Таким образом, рассчитывая и осуществляя инвестиции в развитие своих активов, ОАО «РЖД» может повысить экономические и технологические показатели своей деятельности. При этом, сторонние инвесторы имеют возможность развивать свою предпринимательскую деятельность, и тем самым, вносить вклад в развитие железнодорожных дорог региона.

Список литературы

1. Duplinskaya E., Cheriga Y. Public finance policy for the development of the transport industry// TransSiberia 2019: VIII International Scientific Siberian Transport Forum. pp. 729-737.
2. Бешенева А. А., Дуплинская Е.Б. Перспективы реализации инвестиционного проекта «Строительство железнодорожной линии Кызыл – Курагино». Сборник статей 10-й Международной молодежной научной конференции «Поколение будущего: взгляд молодых ученых». Курск, 2021. – С. 26-28.
3. Дуплинская, Е. Б. Инвестиции в развитие Восточного полигона / Е.Б. Дуплинская // Политранспортные системы: материалы X международной научно-практической конференции (15-16 ноября 2018 г.). – Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2019. С. 23-25.
4. Иванов, П. И. Инновации в железнодорожном транспорте: вызовы и перспективы / П. И. Иванов // Транспорт и логистика. – 2022. – Том 17. – № 2. – С. 68-82.
5. Петров, А. С. Эффективность инвестиций в железнодорожную инфраструктуру: анализ и оценка / А. С. Петров // Экономика и транспорт. – 2018. – № 2. – С. 30-42.

Большаков Никита Игоревич, студент гр. ЭУб-201

Пастушок Андрей Александрович, студент гр. ЭБбтс-221

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

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Вопросы усиления конкурентной борьбы сегодня являются неотъемлемой составляющей экономической политики в субъектах Российской

Федерации, при этом выполнение Национального плана развития конкуренции сопровождается слаженной работой федеральных и региональных органов власти, которые разработали планы мероприятий («дорожные карты») по содействию развитию конкуренции на период с 2022 по 2025 гг.

Разработка «дорожных карт» происходила в тесном сотрудничестве территориальными подразделениями антимонопольной службы России и с региональными органами власти. Принятые документы являются программами стратегического развития экономики в субъектах РФ на пятилетний период. В «дорожных картах» изложены ключевые задачи развития, к числу которых относятся [1]:

- во-первых, развитие малого и среднего бизнеса;
- во-вторых, обеспечение эффективности и прозрачности управления имуществом, находящимся в государственной и муниципальной собственности;
- в-третьих, развитие конкурентной борьбы на социально значимых сегментах рынков;
- в-четвертых, мероприятия по оказанию поддержки частным образовательным организациям в сфере дошкольного образования (система персонального финансирования детского дополнительного образования);
- в-пятых, меры по повышению доли частной собственности на рынках медицинских услуг и числа нестационарных и мобильных торговых объектов.

Качественная проработка мероприятий «дорожных карт», принимающая во внимание специфичность экономической ситуации в регионе, обеспечит создание благоприятной среды для предпринимательской деятельности, элиминирование административных барьеров и развитие конкуренции.

В 2022 году региональные органы власти выполнили большую работу по стабилизации экономической обстановки, с этой целью ими было суммарно реализовано более семисот мероприятий по поддержке предпринимательской активности (рис.1). В их числе финансированию предпринимательской деятельности делили внимание 60 регионов, в 36 субъектах разработали мероприятия по снижению налогового бремени для бизнеса, в 30 и 17 – упростили административные требования в сфере имущественных отношений и разрешительные механизмы соответственно, 14 регионов скорректировали законодательство о закупках.



Рисунок 1 – Мероприятия по поддержке предпринимательства в целях развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в 2022 году [1]

Также в 19 регионах широко используются различные инструменты поддержки импортозамещения, выявлению перспективных поставщиков и рынков сбыта, в 6 субъектах применяются механизмы повышения инвестиционной привлекательности, в 7 регионах – меры по повышению экономической стабильности на рынках продовольствия. Мероприятия, предусмотренные до конца 2022 года, продлены на следующий год.

Для создания устойчивости на социально значимых рынках применяется программа добровольного ограничения торговых наценок на социально важные пищевые продукты, для чего приняты меморандумы с торговыми сетями, реализуются мероприятия по повышению числа ярмарок, нестационарных торговых объектов и площадок для реализации продукции домашних хозяйств [1-3].

В 2014 году Федеральной антимонопольной службой были предприняты первые шаги по созданию «белых» и «черных книги», число которых в 2022 году достигло десяти. «Белые» книги составляются с учетом региональных аспектов конкурентной политики, поэтому в работе над ними участвуют как федеральные органы власти, так и органы власти на местах, совместно с общественными организациями и АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». В «белых» книгах накоплены лучшие региональные практики, включенные в «белые книги».

Лучшие и худшие практики, которые обобщаются в «белых» и «черных» книгах, являются основой для разработки оценочных показателей эффективности работы муниципальных образований, например:

- внедрение лучших практик из «белой книги»;
- наличия практик в «белой» и «черной» книгах;
- внедрение лучших практик реализации Стандарта развития конкуренции в системные мероприятия;
- снижение угроз несоблюдения антимонопольного законодательства мониторинга «белой» и «черной» книг;
- информационная база антимонопольного комплаенса примеров нарушений антимонопольного законодательства;
- результативные индикаторы внедрения лучших региональных практик в организацию антимонопольного комплаенса.

Стабильно лучшими регионами на протяжении последних трех лет становились Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Воронежская, Московская, Нижегородская, Новгородская, Сахалинская, Смоленская, Тульская, Тюменская и Челябинская области, Москва, Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра [1].

Худшими практиками, примеры которых были занесены в «черные» книги, стали рынки ритуальных услуг, муниципального имущества и услуг по удовлетворению муниципальных нужд, пассажирские автомобильные перевозки, реклама, строительство, управление многоквартирными домами и торговля, а также рынки, являющиеся новыми для практики применения антимонопольного законодательства – это услуги по фотофиксации нарушений ПДД и рынок субсидирования льготного кредитования. Худшие практики, как правило, связаны с нарушениями требований ст. 15-20 Федерального закона о защите конкуренции [1]. При этом положительным моментом являются стабильное снижение числа примеров худших региональных практик благодаря адвокатированию конкуренции, реализации антимонопольного комплаенса.

Таким образом, в субъектах Российской Федерации ведется активная деятельность по реализации мероприятий Национального плана и «дорожных карт». Важным этапом в 2022 году явилось увеличение числа мер поддержки предпринимательства. Изменившаяся социально-экономическая ситуация требует дальнейшей адаптацию мероприятий региональных государственных органов по содействию развитию конкуренции.

Список литературы

1. Доклад УФАС РФ о состоянии конкуренции в РФ за 2022 год. URL: https://fas.gov.ru/documents/type_of_documents/documenty_doklady (Дата обращения: 07.10.2023).
2. Самиева, М. Ф. Повышение эффективности системы внутреннего контроля внеучебной работы высшего учебного заведения / М. Ф.

Самиева, Т. А. Тюленева // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2020. – № 4(40). – С. 215-223.

3. Шех, Ю. Н. Особые экономические зоны как инструмент экономической безопасности Российской Федерации / Ю. Н. Шех, Е. Е. Ерукова, Т. А. Круковская // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. – С. 70-72.

Бородина Татьяна Анатольевна, доцент, к.э.н., доцент
(КГАУ, г. Красноярск)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Красноярский край является уникальным субъектом Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа, расположен в Центральной Сибири и занимает около 14% территории России. Агропромышленный комплекс в крае представлен на территориях всех муниципальных образований, суровые природно-климатические и территориальные условия определяют расселение населения региона и центры производства и потребления. Основной объем производства сосредоточен в сельскохозяйственных организациях [1].

В сельском хозяйстве края работает 66,4 тыс чел., что составляет 4,7% от общей среднегодовой численности занятых в экономике, при этом происходит ежегодное сокращение данного показателя (табл. 1).

Таблица 1 – Среднегодовая численность занятых в экономике по видам экономической деятельности [1]

| Показатель | 2018г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. |
|--|--------|---------|---------|---------|
| Тысяч человек | | | | |
| Всего в экономике | 1406,4 | 1405,2 | 1363,9 | 1408,7 |
| Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство | 103,9 | 102,3 | 95,7 | 93,7 |
| Растениеводство и животноводство, охота и предоставление услуг в этих областях | 73,9 | 73,7 | 67,9 | 66,4 |
| В процентах к итогу | | | | |
| Всего в экономике | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство | 7,4 | 7,3 | 7,0 | 6,7 |
| Растениеводство и животноводство, охота и предоставление услуг в этих областях | 5,3 | 5,2 | 5,0 | 4,7 |

В хозяйствах края наблюдается самый большой удельный вес работников, имеющих среднее, основное образование, а также не имеющих основного общего, как по сравнению со среднекраевым показателем, так и в сравнении с другими видами экономической деятельности. При этом ра-

ботники с высшим образованием не проявляют интерес к данной отрасли, в основном для работников сельского хозяйства края характерно наличие среднего профессионального и среднего общего образования, что свидетельствует о наличии кадровых проблем на селе (табл. 2).

Таблица 2 – Структура занятых по видам экономической деятельности и по уровню образования в 2021 году, % [1]

| Показатель | Всего | В том числе имеют образование | | | | | |
|--|-------|-------------------------------|--------------------------------------|---|---------------|----------------|---------------------------|
| | | высшее | среднее профессиональное | | среднее общее | основное общее | не имеют основного общего |
| | | | по программе подготовки специалистов | по программе подготовки квалифицированных рабочих | | | |
| Занятые – всего | 100 | 30,2 | 27,9 | 15,0 | 19,6 | 6,8 | 0,4 |
| Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство | 100 | 9,4 | 20,7 | 18,2 | 32,3 | 18,1 | 1,4 |

Также прослеживается тенденция преобладания выбытия работников над принятием на работу (табл. 3).

Таблица 3 – Прием и выбытие работников по видам экономической деятельности (в течение года, тыс. чел.) [1]

| Показатель | Принято на работу | | Выбыло работников | |
|--|-------------------|---------|-------------------|---------|
| | 2020 г. | 2021 г. | 2020 г. | 2021 г. |
| Всего | 182,7 | 214,3 | 185,2 | 221,5 |
| Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство | 8,4 | 8,3 | 8,9 | 10,1 |

Необходимо отметить, что численность сельского населения в крае имеет тенденцию к сокращению, так же, как и среднегодовая численность работающих в сельскохозяйственных организациях, при этом удельный вес данной категории работников в общей численности сельского населения составляет в 2021 году 11,5%.

Значительную роль в данной ситуации играют проблемы, связанные с неразвитостью сельской инфраструктуры, общим падением уровня жизни на селе, тяжелые условия труда, многие хозяйства не могут предложить работникам достойный уровень оплаты труда, а также доступное комфортное жилье. Все это существенно препятствует закреплению молодых специалистов на селе. На решение данных проблем, повышение кадрового потенциала сельскохозяйственных товаропроизводителей края направлены

меры государственной поддержки Правительства Красноярского края и Министерства сельского хозяйства и торговли Красноярского края. Отношения по предоставлению государственной поддержки в сфере АПК Красноярского края регулирует Закон Красноярского края № 3-1004 от 7 июля 2022 года «О государственной поддержке агропромышленного комплекса края» (в ред. Закона Красноярского края от 16.03.2023 № 5-1639), в соответствии с которым одной из целей государственной поддержки наряду с развитием производственной деятельности в агропромышленном комплексе также выступает обеспечение АПК края квалифицированными работниками, способными организовать высокопроизводительное, эффективное и ресурсосберегающее производство в условиях инновационного развития отрасли (ст. 2 Закона № 3-1004) [2]. В рамках данного Закона государственная поддержка кадрового обеспечения АПК края осуществляется в виде: социальной выплаты на обустройство; субсидий с.-х. товаропроизводителям, вновь созданным с.-х. товаропроизводителям; субсидий с.-х. товаропроизводителям на возмещение части затрат, связанных с дополнительным профессиональным образованием работников в образовательных организациях на территории; грантов в форме субсидий образовательным организациям высшего образования, осуществляющим на территории края подготовку кадров по направлениям подготовки «Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки», на финансовое обеспечение затрат на развитие профессиональной подготовки студентов в области агропромышленного комплекса.

Также в крае действует Государственная программа Красноярского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» [3], в задачи которой наряду с комплексным развитием и повышением эффективности производства в АПК также входит создание комфортных условий жизнедеятельности в сельской местности с целью укрепления кадрового потенциала сельских территорий. Финансирование программы осуществляется за счет средств федерального и краевого бюджета, при этом более 85% финансирования приходится на краевой бюджет. В целях создания организационно-экономических условий для формирования кадрового потенциала агропромышленного комплекса, способного обеспечить его эффективное функционирование в современных условиях, в крае реализуются мероприятия, предусмотренные подпрограммой «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса» Госпрограммы края. С 2019 по 2022 год из краевого бюджета на реализацию подпрограммы «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса» направлено более 1145,2 млн. руб., при этом отмечается динамичный рост, который в 2022 году составил более 27,3% к 2019 году. Направления и объемы финансирования мероприятий подпрограммы «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса» Госпрограммы края представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Финансирование мероприятий подпрограммы «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса» Госпрограммы края, млн р.

| Показатель | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2021 г. к 2018г., % |
|---|---------|---------|---------|---------|---------------------------|
| Социальные выплаты гражданам, в т.ч. молодым семьям и молодым специалистам на улучшение жилищных условий | 254,7 | 319,2 | 348 | 322,3 | 126,5 |
| Субсидии организациям АПК на строительство жилья в сельской местности, предоставляемое работникам | 21,2 | 32,5 | 36,5 | 35,5 | 167,5 |
| Субсидии муниципальным районам на предоставление социальных выплат гражданам, в том числе молодым семьям и молодым специалистам в рамках реализации муниципальной программы | 47 | 27,3 | 28,9 | 29 | 61,7 |
| Иные межбюджетные трансферты муниципальным районам на реализацию муниципальных программ, направленных на развитие сельских территорий | 162,7 | 122,2 | 0 | 75 | 46,1 |
| Социальные выплаты работникам ветеринарии | 0 | 14,5 | 13,3 | 14,4 | - |
| Количество граждан-получателей гос. поддержки (чел.) | 186 | 165 | 105 | 118 | 63,4 |
| Площадь жилья (тыс. кв. метров) | 12,9 | 10,6 | 9,42 | 9,29 | 72,0 |

С 2018 по 2021 год наибольший рост объемов финансирования более чем на 67% отмечается по субсидиям организациям АПК на строительство жилья в сельской местности, предоставляемое работникам, а также по социальным выплатам гражданам, в том числе молодым семьям и молодым специалистам на улучшение жилищных условий – на 26,5%.

При этом происходит снижение финансирования субсидии муниципальным районам на предоставление социальных выплат гражданам, в том числе молодым семьям и молодым специалистам в рамках реализации муниципальной программы и иных межбюджетных трансфертов муниципальным районам на реализацию муниципальных программ, направленных на развитие сельских территорий.

Социальные выплаты гражданам, в том числе молодым семьям и молодым специалистам на улучшение жилищных условий в крае наибольший объем имеют в Южном макрорайоне, составившие 176,8 млн руб. и 4 401 кв.м., выплаты получило 71 человек. Наименьшие объемы отмечаются в Восточном и Западном макрорайонах Красноярского края (рис. 1).

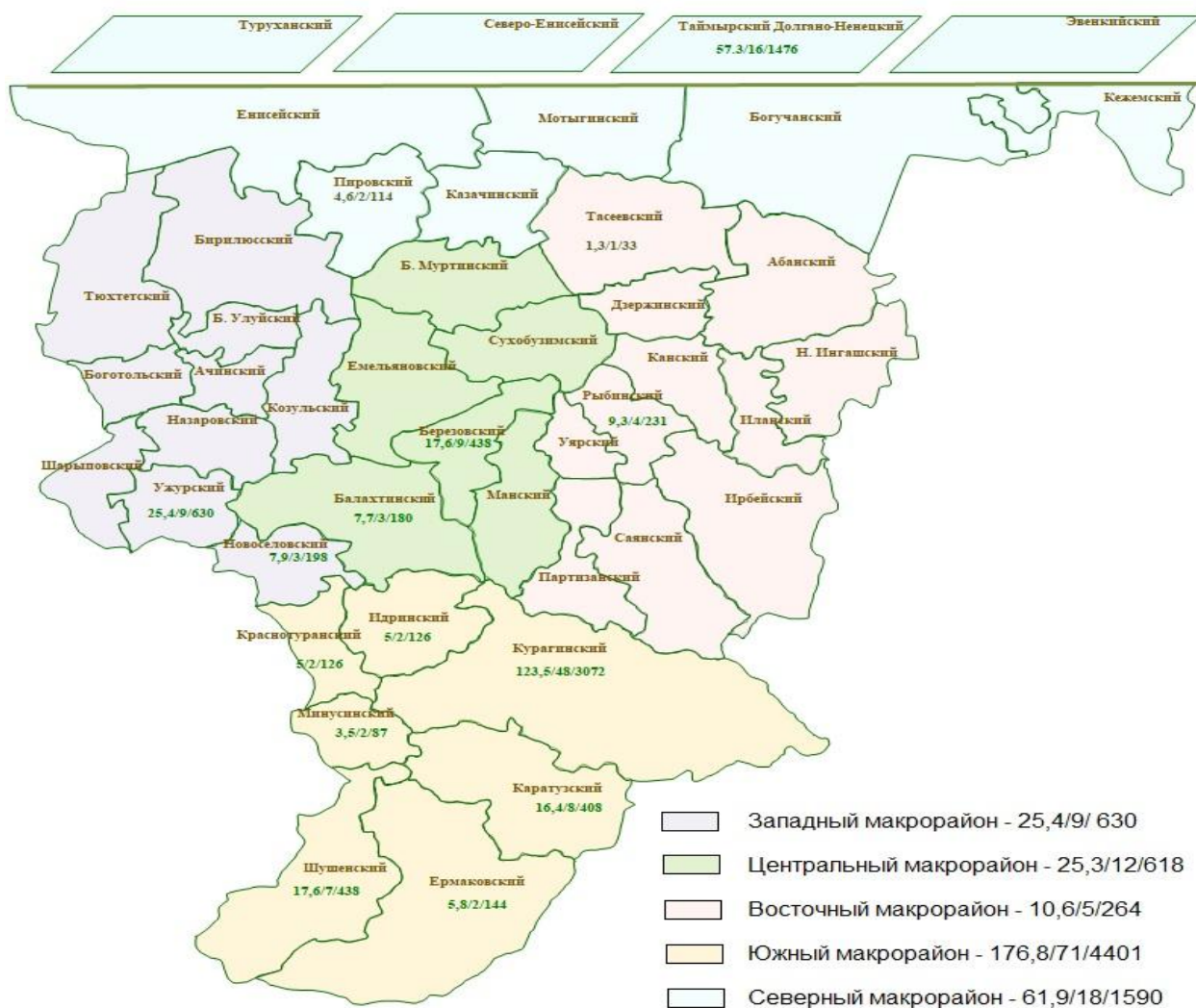


Рисунок 1 – Социальные выплаты гражданам, в том числе молодым семьям и молодым специалистам на улучшение жилищных условий (млн руб. / количество граждан / м²)

Сложившийся сценарий развития кадрового обеспечения отрасли сельского хозяйства характеризуется нарастанием тенденции к сокращению сельскохозяйственных кадров и ухудшению качественных характеристик их потенциала даже при существенном увеличении государственной поддержки.

Список литературы

1. Красноярский краевой статистический ежегодник. 2022: Стат.сб./Красноярскстат. – Красноярск, 2022 – 525 с.
2. Закон Красноярского края № 3-1004 от 7 июля 2022 года «О государственной поддержке агропромышленного комплекса края» (в ред. Закона Красноярского края от 16.03.2023 № 5-1639). URL: <https://base.garant.ru/405014169/?ysclid=lj2cr9pfv5325197955>.
3. Постановление Правительства Красноярского края от 30 сентября 2013 г. № 506-п «Об утверждении Государственной программы Красноярского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сель-

скохозяйственной продукции, сырья и продовольствия». URL: <https://base.garant.ru/30082283/?ysclid=lj2csk5vmf181618043>.

4. Агропромышленный комплекс Красноярского края, 2021 URL: <https://krasagro.ru/presentations/>

Бучински Дарья Викторовна, студент гр. МЕН19-4
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

РАЗРАБОТКА МАТРИЦЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РАБОТ ПРОЕКТА ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В последнее время в условиях нечестной конкуренции в форме санкционного давления недружественных стран актуализируется важность выбора инструментов проектного менеджмента для повышения конкурентоспособности предприятий в нашей стране. В этой связи, матрица распределения ответственности в ходе проектной работы по внедрению организационных изменений поможет наглядно показать роли, выделенные для каждого участника, что также облегчит контроль за исполнением проекта. Стоит отметить, что матрица ответственности должна быть разработана на этапе планирования проекта, для успешного внедрения изменений стоит точно понимать, кто является за исполнением этапа проекта, кто консультирует и информирует исполнителя, подобная взаимосвязь поможет правильно распределить силы и скоординировать отделы, точно обозначив их роли в каждом конкретном этапе проекта [1, 4]

Матрица ответственности также называется RACI, в этом сокращении раскрываются роли каждого участника проекта:

– R(responsible)-ответственный или же исполнитель, который непосредственно будет принимать участие в этапе, при этом на каждом этапе должен быть хотя бы один исполнитель.

– A(accountable)-ответственный за результат, данная роль отводится тому, кто будет принимать и оценивать итоговую работу по этапу.

– C(consulted)- консультант, который помогает на начальном этапе планирования исполнителю и отвечает за взаимосвязь исполнителя и принимающему результат, при этом консультант не является обязательной ролью, скорее он направлен для ускорения процессов в этапе.

– I(informed)-оповещенный, то есть эта то роль, которые не принимает практически никакого участия и отвечает лишь за передачу данных об этапе проекта, как выполнялся и каков итог. Таких ролей может быть достаточно много, однако они не влияют на эффективность выполнения задачи [2, 5].

Матрица ответственности является инструментом контроля и помогает распределить ресурсы и зону ответственности каждого отдела или ис-

полнителя для того, чтобы максимизировать эффективность выполнения поставленных задач и в случае непредвиденных обстоятельств или проблем найти решение проблемы за короткий промежуток времени [3]. Так как внедрение организационных изменений происходят с помощью проектного метода, то подобная таблица считается необходимой, позволяя определить и структурировать задачи с максимальной эффективностью. Стоит отметить, что важными показателями в матрице ответственности и правильному распределению ролей отводится большая часть подготовки. Так как менеджмент должен быть уверен в компетенциях того или иного органа, который будет непосредственным исполнителем каждого этапа. Важно отметить, что чем больше исполнителей привлекается к выполнению задачи, тем быстрее она будет выполнена и тем меньше будет негативный эффект от проблем, возникающих при выполнении задачи.

Матрица составлена на основе анализа органов управления и их компетенций, а также их практической выгоды от выполнения этапа, поскольку непосредственная заинтересованность операционного органа и кадров, отвечающих за исполнение процессов, тем выше шансы на успешное и своевременное выполнение каждой из задач, поскольку в проектном подходе одним из важных факторов является время, затраченное на выполнение задач. Данная матрица представлена ниже.

В данной матрице под аббревиатурой R- понимается исполнитель, А-ответственный за результат, С-консультант, помогающий наладить контакт с исполнителем и ответственным за результат. I-оповещенный, то есть не принимает участие в проекте, а лишь обладает информацией касательно итога.

Таблица – 1 Матрица RACI

| | Генеральный директор | Отдел кадров | Заведующий складом | Отдел логистики | Служба контроллинга | Бухгалтерия |
|---|----------------------|--------------|--------------------|-----------------|---------------------|-------------|
| Внедрение новой кадровой политики | A | R | C | I | R | A |
| Подготовка к созданию собственного производства | A | I | R | C | R | A |
| Создание дополнительных логистических хабов | R | I | A | R | A | C |
| Внедрение цифровых технологий | A | R | R | R | C | R |
| Оптимизация списочной численности сотрудников | A | R | I | C | R | A |

Источник: разработано автором

Исходя из данной матрицы, можно сделать вывод о том, что система контроллинга, которую мы предлагаем внедрить на рассматриваемое предприятие является необходимым инструментом для успешной интеграции изменений, поскольку является исполнителем нескольких этапов, а также выступает в роли приемщика выполненных задач, что также определяет важность данного отдела. Система контроллинга разрабатывается до выполнения проекта по организационным изменениям, поэтому не указана в задачах, поскольку является этапом подготовки к внедрению изменений. Также большую роль играет логистический отдел и отдел кадров, которые также являются исполнителями многих задач, поставленных перед компанией. В связи с этим оптимизация списочной численности сотрудников также является одной из первостепенных задач, о чем было сказано в исследовании. В целом, учитывая, что для каждой задачи имеется несколько исполнителей говорит о том, что компания справится с интеграцией организационных изменений, поскольку имеет хороший резерв. Также важно отметить, что генеральный директор играет не такую большую роль в исполнении задач, но контролирует процесс их решения, что определяет организационную структуру управления, как гибкую и безусловно облегчает внедрение организационных изменений. Благодаря матрице ответственности компания может сэкономить дополнительные средства, верно определив компетенции каждого органа исполнения задач, тем самым снизить количество участников интеграции из вне, то есть процесс интеграции изменений будет полностью обеспечен внутренним ресурсом компании, что повысит экономическую эффективность данного инструмента, который направлен на экономию времени и средств, а также позволяет определить внутренние мощности предприятия.

При помощи данной матрицы можно распределить ответственность между блоками внутри компании, что сохраняет дополнительные средства, учитывая, что отдел кадров вовлечен в кадровую политику, то данный орган сам может провести необходимые тренинги и диагностику персонала, что учитывая расположения розничных магазинов будет стоить (при средней цене тренинг дня около 40.000 рублей), а для диагностики и тренинга потребуется как минимум два дня, то подобное нововведение экономит компании $40 \cdot 2 \cdot 6 = 480$ тыс. рублей. Создание логистических хабов будет способствовать открытию новых логистических путей, с возможностью дополнительных издержек примерно на 40%, однако, учитывая возрастающий спрос и объемы продаж год к году, компания может получить дополнительные $5699 \cdot 0.6 = 3.419,4$ тыс. рублей, исходя из прибыли за 2022 год.

Таким образом, общая экономическая эффективность от внедрения матрицы ответственности составит 3.899,4 тыс. рублей в первый год. Для создания и реализации инноваций в экономике необходимы конкретные структуры, которые смогут поддержать, реализовать создание и продви-

жение инноваций. В заключение отметим, что данный инструмент управления был рекомендован к внедрению на предприятии ООО «СОЛО-обои» во время прохождения преддипломной практики автора. Данное предложение было принято руководством предприятия, о чем свидетельствует соответствующая справка о внедрении.

Список литературы

1. Матрица ответственности // Управление проектами URL: <https://upravlenie-proektami.ru/matrica-raspredeleniya-otvetstvennosti-ili-raci-matrica-chto-eto-i-zachem-nuzhno>(дата обращения: 21.09.2023).
2. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
3. Тумин, В. М. Информационная прозрачность предприятия как фактор его устойчивого развития в условиях кризиса российской экономики / В. М. Тумин, А. Г. Коряков, П. А. Костромин // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2016. – № 2 (17). – С. 71-76.
4. Коряков, А. Г. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятиях российского химпрома / А. Г. Коряков, О. И. Жемерикин // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 9 (62). – С. 37-42.
5. Шестакова, О. Г. Методологический аспект формирования человеческого капитала в условиях инновационной экономики / О. Г. Шестакова, Е. В. Скубрий // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2019. – № 3 (21). – С. 84-88.

Быковский Данила Дмитриевич, студент гр. ЗБ-МУБ19-2
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

КОНКУРЕНТНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Любой проект, начиная от самого малого и заканчивая национальным, не может быть реализован без финансирования. У инициаторов проекта встает вопрос о том, откуда брать средства на подготовку и осуществления проектной деятельности [1]. Здесь возникает одна из главных проблем финансирования проектной деятельности, а именно вопросы касательно источников финансирования. Какие источники финансирования лучше выбрать для использования? Откуда брать средства для осуществления крупных национальных проектов? Как отличаются источники финансирования между собой в крупных или малых компаниях?

На все данные вопросы нет универсального ответа, каждый проект по-своему уникален и требует особого подхода и именно для этого при подготовке проекта необходимо искать своё решение. В процессе нашего исследования углубимся в вопрос сущности источников финансирования проектной деятельности, рассмотрим, как государство или бизнес решают данную проблему в разных секторах экономики и постараемся выявить проблемы и возможные пути их решения.

В самом начале следует понять, какие источники финансирования проектной деятельности бывают. В первую очередь нам необходимо понять объем первоначальных вложений, далее произвести «разработку технико-экономического обоснования проекта и составления бизнес-плана, где подробно отражаются затраты компании на проектно-изыскательские работы, закупку и монтаж оборудования, подготовку строительных площадок, обучение персонала компании и т. п. [2, 7].

На рисунке 1 приводится общепринятая в конкурентной проектной практике отечественного бизнеса структура видов источников финансирования. Некоторые авторы отделяют бюджетный источник финансирования от заемных средств и тем самым получается дополнительный, четвертый вид источников финансирования, который осуществляется такими структурами, как: Федеральный бюджет РФ, бюджеты субъектов РФ, местные бюджеты и внебюджетные фонды [3, 8]. Причина этого кроется в том, что доля государственных компаний в РФ составляет более 50 %. Отсюда следует, что одним из главных источников финансирования крупных инфраструктурных проектов в нашей стране – является государство [4].



Рисунок 1 – Источники финансирования проектов в условиях конкуренции [1, 5]

Национальные проекты в условиях обострения международной конкурентной борьбы и применения недружественными странами санкционных механизмов нечестной конкуренции выступают важными инструмен-

тами решения государственных стратегических задач современной России. Актуальность национальных проектов особенно важна в ближайший год, так как Указом Президента от 07.05.2018 г. № 204 необходимо достигнуть необходимых показателей в срок до 2024 года. Что касается финансирования проекта, то на момент 2018 года запланировано было выделить 25,7 трлн руб., около 51% из которых будет выделено Федеральным бюджетом, около 29% будет покрыто средствами из внебюджетных источников, 19% ложится на региональные бюджеты, а оставшаяся часть будет покрыта за счет средств, взятых из внебюджетных фондов [6, 8].

Один из наиболее дорогих национальных проектов – является «Экология». Он располагается после проектов по расширению магистральной инфраструктуры и общей безопасности дорог. На улучшение экологии в стране необходимый объем инвестиций оценивается в 4044 млрд рублей. Данный проект интересен тем, что большая часть вложений приходится на внебюджетные источники. Структура источников финансирования проекта «Экология» представлена на рисунке 2.

Также государство стимулирует различные фонды финансировать данный проект с помощью льготного кредитования. Таким образом, фонд развития промышленности участвовал в поддержке проекта «Экология». В рамках этой программы, связанной с реализацией мероприятий, направленных на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду, снижение выбросов и сбросов и на модернизацию очистных сооружений, хозяйствующим субъектам может быть представлен кредит по льготной ставке в размере 1-3 % годовых на срок до семи лет и на сумму от 50 млн до 1 млрд рублей [8, 9].



Рисунок 2 – Структура источников финансирования проекта «Экология» [7]

Зарубежная практика привлекает достаточно большой объем средств с помощью благотворительной и пожертвований. К сожалению, в силу сложившейся конъюнктуры нашей страны, данные практики не носят массовый характер. Только каждый 10-й из опрошенных граждан, кто осуществлял какие-либо пожертвования за последний год, жертвовал на экологические проекты [10].

Что касается других проектов, то доля государства может достигать «в отдельных проектах соответствующая цифра составляет 100% («Международная кооперация и экспорт») или приближается к абсолютному максимуму («Культура» – 96,7 %, «Демография» – 95,8 %) [11].

В заключение отметим, что кроме крупных национальных проектов, также немаловажную роль в жизни страны играют малые игроки их проекты по открытию тех или иных предприятий. В малом и среднем предпринимательстве существует своя специфика. Как логически вытекает из нашего исследования, в организациях, где нет государственного участия, доля собственного капитала значительно выше. Самый распространенный и доступный способ займа для малого и среднего предпринимательства является кредитование в коммерческих банках [6, 10]. В силу экономических обстоятельств ставки по кредитам крайне высоки, что делает бессмысленным заем в банке. Это влечет за собой проблему недостаточной развитости малых и средних предприятий, а также компаний, где нет государственного участия в силу недостаточных инвестиций и отсутствия возможностей по их привлечению. Государству в свою очередь необходимо создавать среду, где частный бизнес может комфортно себя ощущать без его прямой поддержки.

Список литературы

1. Тумин, В. М. Информационная прозрачность предприятия как фактор устойчивого развития в условиях кризиса российской экономики / В. М. Тумин, А. Г. Коряков, П. А. Костромин // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2016. № 2 (17). – С. 71-76.
2. Череповская, Н.А. Приоритеты и формы реализации кластерной политики в российских регионах / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Белгородский государственный национальный исследовательский университет. Белгород. – 2013.
3. Проскурин, В. К. Анализ, оценка и финансирование инновационных проектов: учебное пособие / 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2024. – 91 с.
4. Коряков, А. Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий / А. Г. Коряков // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.

5. Трифонов, И. В. Инновационные подходы к развитию транспортной инфраструктуры России (на примере электротранспорта) / И. В. Трифонов, А. А. Колмогоров, И. И. Трошко // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 6 (54). – С. 79-87.
6. Коряков, А. Г. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года / А. Г. Коряков, С. Г. Басалов, Д. Н. Баранов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 20.
7. Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Электронный ресурс: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 10.09.2023).
8. Бобрышев, А. Д. Технологии разработки и реализации проекта совершенствования организационного механизма для обеспечения устойчивости компании / А. Д. Бобрышев // Страховое дело. – 2011. – № 10 (225). – С. 16-22.
9. 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.
10. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
11. Голубев, С. С. Методы и модели решения задач классификации при инновационном прогнозировании научно-технологического развития с использованием интеллектуального анализа «больших данных» / С. С. Голубев, Е. П. Дюндик, Е. В. Скубрий // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2018. – № 4 (18). – С. 8-16.

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

Вострикова Наталья Алексеевна, преподаватель
(КузПК, г. Кемерово)

ТИПОЛОГИЯ ГОРОДСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ

В широком смысле слова под маркетинговой стратегией принято понимать генеральный план маркетинговой деятельности. Применительно к городской среде стратегический маркетинг приобретает свои особенности.

Городской маркетинг представляет собой деятельность, позволяющую в систематизированном виде в рамках городской политики формировать целостный комплекс маркетинговых мероприятий по позиционированию и продвижению городской территории с привлечением базовых стратегий, инструментов и технологий маркетинга [1]. Маркетинг города не сводится просто к созданию благоприятного имиджа территории и рекла-

мированию ее привлекательных сторон. Он ориентирован на создание общегородского климата, повышающего инвестиционную привлекательность территории и развитие городской среды жизнедеятельности.

Сущность маркетинговых стратегий городов определяется базовыми принципами, лежащими в основе городского маркетинга. К их числу принято относить:

- реализацию продвижения городских территорий в качестве мест для осуществления различных проектов, в основе которого лежит знание и прогнозирование текущей ситуации и возможностей городской среды, а также потребностей экономики;
- обеспечение эффективного решения экономических проблем города;
- ориентация на устойчивость развития городских территорий в долгосрочной перспективе;
- влияние на поведение субъектов и формирование потребностей городского сообщества [4].

Городской маркетинг может быть успешным лишь в том случае, если у города имеется собственное стратегическое видение. В сущности, маркетинговая стратегия города представляет собой уникальный продукт и результат территориального маркетингового процесса. В конечном счете, маркетинговая стратегия города должна быть ориентирована на построение целостных и долгосрочных отношений, в основе которых лежит маркетинговая парадигма, определяющая будущую эффективность рыночных отношений в городе.

Маркетинговые стратегии города поддаются множественной классификации по различным основаниям. Их основные виды представлены на рисунке 1. Рассмотрим их более подробно.

В зависимости от целей, заложенных в маркетинговой стратегии города, выделяют четыре основных ее типа. Соответственно маркетинговая стратегия города может быть направлена на исправление образа либо «действительности», решение определенного круга проблем или стимулирование точек роста.

В зависимости от способов организации и реализации городские маркетинговые стратегии могут быть эволюционного, революционного, комплексного, объектного, иерархического либо сетевого типа.

Стратегии эволюционного типа ориентированы на достраивание и укрепление уже имеющегося образа города. Они основаны на преемственности среды. Революционные стратегии, напротив, нацелены на построение нового образа города, в их основе лежит кардинально новые идеи [7].



Рисунок 1 – Виды маркетинговых стратегий города

Комплексные (структурированные) маркетинговые стратегии связаны с изменением всей городской среды. Маркетинговые же стратегии объектного типа, напротив, предполагают изменение отдельных городских объектов.

Иерархические маркетинговые стратегии предполагают наличие единого центра управления. Полной их противоположностью считаются стратегии сетевого типа, в основе которых лежит наличие множества независимых управленческих центров.

В зависимости от приоритетной целевой группы, на которую ориентирована стратегия, маркетинговые стратегии города также могут быть классифицированы по различным основаниям (рисунок 2).

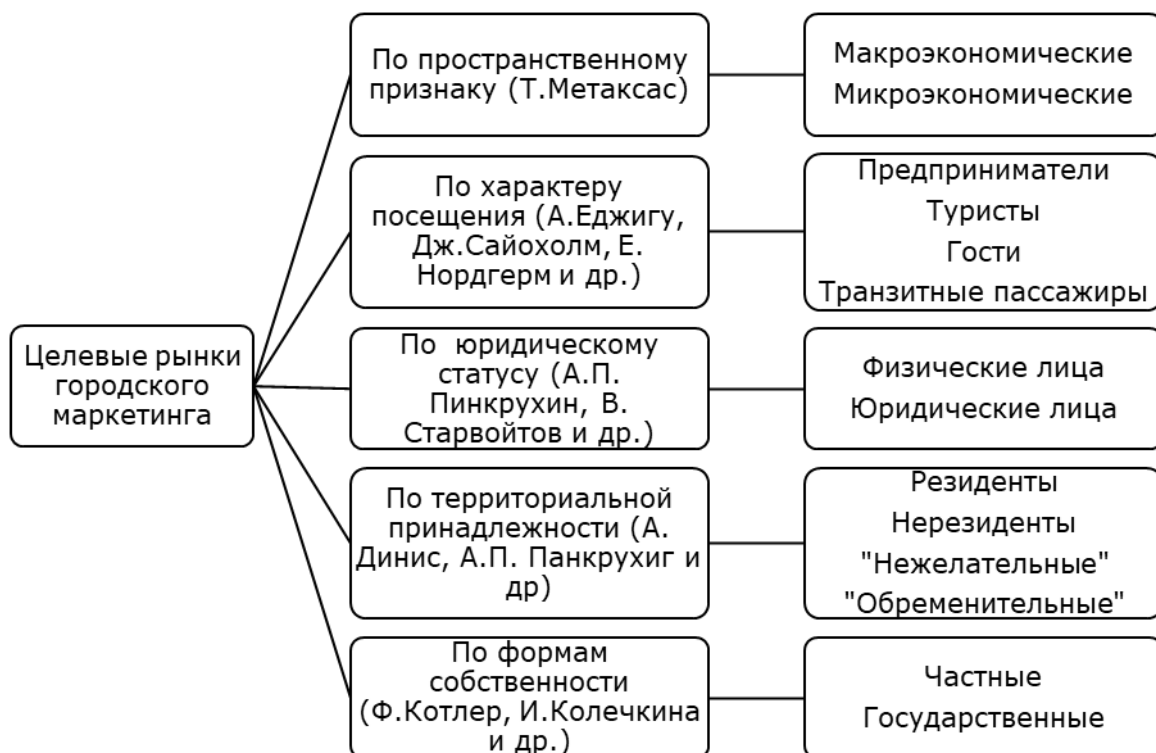


Рисунок 2 – Виды целевых рынков городского маркетинга

Согласно общепринятому подходу можно выделить 4 крупных целевых рынка покупателей «города». Ими являются приезжие, жители и работающие по найму, инвесторы и отрасли экономики, а также внешние рынки. В соответствии с этим разграничивают четыре группы маркетинговых стратегий города:

- маркетинг имиджа;
- маркетинг привлекательности;
- маркетинг инфраструктуры;
- маркетинг населения.

Маркетинг имиджа ориентирован на создание, развитие и распространение общественного признания положительного образа территории. Большая часть усилий в данном случае фокусируется на развитии коммуникативных аспектов, улучшении информации и пропаганде уже существующих территориальных преимуществ города.

Дополняет маркетинг имиджа стратегия маркетинга привлекательности. Маркетинговая стратегия данного типа предполагает использование исторического наследия, естественных достопримечательностей или известных образов территории [3].

Маркетинг инфраструктуры основан на планомерной работе по обеспечению эффективности функционирования и развития городской территории в части связи, дорог, инженерных объектов и коммуникаций, создающих впечатление от города. Залогом успеха территории считается уровень ее инфраструктурного развития и степень цивилизованности рыночных отношений.

В основе маркетинговой стратегии населения, персонала определяется общим состоянием дел, проблемами и потребностями городского населения, в том числе в сфере занятости.

Выбор того или иного типа маркетинговой стратегии города зависит от множества факторов, предопределяющую роль среди которых играют ресурсный потенциал территории и финансовые возможности ее развития.

Любая стратегия маркетинга, включая маркетинговую стратегию города, включает в себя два основных этапа:

- этап позиционирования;
- этап продвижения.

Рассмотрим их более подробно.

Этап позиционирования является определяющим в плане планирования маркетинга. Он предполагает необходимость ситуационного SWOT-анализа и на его основе постановки стратегических задач и приоритетов городского развития. Далее следует непосредственно планирование стратегии маркетинга. Оно предполагает необходимость определения целей и задач маркетинга исходя из общей стратегии развития города, конкретизацию целевой аудитории и выбор типа маркетинговой стратегии [4].

Важной частью этапа позиционирования выступает проведение маркетинговых исследований. В частности, речь идет о социологических исследованиях, анализе рейтингов и заинтересованных сторон. Не менее важная роль отводится определению городского имиджа и отбору инструментов для его популяризации.

Заключительной частью этапа позиционирования выступает формирование уникального предложения территории. Далее наступает этап продвижения.

Этап продвижения включает в себя работу с целевыми группами, горожанами, предприятиями и бизнесом, а также органами власти. Работа с каждой из заинтересованных сторон имеет свои особенности и ограничения.

Несмотря на то, что в роли заказчика городской маркетинговой стратегии обычно выступает городская власть, ее участниками являются все заинтересованные лица [2].

Таким образом, маркетинговые стратегии города классифицируются по не скольким признакам и имеют разные целевые рынки.

Список литературы

1. Востриков, К. В. Государственная региональная политика в современной России / К. В. Востриков. – Кемерово: Кемеровский государственный сельскохозяйственный институт, 2013. – 147 с.
2. Каримова, Д. А. Территориальный маркетинг как инструмент туристической привлекательности города / Д. А. Каримова, Ю. В. Клюев // В сборнике: Технологии PR и рекламы в современном обществе. Инженеры смыслов: трансформация компетенций и мировые вызовы коммуника-

ционной отрасли. – Материалы научно-практической конференции с международным участием. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Санкт-петербургский политехнический университет Петра Великого. – 2021. – С. 175.

3. Ключикова, И. А. Проблемы маркетинга территории в условиях цифровизации и способы их решения / И. А. Ключикова // В сборнике: Человеческий, производственный и сервисный потенциал экономики: глобальные тренды и локальные практики. Материалы всероссийской научно-практической конференции. Саратов, 2021. – С. 150-155.

4. Никитин, Н. Е. Теоретические вопросы разработки маркетинговой стратегии региона / Н. Е. Никитин // В сборнике: Актуальные проблемы менеджмента: повышение стратегической устойчивости регионов и предприятий. Материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, – 2021. – С. 287-293.

5. Пономарев, И. Н. Оценка интегральной маркетинговой привлекательности региона / И. Н. Пономарев // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11. – № 4. – С. 895-926.

6. Романишина, Т. С. Маркетинг территории: сущностные характеристики и основные подходы / Т. С. Романишина, О. А. Митько // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2020. – № 4 (72). – С. 155-164.

Геманова Ксения Дмитриевна, Вертячих Денис Александрович,
студенты гр. ССб-201

Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «СОЮЗУПАК»

В настоящее время деятельность любого предприятия осуществляется в условиях рыночной конкуренции. Конкуренция представляет собой соперничество компаний между собой за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров и услуг.

При этом важно понимать, что понятие «конкуренция» тесно связано с понятием «конкурентоспособность» и последнее означает «способность выдержать конкуренцию или противостоять ей» [5].

Поэтому, чтобы успешно конкурировать на рынке, каждая компания должна обеспечить для себя высокий уровень конкурентоспособности – это способность своевременно реагировать на изменения на рынке и принимать меры по сохранению (усилению) своих позиций на рынке, обеспечивая привлекательность своей продукции (товаров и услуг) для реальных и потенциальных потребителей, реализовать свои преимущества по отношению к другим организациям [3].

Также нужно учитывать, что одной из основных характеристик конкурентоспособности является наличие у компании конкурентных преимуществ, которые будут отличать ее от компаний-конкурентов. В связи с этим возникает необходимость в изучении и применении методов оценки конкурентоспособности для оценки ресурсного потенциала компании, формирования конкурентных преимуществ и высокого уровня конкурентоспособности.

В качестве объекта исследования было выбрано предприятие ООО «Союзупак». ООО «Союзупак» – оптовая компания по продаже товаров бытового, пищевого, профессионального, санитарно-гигиенического назначения, одноразовой посуды, упаковочных материалов, бытовой и профессиональной химии, товаров для дома, дачи и отдыха, товаров для пикника и изделий из пластика – имеет широкий ассортимент, а также является надежным поставщиком продукции для всех видов бизнеса [6].

Основной вид деятельности – торговля оптовая прочими бытовыми товарами. Дополнительный вид деятельности – торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет.

Свой бизнес «Союзупак» начал в 2015 году, но, чтобы прийти к этому компания заложила фундамент гораздо раньше – с открытия розничного магазина «Упакцентр» в 1996 году, в это время компания являлась монополистом. Количество розничных точек к 2015 году насчитывалось более 20. После успешной реализации данного проекта было принято решение выйти на новый рынок – рынок оптовой торговли, в результате компания открыла оптовую точку торговли для работы с оптовыми покупателями. Со временем на рынке торговли бытовыми товарами появились такие крупные компании конкуренты, как «Лента», «METRO», «1000 мелочей», «Галамарт» и др.

Для того чтобы «Союзупак» имел конкурентные преимущества, необходимо проводить оценку конкурентоспособности. Наиболее подходящими для этого методами являются:

- метод сравнительного анализа конкурентов на основе комплекса маркетинга «7Р», который поможет оценить конкурентные преимущества компании в сравнении с конкурентами;

- метод SWOT-анализа – дает возможность оценить конкретную ситуацию на рынке, получить четкое представление о преимуществах и недостатках предприятия, что позволяет выбрать направление развития предприятия, выгодно использовать сильные стороны предприятия, устранить либо учесть недостатки организации, использовать (не упустить) предоставляемые рынком возможности, избежать опасностей и угроз [4].

Для оценки конкурентов с помощью «7Р» были взяты «METRO» и «1000 мелочей». Данные анализа представлены в таблице 1. Значение оцениваемых параметров будет определено по шкале ранжирования от 1 до 10. Наибольший уровень конкурентного преимущества имеет величина 10.

Таблица 1 – Оценка конкурентных преимуществ ООО «Союзупак» в сравнении с конкурентами на основе «7Р»

| Конкурентное преимущество | «Союзупак» | «1000 мелочей» | «METRO» |
|---------------------------|------------|----------------|---------|
| 1. Товар | 10 | 8 | 9 |
| 2. Цена | 8 | 8 | 8 |
| 3. Канал сбыта | 10 | 7 | 9 |
| 4. Продвижение | 9 | 7 | 8 |
| 5. Люди | 9 | 9 | 9 |
| 6. Физическое окружение | 8 | 8 | 8 |
| 7. Процесс | 9 | 9 | 9 |
| Средняя оценка | 9 | 8 | 8,5 |

Проведенный анализ по оценке конкурентных преимуществ с помощью «7Р» показал, что исследуемое предприятие по таким параметрам, как «товар», «канал сбыта», «продвижение» превосходит своих конкурентов.

Параметр «товар»: «Союзупак» имеет широкий ассортимент, способствующий удовлетворять разные потребности клиентов – присутствует не только упаковка, тара, пластиковые контейнеры, но также значительное число товаров для дома, а также товары для бизнеса и эко-товары. Также все товары обладают высоким качеством. При этом предприятие является официальным дистрибьютором известных торговых марок, а еще предоставляет такую услугу как брендинг.

Параметр «канал сбыта»: у «Союзупак» имеется собственный сайт, через который осуществляются продажи, а также имеются розничные магазины по всему городу. За счет собственного логистического комплекса, компания осуществляет оперативную доставку оптовым клиентам.

Параметр «продвижение»: «Союзупак» участвует в выставках, тем самым рекламируя себя, а также активно ведет группу в социальных сетях, проводя там розыгрыши.

Для оценки текущего положения «Союзупак» и разработки стратегий развития использовался метод SWOT-анализа, с помощью которого были проанализированы сильные и слабые стороны внутренней среды и возможности и угрозы внешней среды. Данные SWOT-анализа представлены выше, в таблице 2.

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа для ООО «Союзупак»

| | Возможности (О) | Угрозы (Т) |
|--|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие производства экологически чистых товаров. 2. Популяризация технологий электронной торговли. 3. Развитие отечественного производства. 4. Сотрудничество с учебными заведениями. 5. Государственная поддержка развития малого и среднего бизнеса. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Нарастающая конкуренция на рынке продаж хозяйственных товаров и упаковки. 2. Сокращение платежеспособного спроса среди населения. 3. Удорожание упаковки. 4. Сокращение зарубежных поставок. 5. Потеря кадров из-за перехода на работу к предприятиям конкурентам. 6. Быстро меняющиеся потребности потребителей. |
| <p>Сильные стороны (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Широкий ассортимент товаров. 2. Высокое качество товаров. 3. Реализация товаров как на розничном, так и на оптовом рынке. 4. Доступные цены на товары. 5. Собственный логистический комплекс. 6. Расширенная система мотивации сотрудников. 7. Система скидок для покупателей. 8. Реализация продуктов через собственный сайт. | <p>SO-стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширять ассортимент за счет отечественных и эко-товаров. 2. Открытие большего количества розничных точек продаж с помощью государственной поддержки. | <p>ST-стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сохранение занимаемых позиций и уровня конкурентоспособности за счет сильных сторон. 2. Повышение цен из-за удорожания упаковки и тары, но сохранение покупателей за счет высокого качества продукции и системы скидок. 3. За счет широкой системы мотивации сохранять кадры от перехода к конкурентам. 4. Удовлетворять быстро меняющиеся потребности потребителей за счет широкого товарного ассортимента. |
| <p>Слабые стороны (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зависимость от зарубежных поставок. 2. Отсутствие молодых рабочих кадров. 3. Нарастание дебиторской задолженности. 4. Прямая зависимость от объемов приобретения товаров покупателями. | <p>WO-стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сотрудничая с учебными заведениями, привлекать молодых специалистов. 2. Постепенно переходить на сотрудничество с отечественными поставщиками и отказываться от зарубежных. 3. Разработка приложения, позволяющего увеличить объем реализации продукции и ускорить оформленные заказы. | <p>WT-стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сокращение зарубежных поставок приведет к падению объема продаж. 2. Сокращение платежеспособного спроса приведет к падению объемов продаж. |

После SWOT-анализа были определены стратегии развития, такие как:

1. Популяризация технологий электронной торговли открывает возможность увеличить объем реализации товаров и ускорить оформление заказа за счет разработки телефонного приложения, в котором можно сделать все быстро в онлайн режиме.

2. Развитие отечественного производства позволяет снизить риск сокращения зарубежных поставок и позволяет расширить ассортимент за счет отечественных товаров. При этом широкий ассортимент сможет удовлетворить быстро меняющиеся потребности потребителей.

3. Проблему отсутствия молодых кадров на предприятии поможет решить сотрудничество с учебными заведениями. Так развитие связей с местными учебными заведениями города Кемерово позволит студентам, проходящим учебную практику в «Союзупак», а после ее прохождения у них появится возможность построить карьеру в этой компании. Это выгодно как для компании, так и для учебных заведений.

В заключение следует сказать, что такие методы оценки, как сравнительный анализ на основе «7P» и SWOT-анализ, являются полезными инструментами, которые помогают компаниям независимо от отрасли и масштабов деятельности анализировать свое положение на рынке и разрабатывать стратегии для повышения своей конкурентоспособности.

В результате применения этих методов анализа на примере ООО «Союзупак» было определено его текущее положение на рынке – компания обладает существенными конкурентными преимуществами по отношению к ближайшим конкурентам, были разработаны направления действий для укрепления позиции на рынке. Поэтому следует считать, что компания является конкурентоспособной.

Список литературы

1. Бизнес и закон. Что такое конкуренция? Понятие, виды, примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessikon.ru/chto-takoe-konkurenciya-ponyatie-vidy-primery.html> (дата обращения: 29.09.2023).
2. Виноградова, Т. Г. Конкурентоспособность: методы и оценка [Электронный ресурс] / Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова // Известия СПбГАУ. – 2016. – № 43. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-metody-i-otsenka> (дата обращения: 19.09.2023).
3. Киселев, А. А. Основы стратегического менеджмента и сущность стратегического планирования в организациях : учебник / А. А. Киселев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 336 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599192> (дата обращения: 02.10.2023).
4. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург

: Издательство Уральского университета, 2014. – 195 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275940> (дата обращения: 02.10.2023).

5. Раджабов, Ф. Р. Конкурентоспособность и качество услуг и их место в маркетинговой стратегии предприятия сферы услуг [Электронный ресурс] / Ф. Р. Раджабов // ТДР. 2006. №12-I. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-i-kachestvo-uslug-i-ih-mesto-v-marketingovoy-strategii-predpriyatiya-sfery-uslug> (дата обращения: 02.10.2023).

6. СоюзУпак. О нас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://союзупак.рф/about> (дата обращения: 19.09.2023).

Геманова Ксения Дмитриевна, студент гр. ССб-201

Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент

(КузГТУ, г. Кемерово)

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ОТКРЫТИЯ КОМПЬЮТЕРНОГО КЛУБА В ГОРОДЕ КЕМЕРОВО В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В современном мире компьютеры и интернет стали неотъемлемой частью повседневной жизни любого человека. С развитием технологий пользование компьютером стало не только необходимостью, но и развлечением, что открыло огромные возможности для бизнеса.

Открытие компьютерного клуба дает возможность предоставлять широкий спектр услуг в сфере информационных технологий и развлечений для своих клиентов, где им предоставляют доступ к мощным компьютерам, игровым консолям, высокоскоростному интернету, современным компьютерным играм и уютным зонам для отдыха.

В России такие клубы приобрели особую популярность благодаря киберспорту – является официальным видом спорта, начиная с 2016 года, тогда его включили во всероссийский реестр видов спорта. Распространение данный вид спорта получил во время пандемии и после нее, т.к. главным его преимуществом является онлайн-формат, что было тогда весьма актуальным. К тому же данный вид спорта является прибыльным. Например, в 2021 году киберспортивная команда Team Spirit из России победила в международном турнире по Dota 2 и выиграла 18,2 млн. долларов [2]. Поэтому компьютерные клубы могут стать отправной точкой для молодых талантов, которые мечтают соревноваться на профессиональном уровне.

Популяризация данной сферы становится привлекательной для инвесторов и предпринимателей, что дает толчок к открытию такого бизнеса, как компьютерный клуб. Однако, среди множества уже существующих игровых центров и киберкафе, встает вопрос о целесообразности открытия такого предприятия. Поэтому в данной статье рассматривается возможность открытия компьютерного клуба «Game World» в городе Кемерово.

Для начала проведем анализ конкурентов. По данным сайта «2GIS» в Кемерово всего 5 компьютерных клубов в таблице 1 отобразим их сравнительный анализ.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что компьютерные клубы города Кемерово схожи друг с другом практически по всем параметрам сравнения. При этом наименьшую конкуренцию будет составлять «Полигон», так как при изучении отзывов было обнаружено, что в данном клубе используется низкоскоростной интернет и закуплены недостаточно мощные компьютеры, поэтому возможно именно из-за этого цена аренды компьютеров практически в 2 раза меньше, чем у других конкурентов.

Основную конкуренцию будет составлять «Мэйк Арена», так как имеет самую высокую оценку на сайте «2ГИС», поэтому можно сделать вывод, что данный клуб уже завоевал определенный круг потребителей, которые являются постоянными клиентами. Отличительная черта «Мейк Арены» – занимаются организацией корпоративов и турниров.

Но стоит отметить, что часто данные компьютерные клубы не могут разместить всех желающих, которые хотят воспользоваться их услугами, из-за чего возникает нехватка мест – это говорит о том, что в Кемерово имеется спрос на данные услуги, но предложения недостаточно. При этом ниша достаточно свободна, о чем свидетельствует небольшое количество данных предприятий, поэтому было бы актуально открыть еще один компьютерный клуб, который будет иметь название «Game World».

Таблица 1 – Сравнительный анализ компьютерных клубов г. Кемерово

| Параметр сравнения | Конкуренты | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|------------------------------|-------------------|-------------------------|------------------------------|
| | Viking Cyber Arena | Полигон | Мэйк Арена | WHYKIC К | Colizeum |
| Расположение | центральный район | центральный, ленинский район | центральный район | радуга, ленинский район | центральный, ленинский район |
| Цена аренды компьютеров, руб. за час | от 110-120 | от 50-70 | 120 | 80-100 | 100 |
| Пакетные тарифы – скидки | есть | есть | есть | есть | есть |
| Цена аренды игровой приставки, руб. | 200 руб. час | нет | 250 руб. час | 200 руб. час | нет приставки |
| Готовая еда/напитки | еда и напитки | нет | еда и напитки | напитки | нет |
| Собственный сайт | есть | нет | есть | нет | есть |
| Дополнительные услуги | нет | нет | есть | нет | нет |
| Оценка на основе отзывов 2ГИС | 4,3 | 3,7 | 4,8 | 4,7 | 4,7 |

Основные услуги, которые будут предоставляться компьютерным клубом «Game World»:

- почасовая аренда компьютеров;
- почасовая аренда игровой приставки;
- предоставление площадок для игровых турниров.

К дополнительным услугам будут относиться копировальные услуги и продажа игр. Также для посетителей будут предоставлять одноразовые тапочки – для комфорта и удобства, так как неприятно по несколько часов сидеть в уличной обуви за компьютером, так посетители будут чувствовать себя как дома. При этом компьютерный клуб будет предоставлять доступ к мощным компьютерам и игровому контенту 24 часа в сутки.

Проведя анализ рынка киберспортивного бизнеса в городе Кемерово, была выявлена актуальность его создания, но теперь проанализируем, рационально ли открытие данного бизнеса с экономической точки зрения [1, 4]. Для этого проведем оценку эффективности инвестиционного проекта с помощью следующих данных, используя сложные методы оценки:

1. Первоначальные затраты на открытие бизнеса равны 4121,5 тыс. руб.
2. Ежемесячные расходы равны 345,081 тыс. руб.
3. Планируемые ежемесячные доходы равны 590 тыс. руб.
4. Планируемая ежемесячная прибыль равна 244,919 тыс. руб.

Сложные методы – это методы, основанные на использовании концепции дисконтирования, учитывают временную стоимость денег и результаты функционирования проекта в течение всего расчетного периода [3]. Для оценки эффективности инвестиционного проекта рассчитаем следующие показатели:

1. Дисконтированный срок окупаемости проекта, метод расчета приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет дисконтированного срока окупаемости проекта [3]

| Период | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--|----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Номинальный денежный поток, тыс. руб. | -4121,50 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 |
| Дисконтированный денежный поток (ДДП), тыс. руб. | -4121,50 | 2671,84 | 2428,95 | 2208,14 | 2007,40 | 1824,91 |
| Ставка дисконта 10% | | | | | | |
| Накопленный дисконтированный денежный поток, тыс. руб. | -4121,50 | -1449,66 | 979,29 | 3187,43 | 5194,82 | 7019,73 |
| Срок окупаемости, лет | 1,6 | | | | | |

В результате срок окупаемости проекта равен 1 год и 6 месяцев.

2. Чистый дисконтированный доход (ЧДД) рассчитывается по формуле (1) [3]:

$$\begin{aligned} \text{ЧДД} &= (2671,84 + 2428,95 + 2208,14 + 2007,4 + 1824,9) - 4121,50 = \\ &= 7019,73, \end{aligned} \quad (1)$$

В результате чистый дисконтированный доход составил 7 019 730 руб., что значительно больше нормативного значения, который равен 0, это означает эффективность проекта для инвесторов.

3. Ставка доходности проекта (СДП) рассчитывается по формуле (2):

$$\text{СДП} = \frac{11141,23}{4121,50} = 2,70, \quad (2)$$

Таким образом, ставка доходности проекта составила 2,70, что значительно больше нормативного значения, который равен 1, это означает экономическую эффективность, вложенных средств.

4. Внутренняя ставка доходности проекта (ВСДП), методика расчета:

При ставке дисконтирования 10%, $\text{ЧДД} = 7019,73 > 0$.

При ставке дисконтирования 70%, проведем расчет ЧДД в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет ЧДД при ставке дисконтирования 70 %

| Период | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Номинальный денежный поток, тыс. руб. | -4121,50 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 | 2939,03 |
| Дисконтированный денежный поток (ДДП), тыс. руб. | -4121,50 | 1728,84 | 1016,96 | 598,21 | 351,89 | 206,99 |
| Суммарный приведенный поток, тыс. руб. | $1728,84 + 1016,96 + 598,21 + 351,89 + 206,99$ | | | | | |
| ЧДД, тыс. руб. | $= 3902,90 - 4121,50 = -218,60$ | | | | | |

Теперь $\text{ЧДД} = -218,60 < 0$, поэтому можно рассчитать ВСДП по формуле (3):

$$\text{ВСДП} = x + 10\%, \quad (3)$$

$$\frac{11141,23 - 4121,50}{11141,23 - 3902,90} = \frac{x}{70 - 10}$$

x = 58,19%

ВСДП = 68,19%

Из данных расчетов можно сделать вывод, что данный проект достаточно выгодный для инвесторов, так как ВСДП имеет довольно высокое значение 68,19 %, из-за чего данный проект будет устойчив при возникновении неблагоприятных экономических условий.

В заключение следует сказать, что с учетом проведенного анализа, открытие компьютерного клуба в городе Кемерово является интересным и прибыльным бизнес-проектом, который будет пользоваться спросом у потенциальных потребителей, особенно если при этом им будет предоставляться хороший сервис и высококачественное оборудование.

Список литературы

1. Munoz, O., Malyugin, A., Kolotovkina, E. 2019. The Most Efficient Use of the Real Estate Property in Managerial Decision Making. ICEME 2019 Proceedings of the 2019 10th International Conference on E-business, Management and Economics, Pages 80-84, July 15–17, 2019, Beijing, China, Beijing University of Technology, ACM New York, NY, USA. DOI=<https://doi.org/10.1145/3345035.3345073>.
2. Skillbox Media. Как победа Team Spirit на The International изменила отношение к киберспорту в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/gamedev/kak-pobeda-team-spirit-na-the-international-izmenila-otnoshenie-k-kibersportu-v-rossii/> (дата обращения: 20.09.2023).
3. Румянцева А. В. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учебное электронное текстовое издание / А. В. Румянцева, Л. М. Теслюк, Л. Л. Абржина ; научный редактор Н. М. Третьякова ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Институт «Высшая школа экономики и менеджмента», Департамент НОЦ «ИНЖЭК», Кафедра экономики природопользования. – Екатеринбург. – 2016. – 198 с. – Режим доступа: https://study.urfu.ru/Aid/Publication/13559/1/Tesluyk_Rumyantzseva_Abrgzina.pdf (дата обращения: 18.09.2023).
4. Чернышов, А.В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А.В. Чернышов, А.Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-прак. 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>.

Данилюк Станислав Валерьевич, студент гр. ФКмоз-221
Научный руководитель – Лубкова Эльмира Миннулловна,
д.э.н., профессор
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ООО «ИНТЕРМЕТ ГРУПП» МЕТОДОМ «ЗОЛОТОГО ПРАВИЛА БИЗНЕСА»

Методом оценки эффективности финансовой стратегии может служить «золотое правило бизнеса» [1].

$$T_{п} > T_{в} > T_{ск} > T_{а} > 100\% \quad (1)$$

где $T_{п}$ – темп роста прибыли; $T_{в}$ – темп роста объема продаж; $T_{ск}$ – темп роста собственного капитала; $T_{а}$ – темп роста капитала.

Для оценки эффективности действующей на предприятии финансовой стратегии следует проверить выше представленное соотношение. В случае, когда данное соответствие или какое-либо его равенство не выполняется на предприятии, требуется принять меры для предотвращения данного несоответствия для повышения эффективности стратегии на предприятии

В «золотом правиле бизнеса» выделяются четыре блока.

$$T_{а} > 100\% \quad (2)$$

Выполнение данного соотношения показывает увеличения активов организации в отчетном году по сравнению с базовым, что свидетельствует о расширении бизнеса.

Встречается вариант, где в формуле используется не 100 %, а годовой индекс цен. Такой вариант более надежный, поскольку сам рост стоимости организации не говорит об увеличении объемов. Погрешность оценки может вызывать инфляция, при которой растет стоимость имущества организации. Так на пример при значительной разнице в ценах, одно и то же количество товаров будет иметь разную стоимость в начале и в конце года.

$$T_{ск} > T_{а} \quad (3)$$

Это соотношение показывает повышение удельного веса собственных средств в балансе и занижение удельного веса заемных источников. Таким образом предприятие становится менее зависимым от внешних источников.

$$T_{в} > T_{ск} \quad (4)$$

Данное неравенство говорит о превышении роста дохода от использования собственного капитала над ростом его величины. У предприятия повышается оборачиваемость собственных средств и ускоряется его использование. Таким образом эффективность собственного капитала повышается.

$$T_{ч} > T_{в} \quad (5)$$

Выполнение этой части свидетельствует о более быстрых темпах роста прибыли по сравнению с ростом дохода от обычных видов деятельности. Это может происходить, если расходы снижаются быстрее чем доходы, или растут медленнее чем доходы.

В самых лучших условиях должны выполняться все части «золотого правила бизнеса». Тогда можно утверждать, что деятельность предприятия происходит без каких-нибудь проблем. Случает если в каком-нибудь неравенстве или по всем сразу есть не соответствие, то это свидетельствует о вероятности наступления банкротства. И предприятию нужно провести комплекс мер по улучшению финансовой стратегии [2].

Показатели оценки эффективности финансовой стратегии ООО «Интерметгруп» показаны в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Темп роста показателей на ООО «Интерметгруп»

| Показатель | 2021 | 2022 | Темп роста |
|-------------------------------|----------|----------|------------|
| Капитал тыс. руб. | 2708198 | 5724015 | 221 |
| Собственный капитал тыс. руб. | 1299374 | 2735811 | 110 |
| Выручка тыс. руб. | 13684129 | 19586915 | 143 |
| Чистая прибыль тыс. руб. | 366896 | 1617698 | 440 |

Таким образом, получаем следующие показатели для оценки эффективности с помощью метода «золотого правила бизнеса»:

1. $T_{п}$ – темп роста прибыли = 440 %;
2. $T_{в}$ – темп роста объема продаж = 143 %;
3. $T_{ск}$ – темп роста собственного капитала = 110 %
4. $T_{а}$ – темп роста капитала = 221 %.

Дальше следует поверит эффективность финансовой стратегии методом «золотого правила бизнеса».

$$T_{п} > T_{в} > T_{ск} < T_{а} > 100\% \quad (6)$$

На основе проведенных расчетов получено следующее соотношение

$$440 > 143 > 110 < 221 > 100\% \quad (7)$$

Золотое правило бизнеса не выполнено, то есть финансовая стратегия не эффективна.

$$T_a > 100\% \quad (8)$$

Выполнение данного соотношения показывает увеличения активов организации в отчетном году по сравнению с базовым, что свидетельствует о расширении бизнеса.

$$T_{ск} < T_a \quad (9)$$

В результате видно, что снижается удельный вес собственных средств в общей величине капитала. Предприятие стало более зависимым от внешних источников.

$$T_v > T_{ск} \quad (10)$$

Данное неравенство говорит о превышении роста дохода от использования собственного капитала над ростом его величины. У анализируемого предприятия повышается оборачиваемость собственных средств и ускоряется его использование, то есть эффективность собственного капитала повышается.

$$T_{п} > T_v \quad (11)$$

Выполнение этой части свидетельствует о более быстрых темпах роста прибыли по сравнению с ростом дохода от обычных видов деятельности. Это может происходить, если расходы снижаются быстрее чем доходы.

В общем итоге финансовую стратегию можно считать неэффективной. Поскольку темп роста собственного капитала не превышает темп роста капитала. Для повышения эффективности финансовой стратегии рекомендуется повысить удельный вес собственных средств в капитале.

Рекомендации по повышению эффективности финансовой стратегии ООО «Интерметгрупп»:

1. Обосновывать и планировать большие объемы финансовых средств у учредителей;
2. Привлекать частных инвесторов, заинтересованных в участии в данном бизнесе.

Список литературы

1. Стоянова, Е. С. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Е. С. Стоянова, Л. А. Молчалова. – Москва : Изд-во Перспектива, 2010. – 656 с.

2. Кормишина, А. А. Учётно-аналитическое обеспечение управления собственным капиталом корпоративной структуры транспортного комплекса / А. А. Кормишина // Молодой учёный. – 2019. – № 16 (254). – С. 181-184.
3. Отчетность ООО «Интерметгрупп» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2021/7730565447> (дата обращения: 10.09.2023).

Даценко Анастасия Андреевна, студент гр. ЗБ-МУБ19-2
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ТЕХНОПАРКИ - НОВАЯ ФОРМА БИЗНЕС-АЛЬЯНСОВ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ

Для создания и реализации инноваций в экономике необходимы конкретные структуры, которые смогут поддержать, реализовать создание и продвижение инноваций. Такие структуры существуют – это технопарки. Технопарки можно реализовывать в различных сферах, например, высоких технологий, промышленности, агропромышленности. Технопарк, в сфере высоких технологий — это комплекс объектов, зданий, строений, сооружений и оборудования, который предназначен для обеспечения запуска и вывода на рынок высокотехнологичной продукции и услуг, технологий, в том числе за счет территориальной интеграции с научными и (или) образовательными организациями [1, 5]. На 2021 год в России существует 183 технопарка в 54 регионах, включая 92 промышленных технопарка, из которых 67 действующих и 25 создаваемых. Перечислю три технопарка, которые являются одними из лучших в России: технопарк Анкудиновка, Эл-ма и Лихачевский. Существуют различные рейтинги с ними можно ознакомиться в интернете дополнительно.

На данный момент не существует конкретного определения технопарков, следующее обобщенное определение приведено из статьи. Технопарки – научно-производственный территориальный комплекс, самостоятельная организационная структура, задачей которой является формирование дружественной среды для поддержки малого и среднего научно-технического предпринимательства [2, 6].

Существует три вида технопарков: технологические инкубаторы; исследовательские / научные парки; технологические ареалы.

Основная деятельность технологических инкубаторов – это коммерциализация различных научных разработок.

Исследовательские / научные парки взаимосвязаны с университетами, так как в университетах находятся наукоемкие исследования и квалифицированные кадры.

Технологические ареалы – это кластер предприятий, которые функционируют в конкретных областях экономики и территориально находятся в одном регионе. У данных предприятий один рынок труда, инфраструктура и схожие риски [3, 7].

Бизнес-альянс – долгосрочное соглашение между двумя или более самостоятельными предприятиями по сотрудничеству в области сбыта продукции, научных исследований и опытно-конструкторских разработок, производства продукции, технологического развития и прочего [4].

Наличие в стране развитых и действующих технопарков положительно влияет на развитие экономики страны. Эта структура предполагает собой создание инновационных проектов через полный жизненный цикл, что хорошо подойдет для России в условиях ограниченности логистики и поставок из-за рубежа ввиду санкций (см. рис. 1).

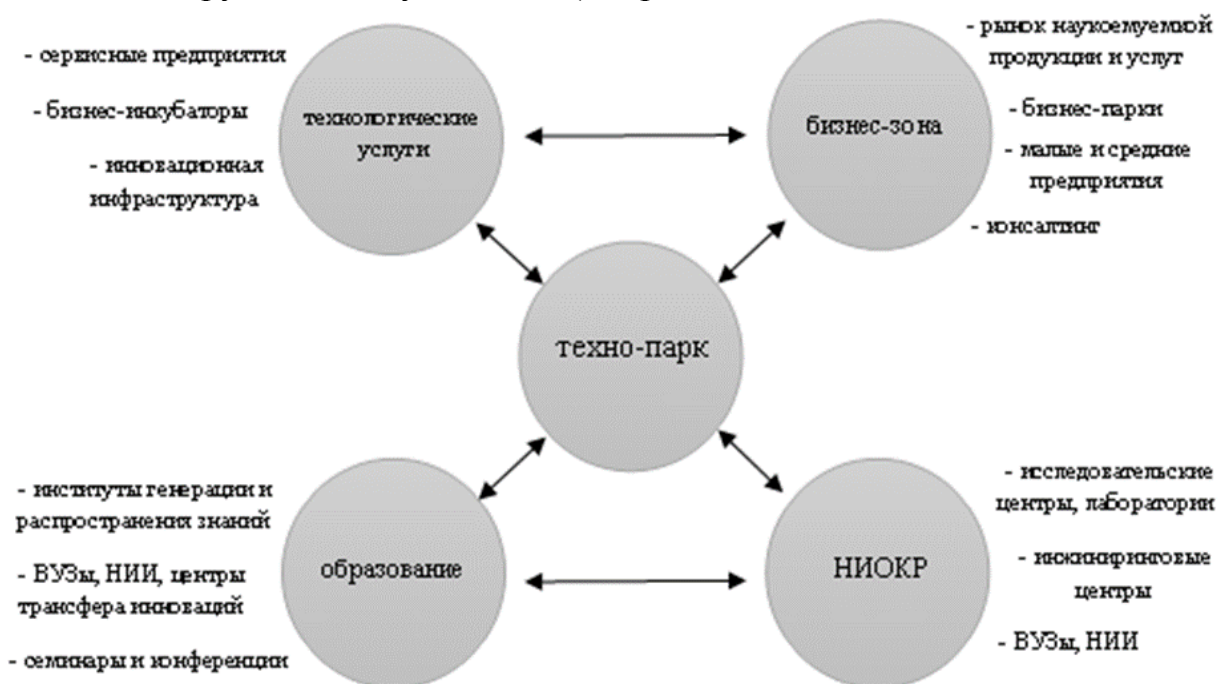


Рисунок 1 – Структура технопарка [1]

Для технопарков, которые работают в секторе высоких технологий, была определена финансовая поддержка [8]. В июне 2023 года вышло постановление Правительства РФ, в котором прописаны определенные условия. Главным пунктом для получения государственной финансовой поддержки является – практическое внедрение компаниями-участниками научно-технических и инновационных разработок в производство промышленной продукции, а также выведение на рынок новых продуктов, технологий и услуг. Возникает вопрос: что из себя предполагает господдержка? Компании могут рассчитывать на компенсацию (частичное возмещение затрат) за затраты, которые они понесли при создании, улучшению, реконструкции объектов технопарков. А объем поддержки будет рассчитываться исходя из уплаченных резидентами парков налогов и таможенных пошлин [9, 10].

Существуют три основных модели строительства технопарков: американская, европейская и азиатская. На выбор модели технопарков влияют различные факторы: градостроительные, экологические, социальные, развитость транспортной системы и т. д. Мы рассмотрим европейскую модель. Европейская модель – наиболее распространённая среди современных технопарков. Планировочная организация данной модели технопарков основывается на создании специализированного здания, предназначенное для большого размещения фирм; преимущественно размещение на территории кампусов с огромной историей; большие озеленённые рекреационные территории; хорошее качество архитектурных решений зданий или комплексов технопарков.

В качестве примера рассмотрим проект строительства современного Технопарка ГМУ им. адмирала Ф. Ф. Ушакова. Завершение строительства запланировано на начало 2024 года. Заказчиком объекта выступает государственное ФКУ «Ространсmodernизация». Государство выделило на этот проект в рамках федеральной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» порядка 860 млн рублей. Строительство объекта ведет генеральный подрядчик ООО «СПК «Мегапир». Средства, которые направлены на строительство и ремонт технопарка в общем объеме финансируются из федерального бюджета. По завершении работ и открытию технопарка институт станет его пользователем, он также являлся инициатором создания технопарка изначально [11].

Таким образом, подводя итоги нашего исследования, можно сделать вывод о том, что технопарки в сегодняшних российских реалиях выступают одним из важнейших институтов обеспечения устойчивого функционирования отечественной экономики в условиях конкурентного противодействия недружественных стран [2]. Они помогают интенсифицировать процессы импортозамещения по критически важным технологиям в промышленности, создают благоприятную среду для повышения конкурентоспособности российских экономических агентов, таких как предприятия и организации, муниципальные органы власти и регионы РФ. Безусловно деятельность технопарков оказывает положительный мультипликационный эффект на всю экономику нашей страны в целом.

Список литературы

1. Ежегодный обзор «Технопарки России и Беларуси – 2021» [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://investugra.ru/upload/Tehnoparki_obzor_2021_compressed%20\(2\).pdf](https://investugra.ru/upload/Tehnoparki_obzor_2021_compressed%20(2).pdf) Дата обращения 9.09.2023.
2. Коряков, А. Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия / А. Г. Коряков // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.
3. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.

4. Растворцева, С. Н. Методика оценки экономического потенциала для развития кластеров в регионе / С. Н. Растворцева, Л. Т. Снитко, Н. А. Череповская // Дайджест-финансы. – 2013. – № 9 (225). – С. 18-29.
5. Коряков, А. Г. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года / А. Г. Коряков, С. Г. Басалов, Д. Н. Баранов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 20.
6. Трифонов, И. В. Комьюнити-менеджмент как уникальное конкурентное преимущество компании / И. В. Трифонов // Инновационное развитие экономики. – 2022. – № 1-2 (67-68). – С. 198-207.
7. Тумин, В. М. Информационная прозрачность предприятия как фактор его устойчивого развития в условиях кризиса российской экономики / В. М. Тумин, А. Г. Коряков, П. А. Костромин // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2016. – № 2 (17). – С. 71-76.
8. Бобрышев, А. Д. Технологии разработки и реализации проекта совершенствования организационного механизма для обеспечения устойчивости компании / А. Д. Бобрышев // Страховое дело. – 2011. – № 10 (225). – С. 16-22.
9. Коряков, А. Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства / А. Г. Коряков // Российское предпринимательство. – 2012. – № 15 (113). – С. 26-30.
10. Киселева, Т. В. Оценка основных подходов к определению состояния эколого-экономических систем / Т. В. Киселева, В. Г. Михайлов // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2007. – № 9 (72). – С. 31-32.
11. Шестакова, О. Г. Методологический аспект формирования человеческого капитала в условиях инновационной экономики / О. Г. Шестакова, Е. В. Скубрий // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2019. – № 3 (21). – С. 84-88.

Дегоян Анаит Вагановна, студент гр. ЭУб-201
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕДИНЕННЫХ АРАБСКИХ ЭМИРАТОВ ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ

В сложившихся экономических условиях одной из важнейших проблем является обеспечение и повышение конкурентоспособности страны. Чем выше конкурентоспособность страны, тем больше потенциальных инвесторов готовы вложить средства во благо экономического роста и развитию государства.

За последние несколько десятилетий были разработаны различные подходы для оценки уровня конкурентоспособности страны. Создание общего рейтинга с использованием совокупности показателей, а также исследование стран в течение данного процесса, являются одним из таких подходов. Методика рейтинговых оценок имеет системно-комплексный характер и основана на ранжировании государств в соответствии со значениями отобранных для анализа ключевых показателей.

Целесообразность и актуальность использования данных мировых рейтинговых показателей в анализе конкурентоспособности государства объясняется их независимостью формирования, что дает рассмотреть реальное положение исследуемого государства наилучшим образом. В основном, потенциальные инвесторы часто пользуются именно этими статистическими данными для того, чтобы принять решение о капиталовложениях.

В последнее время ОАЭ являются объектом инвестиционных интересов благодаря развитой инфраструктуре, выгодной бизнес – среде и устойчивых позиций в последних опубликованных рейтингах [1].

Несколько интересных фактов об Объединенных Арабских Эмиратах: страна Ближнего Востока, которая расположена на берегу Персидского и Оманского заливов, состоящая из семи эмиратов. Один из самых богатых в мире государств – своеобразный оазис процветания среди бесплодной пустыни. Всего полвека назад на том месте, где сейчас раскинулись Эмираты, была лишь пустыня, однако обнаруженная в недрах нефть послужила основой финансового благополучия этого государства, ныне являющего собой интереснейшую смесь из современных технологий и древней арабской культуры.

В первую очередь, вкладчики ориентируются на мировые экономические рейтинги при принятии решения об открытии бизнеса. Разработкой международного рейтинга «Ведение бизнеса» (Doing business) занимается Всемирный банк с 2003г. Он служит методом оценки благоприятности условий, которая предоставляет страна для предпринимательства и включает десять составляющих: государственная регистрация компаний, обеспечение исполнения условий контрактов, получение разрешения на строительство, регистрация собственности, внешняя торговля, уплата налогов, разрешение проблем неплатежеспособности, подключение к системе энергетического снабжения и т.д. В 2019 году ОАЭ занимали 11 место (РФ – 31 место, а 1 место – Новая Зеландия) в рейтинговом списке Doing business, показывая лучшие результаты по следующим критериям: получение разрешений на строительство, разрешение на подключение к системе энергоснабжения и уплата налогов. Ниже, в таблице 1 указаны значения показателей ведения бизнеса за 2015-2020 гг.

В рейтинге «Уплата налогов» (Paying Taxes) оценивается сложность исполнения обязательств по налогам и сборам. В 2019 году Арабские Эмираты заняли 2 место из 190 стран (у РФ – 53, у Саудовской Аравии –

78, у Гонконга (Китай) – 1). Основной причиной привлечения иностранцев в Объединенные Эмираты является лояльность налоговой системы страны по отношению к различным категориям резидентов и нерезидентов (физических и юридических лиц). Также выгодно отличает ОАЭ от других стран мира отсутствие в стране подоходного налога и сборов почти со всех сегментов бизнеса, кроме отрасли по добыче нефти и банков-нерезидентов. [2].

Таблица 1 – Показатели конкурентоспособности ОАЭ, РФ и Новой Зеландии за 2015-2020 гг.

| Страна – значение, % | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|
| ОАЭ | 76,8 | 75,1 | 76,9 | 78,3 | 81,3 | 80,9 |
| РФ | 66,7 | 71,0 | 73,2 | 75,5 | 77,4 | 78,2 |
| Новая Зеландия | 86,9 | 86,8 | 87,0 | 86,5 | 86,6 | 86,8 |

Независимые инвестиционные рейтинги международных агентств играют большую роль среди макроэкономических рейтингов, характеризующих конкурентоспособность государства. Одной из таких является корпорация Standard & Poor's Financial Services LLC, занимающаяся исследованиями финансовых рынков. Standard & Poor's (стандартный/бедный) в 2019 году присвоила ОАЭ рейтинг «АА» и «А-1+». Это означает, что благоприятная экономическая среда в Объединенных Эмиратах позволяет стране обеспечить своевременную выплату процентов по долговым обязательствам. Грамотное использование иностранных инвестиций и зарубежных кредитов с низкими процентными ставками дает возможность улучшить экономическое состояние государства. Исходя из этого, следует сохранить и усилить позиции страны в инвестиционном рейтинге в дальнейшем.

Global Competitiveness – рейтинг глобальной конкурентоспособности составляется Всемирным экономическим форумом и охватывает 140 государств. В 2019 году ОАЭ занимали 25 место (у РФ – 43 место, 1 место – Сингапур). Этот индекс оценивает эффективность использования ресурсов государства, а также его способность к обеспечению высокого уровня благосостояния населения [5].

Потенциальные инвесторы, кроме экономических рейтингов, также используют результаты мировых общественных рейтингов, оценивающих состояние социальной среды страны, для принятия дальнейших решений.

Рейтинг Worldwide Governance Indicators (мировые показатели государственного управления), охватывающий 200 стран, составляется Всемирным банком. Наиболее сильные показатели у Арабских Эмиратов в данном рейтинге по борьбе с коррупцией (8 место), по политической стабильности (8 место) и эффективности деятельности правительства (8 место). В остальных сферах показатели тоже высокие по сравнению с другими арабскими государствами, так в рейтинге верховенства закона ОАЭ находятся на 10 позиции, по регуляторному качеству – на 9 позиции.

The Human Freedom Index (Индекс свободы человека) показывает степень связи уровня дохода граждан и свободой человека и охватывает 162 государства. 12 категорий индекса свободы человека:

- Верховенство закона;
- Охрана и безопасность;
- Движение;
- Религия;
- Ассоциация, собрание и гражданское общество;
- Выражение и информация;
- Личность и отношения;
- Размер правительства;
- Правовая система и права собственности;
- Свобода международной торговли;
- Доступ к надежным деньгам;
- Регулирование.

По данному показателю Арабские Эмираты находятся на 148 месте, в то время как Израиль, Россия и на Саудовская Аравия 53, 127 и 157 соответственно. Индекс по данному показателю составляет от 0 – 10 баллов и равняется среднему арифметическому двух значений: величины личной свободы и экономической свободы граждан анализируемого государства. Лидером в данном рейтинге является Новая Зеландия с индексом 8,88.

Таблица 2 – Данные индексов свободы человека в ОАЭ, РФ и Саудовской Аравии за 2015-2021 гг.

| Страна | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| ОАЭ | 6,24 | 6,36 | 6,39 | 6,29 | 6,13 | 6,17 | 6,06 |
| РФ | 6,36 | 6,39 | 6,11 | 6,27 | 6,34 | 6,31 | 6,23 |
| Саудовская Аравия | 5,37 | 5,31 | 5,37 | 5,48 | 5,42 | 5,29 | 5,12 |

Как видно из данных таблицы, низкие значения имеют категории личной свободы человека, что связано тоталитарным режимом, который регламентируется действующим законодательством страны. В частности, граждане не имеют право менять правительство и создавать политические партии. Несмотря на быстрые темпы экономического роста, Арабские Эмираты во многом отстают от Европейских государств в плане обеспечения защиты прав и свобод человека. Это обусловлено как государственной религией – исламом, так и традиционным складом общества, проживающего на территории страны.

В рейтинге Global Law and Order (Глобальный закон и порядок), который публикуется с 2015 года американским институтом общественного мнения Gallup World Poll, оценивается уровень безопасности на основе опроса граждан 142 государств. Участники в количестве более 120 тысяч человек отвечают на вопросы о доверии к правоохранительным органам, безопасности человека в ночное время на улицах своего района и о воз-

можном столкновении с кражей, разбоем или грабежом за последний год. В 2019г. ОАЭ занимают 3 место в данном списке в результате эффективной реформы правоохранительных органов и борьбы с коррупцией в них [3].

С 2014 года ООН и ЮНИСЕФ составляют индекс хороших стран или The Good Country, который характеризует вклад 153 государств в развитие планеты. Этот индекс дает возможность установить следующее: исследуемая страна способствует развитию планеты Земля или, наоборот, является для нее бременем? Здесь Арабские Эмираты занимают 65 место (РФ – 54 место, Саудовская Аравия – 114 место) с максимальными значениями показателей в сферах вклада в международную культуру, поддержки здоровья и благополучия людей [4].

Получение гражданства является важным условием для потенциальных иностранных вкладчиков, планирующих инвестиционные проекты в ОАЭ. Henley Passport Index показывает уровень свободы передвижения граждан страны и составляется международное агентство Henley & Partners по 199 государствам. В данном рейтинге ОАЭ занимает 15 место. Паспорт гражданина Арабских Эмиратов дает возможность посетить 172 государства без визы либо на условиях упрощенного режима прохождения контроля (у России – 4 место, т.е. доступ в 118 государств) [5].

Таким образом, одной из важнейших задач, стоящих перед государственной политикой, является обеспечение и повышение конкурентоспособности страны в комплексе с национальной экономикой и социальной средой. Арабским Эмиратам удалось за 50 лет достичь устойчивого экономического благополучия, являясь одной из стран Ближнего Востока, с географической точки зрения, и выступающей с «абсолютным нейтральным» отношением к Западу и Востоку, с политической точки зрения. Этому способствовала эффективная политика вложения средств в области туризма, сельского хозяйства, науки и образования, а также промышленности. Позиции Объединенных Арабских Эмиратов в международных рейтингах сильны в борьбе с коррупцией, открытии предпринимательской деятельности, системе налогообложения. В рамках реализации государственной политики при определении стратегии повышения конкурентоспособности страны нужно руководствоваться следующими подходами: улучшение или поддержание областей с низким индексом в рейтинговом списке и стимулирование и финансирование сфер, обладающих конкурентным преимуществом.

Список литературы

1. Международный обзор: Объединённые Арабские Эмираты URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/mezhdunarodnyj-obzor-obedinyonnye-arabskie-emiraty/> (Дата обращения: 05.10.2023).
2. Рейтинг стран по легкости ведения бизнеса (Doing Business) URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/doing-business> (Дата обращения: 05.10.2023).

3. Еремина, Е. С. Объединенные арабские Эмираты в мировой экономике / Е. С. Еремина, Р. Я. Шамгунова // Актуальные проблемы образования: позиция молодых: Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Челябинск, 05–29 апреля 2021 года. Том Часть 1. – Челябинск: Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2021. – С. 97-99.
4. Мелкумян, Е. С. Развитие арабских монархий залива: прорыв в будущее / Е. С. Мелкумян // Азия и Африка сегодня. – 2020. – № 2. – С. 37-42.
5. Сороко, П. О. Конкурентные позиции арабских стран на мировом рынке туризма / П. О. Сороко // Беларусь в современном мире: Материалы XVIII Международной научной конференции, посвященной 98-летию образования Белорусского государственного университета, Минск, 30 октября 2019 года / Белорусский государственный университет. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – С. 534-538.

Дегоян Анаит Вагановна, студент гр. ЭУБ-201
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РИСКИ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА ДЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Из всех проблем, связанных с внешнеторговым товарооборотом, проблема параллельного импорта, пожалуй, самая насущная. Понятие параллельного импорта возникло еще в 1988г. в Евросоюзе, когда было принято решение об установлении следующих принципов: свободное движение товаров (в частности – лекарственных средств) на внутреннем рынке ЕС и исчерпание исключительных прав внутри объединенного рынка ЕС. Легализация параллельного импорта активно началась в 2000х годах в США, Турции, Испании и др. государствах.

Параллельный импорт – это экономический термин. Аналогичным термином в сфере юриспруденции выступает принцип исчерпания исключительных прав патентообладателей. Исчерпание прав патентообладателей бренда заключается в свободном перемещении того или иного оригинального товара, введенного в законный товарооборот правообладателем или другим уполномоченным лицом.

На данный момент Правительством России принято Постановление № 506 от 29 марта 2022 года «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса России...». Это означает, что за ввоз третьими лицами иностранных товаров параллельно или в обход официальных дистрибьютеров не грозит гражданско – правовая ответственность. Согласно данному положению, легализация распространяется на определенные виды продукции, (их перечень можно найти в соответствующих нормативных документах), которые

подобраны рядом государственных органов исполнительной власти и Минпромторгом, исходя из потребительских интересов граждан относительно той или иной продукции. Относительно данных правоотношений в гражданское законодательство были введены корректировки.

Мнения специалистов об оправданности и эффективности применения параллельного импорта в Российской Федерации являются неоднозначными. Одни считают, что легализация параллельного импорта инструмент для насыщения рынка дефицитными продуктами и снижения монополизации рынка крупными производителями. Другие утверждают, что «серый» импорт станет поводом для наполнения рынка некачественными товарами и будет нести риски для конкурентоспособности отечественных производителей.

Сначала нужно рассмотреть положительные и отрицательные последствия параллельного импорта, как экономико-правового явления.

Положительные последствия разрешения параллельного импорта:

1. Насыщение рынка необходимыми товарами. В условиях действующих санкций на РФ оно является инструментом для устранения дефицита импортных товаров.

2. Увеличение числа посредников, обеспечивающих ввоз иностранного товара на территорию РФ, способствует развитию конкуренции на рынке импортных товаров и защиты от монополизации рынка.

3. Снижению цен на уникальные товары. Как пример могут выступать продукции, в производство которых использовались высокие технологии и предметы роскоши, поскольку кроме официальных дистрибьюторов теперь данные продукты могут ввозить и другие импортёры, что в дальнейшем приведет к развитию конкуренции на рынке.

4. Сокращение сроков покупки товаров зарубежных фирм. Если рассмотреть классический механизм ввоза иностранных товаров в страну, то можно понять, что товар проходит долгий путь до того, как «попадет в руки» потребителя: продукт от владельца бренда поступает в таможенную, оттуда – в РФ, затем передается официальному дистрибьютеру данного бренда в стране. Официальный дилер передает товар местному продавцу, последний – покупателю. Параллельный импорт позволяет сократить данный путь: продукт передается от правообладателя товарного знака в таможенную, затем продавцу, находящегося на территории страны. Продавец реализует свой товар, то есть продукт дается конечному потребителю.

5. Расширение ассортиментной линейки известных товаров. Увеличение числа дилеров влечет за собой роста ассортимента продукции на рынке, и возможности для покупателя выбрать подходящий себе товар.

Сторонники применения государством параллельного импорта считают, что это эффективный способ борьбы со злоупотреблениями правообладателей принадлежащим им исключительным правом на товарный знак. Имеется в виду, что в двух разных государствах один и тот же производитель на один и тот же продукт может устанавливать разные цены, несмотря на то, что значительного роста экономических издержек нет. Такая

ценовая политика в особенности нарушает интересы жителей приграничных областей. Например, ООО «ПАГ», которое находится в Калининградской области, закупка бумаги для аппарата УЗИ была осуществлена в Польше по причине того, что на российском рынке данный товар стоит в несколько раз больше. Правообладатель в лице компании Sony обратился в арбитражный суд, который признал товар контрафактным [1].

Наконец, сторонники легализации параллельного импорта считают, что данная мера оздоровит конкурентную среду и поспособствует развитию единого экономического пространства.

Отрицательные последствия разрешения параллельного импорта:

1. Рост числа дилеров, занимающихся ввозом оригинальных товаров на территорию государства, усиливает насыщение рынка товарами иностранного производства

2. Наполнение рынка товарами иностранного производства содействует сокращению числа отечественных производителей подобных товаров, уменьшению объема национального производства и снижению уровня ВВП

3. Снижение налоговых поступлений в бюджет (около 3 млрд долларов)

4. Рост объема некачественных и небезопасных товаров (в частности – лекарственных средств и игрушек для детей), связанный с неполным правовым регулированием отношений в данной сфере.

Рассмотрим влияние легализации параллельного импорта на рост импортных товаров в стране. По данным Федеральной таможенной службы в апреле 2022 г. импорт в РФ сократился на 30 % по сравнению с прошлым годом, а за последние 6 месяцев отмечалось снижение импорта на 15-16% по сравнению с 2021г. Таким образом, после введения поправок в законодательство РФ о параллельном импорте, доля импорта в общем объеме внешнеторгового оборота страны вырос на 14-15% по сравнению с апрелем минувшего года [4].

Кроме того, насыщение рынка товарами иностранного производства ведет к сокращению числа отечественных производителей тех же товаров, и создает благоприятные условия для монополизации отечественной индустрии и развития недобросовестной конкуренции на рынке импортных продуктов. Например, крупнейшими производителями легковых автомобилей в России являются компании «АвтоВАЗ» и «LADA Sport». В список импортируемых товаров в РФ в процессе легализации параллельного импорта вошли около 50 марок автомобилей иностранного производства, которые влияют на конкурентоспособность российских изготовителей, тем самым подавляя продажу моделей отечественной индустрии.

Легализация параллельного импорта в долгосрочной перспективе ведет к росту объема импортных товаров на рынке, что в свою очередь приводит к снижению желания российских производителей произвести аналогичные товары.

Нужно отметить, что частное разрешение параллельного импорта в краткосрочной перспективе носит позитивный характер, поскольку способствует устранению дефицита импортных товаров, усилению конкуренции, снижению цен на уникальные товары. Данный механизм помогает защитить рынок от монополизации и расширить ассортимент товаров. Несмотря на это, легализация параллельного импорта в долгосрочной перспективе выступает инструментом насыщения внутреннего рынка товарами иностранного производства. Это приводит к сокращению российских производителей подобных товаров, снижению конкуренции на рынке отечественных товаропроизводителей и уменьшению объема реального ВВП, то есть национального производства. Также, развитие экономики России в будущем будет зависеть от доли импортируемых товаров, а не от количества и качества отечественной индустрии.

Правительству необходимо принять меры по урегулированию нормативно-правовой базы относительно данной сферы. Нужно способствовать росту национального производства аналогичных товаров, упрощению кредитования российских товаропроизводителей под низкие проценты, тем самым оказывая воздействие на рост отечественных товаров на рынке и уменьшению продуктов иностранного производства. Также необходимо понимать, что легализация параллельного импорта является вынужденной мерой для избегания товарного дефицита, устранения роста цен и монополизации рынка.

Список литературы

1. За 9 месяцев внешнеторговое сальдо РФ выросло до \$251 млрд, поставив рекорд – ФТС [Электронный ресурс]: URL: <http://www.finmarket.ru/news/5826766> (Дата обращения: 05.10.2023).
2. Агамагомедова, С. А. Проблема параллельного импорта в России в условиях глобализации / С. А. Агамагомедова, Ю. С. Любарец // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2019. – № 2 (10). – С. 63-71.
3. Метелицкая, Ю. В. Легализация параллельного импорта в Российской Федерации: плюсы и минусы / Ю. В. Метелицкая // Вопросы российской юстиции. – 2022. – № 22. – С. 208-219.
4. Сонич, А. А. Потенциальные последствия легализации параллельного импорта в России в 2022 году / А. А. Сонич // Вопросы российского и международного права. – 2022. – Том 12. – № 3А. – С. 98-104.

Дорожкина Наталья Валерьевна, старший преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ»

Конкурентоспособность предприятия характеризует его возможность реально или потенциально удовлетворить конкретные потребности потребителей по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке, в котором специализируется данный хозяйствующий субъект [2].

В ходе исследования была дана оценка конкурентоспособности крупной региональной организации – АО «Кемеровоспецстрой».

АО «Кемеровоспецстрой» динамично развивающаяся дорожно-строительная организация. Общие тенденции развития отрасли строительство в 2022 году АО «Кемеровоспецстрой» оценивает, как умеренно оптимистичные, ведутся переговоры с организациями-инвесторами по вопросам строительства объектов производственного и непроизводственного назначения, объектов долевого строительства. На 2023 год запланированы работы по подготовке проектной документации на строительство объекта на пр. Комсомольский стоимостью более 315 млн руб., плановые доходы по объекту ремонт автодороги по ул. Волгоградская составляют более 227 млн руб., стоимость строительства объекта по ул. Заречная запланирована в размере более 264 млн руб.

Рейтинг АО «Кемеровоспецстрой» по основным показателям в регионе Кемеровская область-Кузбасс представлен в таблице 1.

Согласно данным информационной системы АО «Кемеровоспецстрой» по объему выручки занимает 70 место в регионе, по стоимости имущества занимает 45 место и 66 место по стоимости бизнеса. Ближайшими конкурентами по выручке в регионе являются ООО «Шахта «Алардинская» и АО «Топпром».

Рейтинг АО «Кемеровоспецстрой» в отрасли «Строительство, ремонт и обслуживание дорог, мостов, тоннелей, аэродромов и ЖД путей» и основные конкуренты представлены в таблице 2.

Таблица 1 – Рейтинг компаний по показателям в регионе

| Наименование | Значение показателя, млн руб. | Место в регионе |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------|
| | Объем выручки | |
| АО «Топпром» | 11749 | 68 |
| ООО «Шахта «Алардинская» | 11719 | 69 |
| АО «Кемеровоспецстрой» | 11522 | 70 |
| ООО «Участок "Коксовый» | 11510 | 71 |
| АО «Кузнецкивестстрой» | 10905 | 72 |
| | Стоимость имущества | |
| ООО «СДС-строй» | 19314 | 30 |
| АО «Салек» | 8761 | 44 |
| АО «Кемеровоспецстрой» | 7881 | 45 |

Продолжение таблицы 1

| | | |
|---------------------------|-------------------|----|
| ООО «Джой Глобал» | 7055 | 46 |
| АО «Капролактам Кемерово» | 5815 | 47 |
| | Стоимость бизнеса | |
| НО «Фонд РЖС» | 6657 | 64 |
| ООО «КЭНК» | 6548 | 65 |
| АО «Кемеровоспецстрой» | 6512 | 66 |
| ООО «Гринлайт» | 6446 | 67 |
| АО «Степановский» | 6022 | 68 |

Таблица 2 – Основные конкуренты АО «Кемеровоспецстрой»

| Предприятие | Выручка, млн руб. | Активы, млн руб. | Возраст, лет |
|------------------------|-------------------|------------------|--------------|
| АО «Кемеровоспецстрой» | 11522 | 7880 | 26 |
| АО «Автодор» | 4303 | 2438 | 11 |
| ООО «Кузбассдорстрой» | 4208 | 4840 | 21 |
| ООО «Лель» | 1055 | 543 | 26 |
| ООО «Региондорстрой» | 648 | 556 | 9 |

Из таблицы можно сделать вывод, что АО «Кемеровоспецстрой» находится на первом месте среди других компаний в отрасли дорожного строительства по показателям выручки (более 11,5 млрд.руб.), стоимости имущества (более 7,8 млрд руб.) и возрасту компании (26 лет).

В ходе исследования на основе финансовых результатов была выполнена оценка показателей надежности АО «Кемеровоспецстрой», результаты которой представлены в таблице 3 [1].

Таким образом, в ходе исследования риски сотрудничества с данной дорожно-строительной организацией не выявлены.

Для изучения сильных и слабых сторон, угроз и возможностей был проведен SWOT-анализ. SWOT- анализ позволяет определить причины эффективной или неэффективной работы компании на рынке, сделать вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам [3].

Окончательная матрица SWOT-анализа представлена в таблице 4.

Таблица 3 – Оценка надежности АО «Кемеровоспецстрой»

| Показатели | Оценка | Значение показателя |
|--------------------------------------|--------|--|
| Сроки осуществления деятельности | +17 | 26 лет компания работает на рынке. |
| Размер уставного капитала | +14 | Большой уставный капитал (3,5 млн). |
| Осуществление деятельности | +12 | Компания активно ведет деятельность. |
| Финансовые результаты | +10 | По итогам 2022 года получена чистая прибыль в размере – 1164 млн руб. |
| Наличие собственных основных средств | +8 | На начало базисного года – 1086 млн руб. На конец отчетного года – 1420 млн руб. |

Продолжение таблицы 3

| | | |
|--|------|---|
| Наличие квалифицированных кадров | +6 | 958 человека, в том числе рабочие 733 чел. |
| Уровень заработной платы | +4 | 63,5 тыс. руб. |
| Ликвидность активов | +4 | Показатели ликвидности выше нормы: коэффициент абсолютной ликвидности 1,3, коэффициент текущей ликвидности 2,1. |
| Участие в реализации национальных проектов | +2 | Активный участник «национального проекта безопасные и качественные дороги России». |
| Участие в госзакупках | +2 | 178 контракта по выполнению работ по дорожному строительству и ремонту в рамках 44-ФЗ. |
| Наличие недвижимости в собственности | +2 | Стоимость на конец 2022 года более 10 млн руб. |
| Расчеты с бюджетом | +2 | Задолженность по платежам в бюджет носит текущий характер. |
| Другие | +17 | |
| Итого | +100 | |

Таблица 4 – SWOT-анализ АО «Кемеровоспецстрой»

| Возможности: | Угрозы: |
|--|--|
| <p>Выход на новые рынки строительства.</p> <p>Необходимость развития дорожно-транспортной системы.</p> <p>Государственные гарантии.</p> <p>Участие в реализации нацпроекта «Безопасные качественные дороги» до 2030 года.</p> <p>Появление новых технологий дорожного строительного и мостостроения.</p> | <p>Ужесточение законодательства.</p> <p>Высокая конкуренция при превалировании ценовых показателей.</p> <p>Использование импортной техники и необходимость импортных запчастей.</p> <p>Ужесточение системы контроля в строительстве.</p> <p>Дефицит специалистов.</p> <p>Несвоевременное внедрение нормативов по стандартизации новых технологий.</p> |
| Сильные стороны: | Слабые стороны: |
| <p>Лидерство на рынке.</p> <p>Многовариантность решения инженерных задач в результате наличия проектного отдела.</p> <p>Наличие системы профессионального обучения и повышения квалификации.</p> <p>Наличие программы социальной ответственности.</p> <p>Узнаваемый бренд.</p> <p>Своевременность выполнения работы.</p> <p>Высококвалифицированные работники.</p> | <p>Сезонность работы.</p> <p>Удаленность объектов строительства.</p> <p>Текучесть рабочих.</p> <p>Высокая доля государственных заказов.</p> <p>Непостоянство денежного потока.</p> <p>Слабая маркетинговая политика.</p> <p>Рост издержек производства.</p> <p>Неоптимальный кадровый документооборот.</p> <p>Низкий уровень внедрения инноваций.</p> <p>Высокий уровень материалоёмкости.</p> <p>Громоздкость организационной функциональной структуры.</p> |

Согласно результатам проведенного SWOT-анализа, АО «Кемеровоспецстрой» занимает лидерские позиции на рынке за счет клиентоориентированности компании, гибкости в отношениях с заказчиками, наличия

проектного подразделения, что позволяет обеспечивать многовариантность решения инженерных задач [3].

В качестве слабых сторон следует отметить непостоянство денежного потока из-за большого периода оборота дебиторской задолженности, текучесть кадров, громоздкость организационной функциональной структуры из-за отсутствия формализации процессов управления, слабую маркетинговую политику, и как следствие неритмичность и непредсказуемость получения заказов, неоптимальный кадровый документооборот.

Таким образом, результаты исследования показали, что АО «Кемеровоспецстрой» является динамично развивающейся региональной компанией, надежным и социально-ориентированным партнером, финансово устойчивым к вызовам внешней среды, добросовестным налогоплательщиком и в целом конкурентоспособной дорожно-строительной организацией.

Список литературы

1. 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>.
2. Дорожкина, Н. В. Повышение конкурентоспособности ООО «ГДК» за счет обновления парка карьерной техники / Н. В. Дорожкина, М. Е. Бунин // Сборник: Конкуренция и монополия. Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – Кемерово. – 2021. – С. 55-59.
3. Малюгин, А. Н. Актуальные аспекты подготовки конкурентоспособных выпускников высших учебных заведений / А. Н. Малюгин, И. Н. Третьякова, Н. В. Дорожкина // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2019. – Т. 7, № 6. – С. 18-21.

Дорожкина Наталья Валерьевна, старший преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ»

При оценке конкурентоспособности организации эффективность деятельности может выступать в качестве критерия конкурентоспособности и рассматриваться как интегральный показатель или с позиции отдельных показателей, таких как рентабельность продукции [3].

Оценка конкурентоспособности и возможности ее повышения рассмотрены на примере АО «Кемеровоспецстрой» [2].

АО «Кемеровоспецстрой» динамично развивающаяся дорожно-строительная организация, положительная динамика выручки и прибыли которой за последние пять лет представлена на рисунке 1.

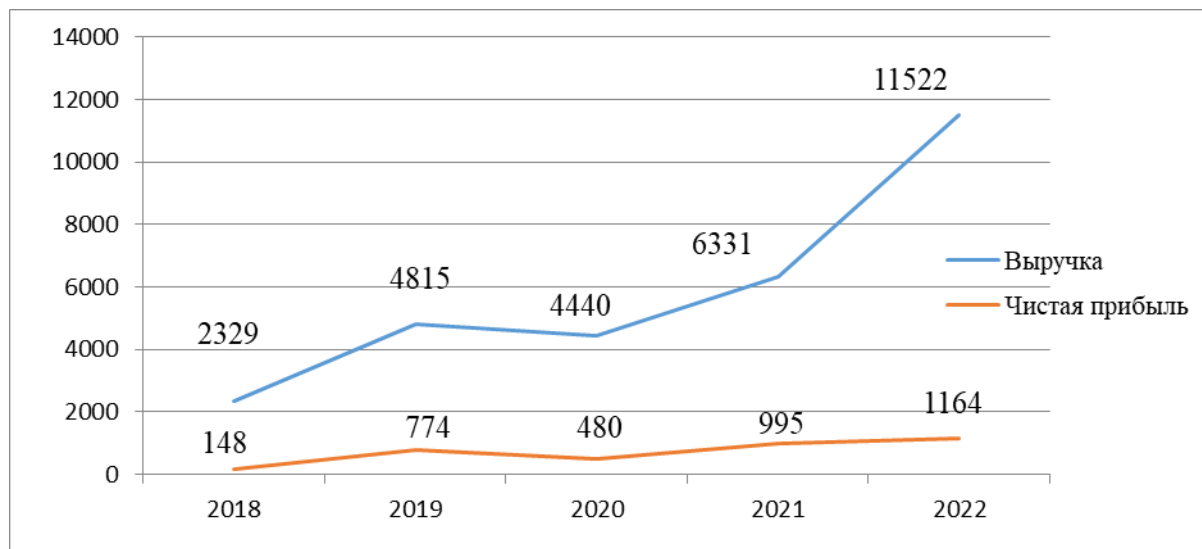


Рисунок 1 – Динамика показателей выручки и чистой прибыли

За пять лет рост выручки АО «Кемеровоспецстрой» составил почти в 4,9 раз, а чистой прибыли в 7,8 раз.

АО «Кемеровоспецстрой» занимает первое место в отрасли дорожного строительства по показателям выручки (более 11,5 млрд руб.), стоимости имущества (более 7,8 млрд руб.) и возрасту компании (26 лет). Компания является активным участником Национального проекта «Безопасные и качественные дороги России».

Однако в регионе АО «Кемеровоспецстрой» по объему выручки находится на 70 месте, по стоимости имущества на 45 месте и на 66 месте по стоимости бизнеса. По показателю выручки в регионе основными конкурентами являются ООО «Шахта «Алардинская» и АО «Топпром».

На основе приведенного SWOT-анализа было установлено, что слабыми сторонами АО «Кемеровоспецстрой» являются непостоянство денежного потока из-за большого периода оборота дебиторской задолженности, слабая маркетинговая политика, и как следствие неритмичность и непредсказуемость получения заказов, высокая текучесть кадров, громоздкость организационной функциональной структуры из-за отсутствия формализации процессов управления, неоптимальный кадровый документооборот [1].

С целью повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности был разработан проект мероприятий для АО «Кемеровоспецстрой» (таблица 1).

Таблица 1 – Проект мероприятий

| Проблема | Мероприятия | Возможности |
|---|--|---|
| Низкий коэффициент использования техники в межсезонье | Оказание дополнительных услуг по вывозу снега и мусора с использованием грузового автотранспорта | Увеличение доходов, сокращение простоев техники и водителей |
| Сложный кадровый документооборот | Внедрение системы кадрового электронного документооборота | Создание единой базы электронных документов организации, оптимизация трудовых процессов по оформлению документов, оперативность и упрощение оформления документов, повышение эффективности работы структурных подразделений организации |
| Высокий уровень материалоёмкости работ и низкий уровень внедрения инноваций | Использование холодного пластика при нанесении дорожной разметки | При строительстве дорог внедрение технологии разметки холодным пластиком. Такая разметка улучшает видимость на дороге в дождливую погоду, экономит расходный материал. Холодный пластик отличается низким уровнем стирания, высокой прочностью. Холодный пластик подходит для нанесения толстослойной разметки на автомобильных дорогах, имеет длительный срок службы |

В ходе исследования было установлено, что на рынке востребованы работы по вывозу снега в зимний период управляющих компаний и вывозу бытового мусора в летний период времени у садоводческих товариществ. У АО «Кемеровоспецстрой» в наличии достаточный парк грузового автотранспорта, который в зимний период времени простаивает.

Согласно выполненному расчету по двум грузовым транспортным средствам КаМАЗ 65206-s5 и КаМАЗ-65115 было установлено, что текущая стоимость работы спецтехники за 1 машино-час составляет 2993,28 руб. В расчете дополнительных доходов принята стоимость 1 часа работы спецтехники 3 тыс. руб.

Был выполнен поиск управляющих компаний, с которыми АО «Кемеровоспецстрой» может заключить договоры на вывоз снега в зимний период (таблица 2). В расчете принято условие: вывоз снега осуществляется 3 раза в зимний период по 3 рейса от каждого многоквартирного дома.

Таблица 2 – Расчет доходов от вывоза снега

| Наименование | Количество домов на обслуживании | Количество рейсов | Цена услуги, тыс. руб. | Общая сумма дохода, тыс. руб. |
|---------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| «УК «Регион-42» | 29 | 9 | 3 | 783 |
| «УК «СДС строй» | 11 | 9 | 3 | 297 |
| «УК «Кемерово сити» | 49 | 9 | 3 | 1323 |
| «УК «Красная горка» | 18 | 9 | 3 | 486 |

Продолжение таблицы 2

| | | | | |
|---------------------------|----|----|---|------|
| «УК «Кемеровского района» | 38 | 9 | 3 | 1026 |
| «УК «Спектр услуг» | 25 | 9 | 3 | 675 |
| «УК «СКК» | 38 | 9 | 3 | 1026 |
| «УК «Рассвет» | 29 | 9 | 3 | 783 |
| Итого: | | 72 | | 6399 |

Были выбраны 7 садоводческих товариществ, расположенных вблизи города Кемерово, с которыми может быть заключен договор по вывозу мусора в летний период (таблица 3). В расчете принято условие: вывоз мусора осуществляется 3 раза в летний период исходя из 10 контейнеров в каждом из СНТ.

Таблица 3 – Расчет доходов от вывоза мусора

| Наименование | Количество контейнеров | Количество рейсов | Цена вывоза мусора, тыс. руб. | Общая сумма дохода, тыс. руб. |
|------------------|------------------------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| СНТ «Азотовец» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Черемушки» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Рудничное» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Мичуринец» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Дом у реки» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Шахтер» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| СНТ «Химик 3» | 10 | 30 | 6 | 1800 |
| Итого: | | 210 | | 12600 |

Итого дополнительный доход составит 18999 тыс руб., принимая во внимание уровень прибыли на 1 руб., выручки в 2022 году в размере 0,124 дополнительная прибыль составит 4575,6 тыс руб.

Для АО «Кемеровоспецстрой», которое имеет громоздкую организационную структуру и сложный кадровый документооборот, предложено внедрение системы кадрового электронного документооборота.

Целью введения электронного кадрового документооборота в организации являются:

- создание единой базы электронных документов организации, позволяющей осуществлять быстрый поиск документов и исключение их утери;
- оптимизация трудовых процессов по оформлению документов, образующихся в делопроизводстве организации, сокращение численности кадрового персонала;
- оперативность и упрощение оформления документов, образующихся в процессе трудовой деятельности работников, в т. ч. и дистанционных;

- повышение эффективности работы структурных подразделений организации, ввиду своевременного обмена документами;
- автоматическое формирование архива электронных документов;
- своевременное выявление и анализ рисков, с целью предупреждения нарушений трудового законодательства РФ.

Документооборот предложено осуществлять с использованием информационной системы кадрового электронного документооборота «HRLink», расположенной в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://hr-link.ru>, правообладателем которой является ООО «Инновации в управлении кадрами». Данная компания на рынке IT уже более 19 лет, штат включает более 1000 сотрудников, в ассортименте более 50 продуктов и услуг для бизнеса. Более 8000 партнеров по всей России используют продукты и услуги компании.

Электронная система позволяет обеспечить подписание электронного и хранение электронного документа, а также фиксацию факта его получения сторонами трудовых отношений. Все расходы на получение работником электронной подписи и ее использование возложены на организацию.

Внедрение электронного документооборота позволяет сократить объем бумажных документов в среднем на каждого сотрудника от 30 до 50 листов (анкета, приказ о приеме, приказ об индексации заработной платы, личная карточка сотрудника, приказ о направлении в командировку, приказ о предоставлении отпуска, приказ о переводе на другую должность и др.).

Для внедрения электронного документооборота потребуется оплатить тариф «Старт ЭДО» в сумме 3000 руб. Он включает набор сервисов 1С:ИТС на 12 месяцев. Анализ цен и тарифов позволил выбрать 1С-ЭДО тариф 500, стоимость которого 10 890 руб., при объеме в 500 комплектов исходящих документов в месяц. Стоимость комплекта документов при таком тарифе от 7,26 руб., срок тарифа 3 месяца.

Годовая сумма экономии затрат от внедрения электронного кадрового документооборота, включая сокращение одного кадровика составит 1762 тыс руб.

Так как строительная продукция является материалоемкой [4], в качестве третьего проектного мероприятия предложена замена используемого материала при производстве работ по устройству дорожной разметки. В настоящее время АО «Кемеровоспецстрой» использует классическую технологию с использованием дорожной краски эмаль ПФ-133, предложена замена на дорожный пластик холодного нанесения.

Преимущества дорожного пластика холодного нанесения: высокий коэффициент сцепления с асфальтом, повышенная скорость высыхания, наличие шумового эффекта при наезде на разметку, длительная устойчивость к стиранию ввиду более толстого слоя при нанесении, светоотражающий эффект.

Недостатки дорожного пластика: едкий запах при нанесении, высокая стоимость материала, высокий расход материала.

В таблице 4 представлены сведения о нормах расхода материала, стоимости работ и сроках службы по сравниваемым вариантам.

Таблица 4 – Сведения о нормах расхода материала, стоимости работ и сроки службы по сравниваемым вариантам

| Наименование | Цена за 1кг материала, руб. | Стоимость работ за п.м., руб. | | Расход материала на п.м., кг. | Срок службы |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------|-------------------------------|-------------|
| | | Сплошной линии | Пунктирная линия | | |
| Дорожная краска Эмаль ПФ-133 | 100 | 60 | 35 | 0,4 | 3 месяца |
| Дорожный пластик холодного нанесения | 165 | 140 | 100 | 3 | 3 года |

В таблице 5 представлен расчет общей стоимости работ на выбранный объект строительства протяженностью 20 км с использованием классической технологии нанесения дорожной разметки и с использованием нового материала.

Таблица 5 – Расчет общей стоимости работ по сравниваемым вариантам

| Наименование | Расчет, тыс. руб. | Общая стоимость работ на 20 км покрытия за 3 года, тыс. руб. |
|--|---|--|
| Устройство дорожной разметки с использованием краски | $80*60= 4800$ $20*35= 700$ $0,4*100*100= 4000$ $4800+700+4000= 9500$ за 1 раз. | $9500*3*3= 85500$ |
| Дорожный пластик холодного нанесения | $80*140= 11200$ $20*100= 2000$ $165*3*100= 49500$ | $11200+2000+49500 = 62700$ |

Эффект заключается в снижении себестоимости работ на 22800 тыс руб. за счет снижения расхода материалов. В расчете на 1 год экономия материалов составит 7600 тыс руб.

Внедрение проекта мероприятий позволит получить дополнительные доходы в сумме почти 19 млн руб. за счет выполнения работ по вывозу снега и мусора в межсезонье, снизить управленческие расходы на 1,7 млн руб. и сократить 1 работника за счет автоматизации документооборота, уменьшить себестоимость продаж на 7,6 млн руб. за счет применения инновационных материалов и производстве работ по дорожной разметке только на участке дороги в 20 км, что несомненно приведет к росту прибыли.

Таким образом, предложенный проект мероприятий будет способствовать повышению конкурентоспособности АО «Кемеровоспецстрой», за счет внедрения инноваций в строительстве и управлении.

Список литературы

1. Дорожжина, Н.В. Разработка производственной программы дорожно-строительной организации / Н. В. Дорожжина, Д. Н. Желнова // Сборник: Проблемы строительного производства и управления недвижимостью. Сборник научных статей V Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 195-202.
2. Фаляхов, Р. Ф. Повышение конкурентоспособности АО «СУЭК-Кузбасс» путем модернизации секций крепи в угольных шахтах / Р. Ф. Фаляхов // 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 года / Под общей редакцией Ю.С. Якуниной, В.Г. Михайлова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева – 2022. – С. 240-243.
3. Третьякова, И. Н. повышение конкурентоспособности ООО «Производственная компания Техно-универсал» / И. Н. Третьякова, М. Д. Триде-нежкина // Россия молодая: Сборник материалов XII Всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием, Кемерово, 21–24 апреля 2020 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – 2020. – С. 84629.1-84629.6. – <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44179727>.
4. Дорожжина, Н. В. Оценка эффективности использования новых строительных материалов / Н. В. Дорожжина, И. Н. Третьякова // Проблемы управления рыночной экономикой: Межрегиональный сборник научных трудов / Национальный исследовательский Томский политехнический университет; под редакцией И. Е. Никулиной, С. С. Деревянченко, Л. Р. Тухватулиной. Том Выпуск 17. – Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 2016. – С. 199-203. – <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26542633>

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

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ

Рынки аудиторских услуг оказывают непосредственное воздействие на достоверность информации о состоянии финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов и на формирование доверия к данной информации со стороны пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности. Злоупотребления рыночной властью крупными аудиторскими компаниями из центрального региона может приводить к устранению конкурентов на местных рынках аудиторских услуг, сдерживанию развития региональных аудиторских организаций, и как следствие, неоправданному

росту стоимости услуг аудиторов, в условиях снижения качества проводимых контрольных процедур и предлагаемых к внедрению мероприятий. Высокая мобильность крупных игроков на рынке аудиторских услуг, с одной стороны, и знание особенностей региональной среды, в которой функционируют местные экономические субъекты и аудиторы, с другой стороны, определяют развитие конкуренции в данном секторе экономики.

Вопросы конкуренции на региональных рынках аудиторских услуг исследовали П. Нийкэмп, И.Н. Богатая, С.М. Бычкова, А.Г. Гранберг, Е.М. Гутцайт, Н.В. Пьянова, М. В. Мельник, В.И. Подольский, В.В. Скобара, Я.В. Соколов, А.Д. Шеремет и другие.

Стремление к монопольному положению крупных московских аудиторских организаций, безграничная экспансия их деятельности в других регионах, чаще всего приводит к снижению уровня аудита и формальному выполнению аудиторских процедур. Став монополистами данные субъекты аудиторской деятельности зачастую останавливаются в своем качественном развитии, методологическом совершенствовании аудита, использовании современных форм его организации и автоматизации обработки исследуемой информации.

За последние пять лет наблюдается тенденция снижения общего количества аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, работающих на российском рынке аудиторских услуг. Но неизменным остается наибольшая концентрация аудиторских организаций в г. Москва и в Центральном федеральном округе (ЦФО), где удельный вес работающих аудиторских организаций приближается к 50%. На втором месте по концентрации аудиторских организаций находятся Северо-Западный федеральный округ (СЗФО) и Приволжский федеральный округ (ПФО), где удельный вес аудиторских организаций в среднем за анализируемый период составляет по 12,6 %. Третье место разделяют Южный федеральный округ (ЮФО) – 7,2 %, Уральский федеральный округ (УрФО) – 8 % и Сибирский федеральный округ (СФО) – 8 %. Наименьшее количество аудиторских организаций расположено в Дальневосточном федеральном округе (ДВФО) – 3,6 % и в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО) – 1,4 % (таблица 1).

Таблица 1 – Распределение аудиторских организаций по регионам России

| Регион | 2018 год | | 2019 год | | 2020 год | | 2021 год | | 2022 год | |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) |
| РФ, в т.ч. | 4060 | 100 | 3860 | 100 | 3550 | 100 | 3350 | 100 | 2440 | 100 |
| ЦФО | 1900 | 48 | 1800 | 47 | 1600 | 45 | 1600 | 48 | 1100 | 45 |
| СЗФО | 500 | 12 | 500 | 13 | 500 | 14 | 400 | 12 | 300 | 12 |
| ПФО | 500 | 12 | 500 | 13 | 500 | 14 | 400 | 12 | 300 | 12 |
| ЮФО | 300 | 7 | 300 | 8 | 200 | 7 | 200 | 6 | 200 | 8 |
| УрФО | 300 | 7 | 300 | 8 | 300 | 8 | 300 | 9 | 200 | 8 |

Продолжение таблицы 1

| | | | | | | | | | | |
|------|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|
| СФО | 300 | 7 | 300 | 8 | 300 | 8 | 300 | 9 | 200 | 8 |
| ДВФО | 200 | 5 | 100 | 2 | 100 | 3 | 100 | 3 | 100 | 5 |
| СКФО | 60 | 2 | 60 | 1 | 50 | 1 | 50 | 1 | 40 | 2 |

Количество индивидуальных аудиторов, осуществляющих аудиторскую деятельность в регионах России, также имеет тенденцию к снижению, так за последние пять лет их количество уменьшилось почти в два раза. Как и аудиторские организации, индивидуальные аудиторы, в основном, зарегистрированы в ЦФО и составляют 38,2% от общего количества российских индивидуальных аудиторов. При этом в СЗФО, ПФО, ЮФО и УрФО удельный вес индивидуальных аудиторов примерно одинаковый и колеблется в рамках 11-17 % (таблица 2).

Таблица 2 – Распределение индивидуальных аудиторов по регионам России

| Регион | 2018 год | | 2019 год | | 2020 год | | 2021 год | | 2022 год | |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) | Кол-во (ед.) | Уд. вес (%) |
| РФ, в т.ч. | 550 | 100 | 540 | 100 | 530 | 100 | 480 | 100 | 264 | 100 |
| ЦФО | 200 | 36 | 200 | 37 | 200 | 38 | 200 | 42 | 100 | 38 |
| СЗФО | 60 | 11 | 60 | 11 | 70 | 13 | 50 | 10 | 30 | 11 |
| ПФО | 70 | 13 | 80 | 15 | 70 | 13 | 60 | 13 | 30 | 11 |
| ЮФО | 90 | 17 | 90 | 17 | 80 | 15 | 70 | 15 | 40 | 15 |
| УрФО | 40 | 7 | 40 | 7 | 40 | 8 | 30 | 6 | 30 | 11 |
| СФО | 50 | 9 | 40 | 7 | 40 | 8 | 40 | 8 | 20 | 8 |
| ДВФО | 30 | 5 | 20 | 4 | 20 | 4 | 20 | 4 | 10 | 4 |
| СКФО | 10 | 2 | 10 | 2 | 10 | 1 | 10 | 2 | 4 | 2 |

В региональной среде аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов также встречаются случаи нарушения правил честной конкуренции, чаще всего - ограничение свободы выбора аудитора аудируемым лицом.

Так, несколько лет назад в Кемеровский УФАС поступила жалоба на одну из кемеровских аудиторских организаций по вопросу возможного нарушения требования статьи 5 Федерального закона от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», где говорится, что договор на проведение обязательного аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта, в уставном (складочном) капитале которого доля государственной собственности составляет не менее 25 процентов заключается по результатам проведения не реже чем один раз в пять лет электронного конкурса в порядке, установленном Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». В качестве доказательств был представлен договор на проведение аудита, за-

ключенного с аудируемым лицом, в уставном капитале которого доля государственной собственности составляла 25 процентов. При этом электронного конкурса, в котором могли бы поучаствовать и другие аудиторские организации, проведено не было. Ответчик оправдывался тем, что договор был заключен на проведение инициативного, а не обязательного аудита и, следовательно, не обязан был следовать нормам Федерального закона «Об аудиторской деятельности».

Проблемы развития конкуренции на региональных рынках аудиторских и консалтинговых услуг стали предметом обсуждения на проходившей 02-03 июня 2023г. в Ижевске Удмуртской Республики региональной научно-практической конференции «Ключевые аспекты аудита в современных условиях». В ходе работы участниками конференции затрагивались проблемы снижения существенного сокращения численности аудиторов в регионах в связи с проводимой реорганизацией аудиторского сообщества. В итоге было предложено в кратчайшие сроки реализовать проект по ускоренной сдаче экзамена аудитора на получение единого квалификационного аттестата. Для этого было предложено как можно быстрее разработать программу обучения и провести специальный учебный курс для аудиторов в действующих учебно-методических центрах. Конференция поддержала усилия российского аудиторского сообщества по формированию единого пространства. По мнению участников конференции, следует расширять и укреплять связи аудиторского сообщества с различного рода деловыми объединениями предпринимателей, такими как «Деловая Россия», «Опора России», Торгово-промышленные палаты, аппарат уполномоченного по правам предпринимателей, Ассоциация юристов России и т.п., в том числе с региональными отделениями указанных организаций с целью повышения имиджа профессии, проведения разъяснительной работы, расширения возможного рынка аудиторских и консалтинговых услуг не только на обязательной основе, но и в качестве инициативы со стороны бизнес-сообщества [4].

Следовательно, конкуренция на региональных рынках аудиторских услуг стимулирует повышение качества работы аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, оптимизируя для аудируемых лиц расходы на оплату стоимости данных услуг. Учитывая особенности развития региональных рынков аудиторских услуг и конкуренции на них, для повышения качества работы аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, необходимо проведение дополнительных мер по развитию региональных институтов аудиторской деятельности. Следует решить вопрос о создании более благоприятных условий для входа в профессию молодому поколению людей, занимающихся бухгалтерской или аудиторской деятельностью. Аудируемые лица должны понимать, что региональные аудиторские организации и индивидуальные аудиторы, способны учитывать особенности хозяйствования на данной территории, обладают знанием местных традиций и правил и, соответственно, имеют возможность на более высоком уровне выполнять аудиторские задания.

Список литературы

1. Бычкова, С. М., Михайлова, Ж. В. Становление и развитие Петербургской (Ленинградской) школы аудита. // Учет. Анализ. Аудит = Accounting. Analysis. Auditing. 2023;10(2):73-83. DOI : 10.26794/2408-9303-2023-10-2-73-83.
2. Дмитриева, И. М. Анализ учетных рисков в системе управления организацией / И. М. Дмитриева // Экономические исследования и разработки. – 2023. – № 4-2. – С. 6-11.
3. Итоги региональной научно-практической конференции в Ижевске «Ключевые аспекты аудита в современных условиях» [Электронный ресурс] // <https://sroaas.ru/pc/actions/itogi-v-izhevske-20623/> (дата обращения: 18.08.2023).
4. Карпова, О. С., Формулевич Я. В. Проблемы нормативно-правового регулирования российского внутреннего аудита: институциональный аспект / О. С. Карпова, Я. В. Формулевич // Аудитор. – 2019. – Т. 5. № 11. –С. 19-22.
5. Пьянова, Н. В. Конкуренция на рынке аудиторских услуг // В сборнике: Проблемы российской экономики на современном этапе. Материалы всероссийской научно-практической конференции. –Москва. – 2020. – С. 373-378.

Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
Куксова Полина Алексеевна, Янковская Александра Эдуардовна,
студенты гр. ССб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Конкурентоспособность – совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, услуги, обеспечивающая его преимущество на рынке перед конкурентными предложениями в удовлетворении конкретной потребности потребителя.

На рынке услуг ежедневно появляются новые предприятия, что усиливает конкуренцию. Со стороны бизнеса конкуренция является и источником трудностей, и стимулом для развития, со стороны потребителей – фактором, способствующим появлению более доступных и качественных услуг.

На рынке стоматологических услуг наличие серьезной конкурентной борьбы очевидно. Также ясно, что конкуренция в стоматологии настолько велика, что предложение уже существенно превышает спрос. На данный момент в городе Кемерово зарегистрировано 147 частных стоматологических организаций и их количество с каждым годом растет. Целевой аудиторией частной клиники являются люди 25-43 летнего возраста с высшим образованием и высоким доходом. Государственными платными услугами,

как правило, пользуются молодые или преклонного возраста люди. Их уровень дохода является средним.

В медицинском бизнесе конкурентными участниками являются:

- госучреждения, муниципальные поликлиники. Они могут конкурировать в борьбе за госзаказы;
- учреждения, которые занимаются оказанием медицинских услуг;
- частные кабинеты врачей-стоматологов, которые занимаются предоставлением аналогичных услуг.

Частные стоматологии имеет массу преимуществ перед государственными учреждениями. Владелец стоматологической клиники может постоянно улучшать качество оказываемых услуг путем приобретения более современного оборудования, вложений средств в ремонт и дизайн помещений. Кроме того, частная стоматология может предложить сотрудникам более высокий уровень заработной платы, а значит и переманить в свою организацию лучших специалистов. В государственной же поликлинике остаются молодые врачи-стоматологи, опыт которых недостаточен для работы в частном учреждении. По этой причине на данный момент конкуренции в стоматологической практике между частными и государственными учреждениями практически не существует.

Частные стоматологические клиники пытаются увеличить долю рынка за счет увеличения конкурентных преимуществ.

Факторами конкурентоспособности в стоматологических клиниках выступают такие критерии как:

1. Сервис. Одним из важнейших фактором конкурентоспособности выступает – качество обслуживания. Так как рынок стоматологических услуг перенасыщен и у потребителей есть возможность сравнивать и выбирать более подходящую медицинскую организацию по своим потребностям, то стоматологические клиники на постоянной основе совершенствуют и улучшают качество обслуживания, чтобы не уступать в конкурентной борьбе. На сайте организации зачастую позиционируется высокое качество обслуживания, современность интерьера клиники и комфортность нахождения в ней.

2. Персонализированный подход. Не зависимо от сферы деятельности, организации, которые занимаются оказанием каких-либо услуг, стремятся находить индивидуальный подход к каждому потребителю. Потребителям услуг всегда приятно проявление заботы и внимания со стороны персонала, будь это предложенная чашка кофе или напоминание о записи.

3. Квалификация врачей. У пациентов квалификация врачей в первую очередь ассоциируется с их профессионализмом и играет очень важную роль при выборе врача-стоматолога и медицинского учреждения. Поэтому на сайте клиники или в социальных сетях этому аспекту уделяется особое внимание. Критериями оценивания квалификации врачей

выступает: ученая степень, опыт работы, владение современными методиками лечения.

4. Престижность клиники. Некоторые стоматологии в своих социальных сетях обращают внимание на то, что их клинику посещают известные личности, которые доверяют им свою улыбку. Это в свою очередь вызывает у потенциальных потребителей эффект Веблена, который заключается в следующем: пациенты готовы заплатить более высокую цену из-за статусного значения приобретаемого товара или услуги.

5. Комфортность и безболезненность при оказании медицинской помощи. У многих пациентов из-за неудачного, полученного ранее опыта, зачастую присутствует боязнь стоматологов. И это не случайно, ведь в советское время лечение, как правило, проводили без анестезии или вводимые препараты были малоэффективны, из-за чего пациенту доставляли болезненные ощущения. Но в современной стоматологической практике существуют современные, высокоэффективные препараты, при использовании которых болевые ощущения сводятся к минимуму. И поэтому клиники активно продвигают использование современных лекарств, методик при лечении, а также упоминают об удобстве медицинских установок, что позволит пациенту чувствовать себя комфортно на протяжении всего приёма.

6. Местоположение. Удобное расположение, транспортная развязка и наличие парковки также будут являться критериями при выборе пациентом стоматологической клиники.

7. Юридическое оформление отношений. Наличие возможности оформления налогового вычета и гарантийные обязательства являются существенным преимуществом клиники.

Итак, обеспечение конкурентоспособности медицинской организации предполагает наличие и эффективное функционирование трех основных элементов механизма конкуренции медицинской организации:

- системы принципов управления конкурентоспособностью стоматологической организации;
- системы целей (факторов конкурентного преимущества);
- организационно-технологической последовательности формирования и управления конкурентоспособностью организации [2].

Для получения конкурентных преимуществ на рынке стоматологических услуг руководствуются принципами:

1. Вовлеченность клиники, в лице каждого сотрудника, в достижение конечного результата.

2. Ориентация на потребителя. Разрабатывается стратегия, в приоритете которой при оказании услуг учитываются предпочтения клиентов. Выполняется определенный алгоритм действий для измерения степени удовлетворенности потребителя.

3. Внедрение корпоративных ценностей и демонстрация их эффективности.

4. Формирование позитивной, комфортной и доброжелательной атмосферы в клинике [1].

При выборе стоматологической клиники для потребителя решающим фактором является качество полученного лечения, которое напрямую зависит от квалификации врача-стоматолога. Однако техническая оснащённость стоматологической клиники, стоимость услуг и индивидуальный подход к пациенту также очень важны для потребителя.

Оказание стоматологических услуг связано с личной безопасностью, поэтому при выборе клиники доверие клиента к врачу превыше всего, ведь именно ему клиент доверит свое здоровье.

Для обеспечения экономической состоятельности клиники необходимо поддержание объема клиентской базы на высоком уровне, но в практической деятельности никто не владеет методологией, способствующей достижению этой цели. Поэтому зачастую клиники принимают на работу опытных врачей, у которых наработана база клиентов, в надежде, что врач своих постоянных клиентов приведет с собой. Но в этом случае возрастает зависимость клиники от любого врача, так как велик риск потери клиентской базы с уходом данного врача.

Спрос на стоматологические услуги является непостоянным, так как если у клиента стоматологической клиники нет ноющей или острой боли, его не беспокоит состояние полости рта, то вероятнее всего клиент не воспользуется скидкой или специальными условиями клиники, поэтому большую ошибку допускают руководители клиник, делая специальные, сезонные скидки на лечение зубов. Ведь это приведет к уменьшению выручки, потому что снижение цен не покроется ростом продаж. В данном случае рациональнее будет провести акцию на профилактические процедуры такие как – профессиональный осмотр или гигиена полости рта, а также фторирование и отбеливание зубов.

В связи с повышенными требованиями потребителей к качеству процесса обслуживания, руководители клиники должны уделять особое внимание ориентации на потребителя для повышения лояльности пациентов.

В качестве объекта исследования была выбрана Стоматологическая клиника Звёздная. На рынке стоматологических услуг функционирует 6 лет. За это время клиника очень хорошо зарекомендовала себя и вошла в топ 10 частных стоматологий по Кемеровской области, по версии сайта «ПроДокторов». И с каждым годом количество постоянных пациентов увеличивается в среднем на 26 %, но СК Звёздная не останавливается на достигнутом и постоянно растёт, совершенствуя качество оказываемых услуг, путём использования следующих способов повышения удовлетворённости пациентов качеством обслуживания:

1. Ортопедические матрасы на стоматологическое кресло, что обеспечивает дополнительный комфорт пациента во время оказания стоматологической помощи.

2. 3D-сканирование полости рта, которое при ортопедическом лечении позволяет пациенту посмотреть различные варианты готовой работы, подобрать необходимую высоту, оттенок коронок и виниров.

3. Потолочные модули в виде картин. Данные модули периодически меняются в клинике и служат для отвлечения внимания пациента от самого процесса лечения, так как среднее время лечения занимает порядка 40-60 минут, что достаточно тяжело переносится потребителями если их внимание не сосредоточено на чем-то. В данном случае внимание пациента будет сосредоточено на рассмотрении картин.

4. Большие зеркала в каждом стоматологическом кабинете, позволяющие пациенту перед выходом в холл привести себя в порядок.

5. Фотопротоколы лечения. В социальных сетях и в самой стоматологической клинике Звёздная в свободном доступе находятся фотопротоколы лечения конкретного врача-стоматолога. Потенциальные потребители могут ознакомиться с качеством работы врачей, что в свою очередь позитивно сказывается на впечатлении о клинике.

6. Подарок в конце масштабных ортопедических работ. При завершении масштабных ортопедических работ, СК Звёздная дарит пациенту ирригатор для домашнего ухода за полостью рта. Также по окончании ортопедических работ делается фотопротокол, а девушкам и женщинам делается небольшой презент в виде губной помады, так как женскому полу очень важно выглядеть хорошо на снимках, чтобы их улыбка была более яркой и очаровательной.

За счёт постоянного повышения качества обслуживания, СК Звёздной удаётся сохранять уже имеющихся пациентов и привлекать новых потенциальных потребителей, удерживая свои конкурентные позиции на рынке оказываемых услуг.

На сегодняшний день потребность пациентов в качественном обслуживании растёт, их ожидания становятся завышенными, в связи с чем необходимо периодически проводить анализ качества обслуживания в организации и постоянно совершенствоваться, только так возможно добиться лояльности уже имеющихся пациентов и завоевать потенциальных потребителей в конкурентной борьбе.

Если на предприятии на постоянной основе проводится повышение качества обслуживания, то имидж данного предприятия возрастает и его преимущества становятся настолько явными в сравнении с конкурентами, что платежеспособный потребитель будет выбирать клинику с высоким качеством обслуживания. Организация качественного обслуживания является важнейшим фактором, без которого невозможно эффективное развитие сервисного предприятия. Высококачественный сервис будет способствовать росту потока пациентов, вследствие чего будет увеличиваться доход и конкурентоспособность предприятия.

Список литературы

1. Ильбалиева, А. Ш. Совершенствование конкурентоспособности предприятия как движущая сила развития сферы стоматологических услуг / А. Ш. Ильбалиева, М. Ю. Можаяева // Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». — URL: <https://scienceforum.ru/2014/article/2014000752> (дата обращения: 20.09.2023).
2. Костромина, Е. А. Формирование механизма конкурентоспособности организации на рынке стоматологических услуг / Е. А. Костромина, Е. В. Шамалова // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. № 1. – (20). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29104045> (дата обращения: 27.09.2023).
3. Стоматологическая клиника Звёздная: сайт. – URL: <https://zv-stom.ru/> (дата обращения: 27.09.2023).

Иванова Елизавета Александровна, студент гр. МУб-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВВЕДЕНИЕ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ КАК ФОРМА НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Анализируя опубликованный на основе официальных данных организацией ФАС Российской Федерации (Федеральная антимонопольная служба) [1], можно сделать вывод о том, что введение в заблуждение – это одна из самых часто встречающихся форм конкуренции не добросовестного характера, которую можно встретить в нынешних условиях или, иными словами, в условиях рыночной экономики.

Цель рассматриваемого вида недобросовестной конкуренции состоит в том, чтобы не предоставить потенциальному потребителю или прочим составляющим «живым» элементам рыночного процесса точные сведения о каком-либо товаре или услуге и тем самым стать потенциальными хозяевами абсолютно незаслуженных и совершенно необоснованных финансовых возможностей, и положения на рынке, а также всего остального перечня преимуществ, которые могут быть с этим связаны [5].

Имеет смысл констатация такого факта, что введение в заблуждение является очень распространённой проблемой на рынке Российской Федерации. Именно благодаря наличию данного факта существует обоснование важности и актуальности написания данной исследовательской работы.

Причиной появления недобросовестной конкуренции на рынке в Российской Федерации является перенасыщение рынка разного рода товарами и услугами. Предложения для потребителей варьируются, начиная от ценового диапазона и заканчивая целью их применения. Каждый поставщик заинтересован в том, чтобы стать обладателем как можно большего объёма полученной прибыли от продажи своего продукта в виде товара

или услуги. Данный факт, является центральным звеном в «рождении» и процветании недобросовестной конкуренции на финансовом рынке российского государства [3].

Распространение ложных сведений или дезинформации о товаре или услуге часто это осуществляется через социальные сети, новостные сайты или другие платформы, где информация может быстро стать доступной для потенциального потребителя. Ложные утверждения обычно пишутся таким образом, чтобы они казались правдоподобными, но при более тщательном исследовании они оказываются необоснованными или совершенно неправдивыми [2].

Еще одним методом введения в заблуждение является использование манипуляторного языка или логики. Например, это может включать использование эмоционально окрашенной риторики или создание ложного дихотомического выбора (когда представляется только два варианта, игнорируя другие возможности). Целью здесь является привлечение внимания и убеждение людей в чем-то, что необязательно соответствует действительности [4].

Введение в заблуждение в конкурентной среде является недобросовестным и неправильным, так как оно создает несправедливые условия для конкуренции и препятствует честным и открытым деловым отношениям. Он также может иметь отрицательные последствия для общества в целом, так как недостоверная информация может вводить людей в заблуждение и влиять на их принятие решений.

В конечном счете, введение в заблуждение как форма недобросовестной конкуренции подрывает доверие и честность в деловых отношениях и требует особой осторожности и критического мышления при восприятии информации.

Примером одного из самых известных случаев введения потенциального потребителя в заблуждение является изображение коровы на пачке маргарина. Главная особенность маргарина – это то, что он не относится к молочным продуктам, по общему правилу, не содержит коровьего молока, хотя производителями этот товар рекламируется, как заменитель сливочного масла [6].

Также распространённым видом введения в заблуждение является факт ложного географического названия товара, которое не имеет никакой связи с местом производства товара или нахождением изготовителя. Такими, в частности, обозначения «Северный полюс» – для товара «мороженое», «Красная площадь» – для товара «башенные краны», «Урал» – для товара «пылесосы», «Ангара» – для печатной продукции, «Парк им. Горького» – для товара «одежда», «Уральские самоцветы» – для бумаги [7].

Борьба с недобросовестной конкуренцией является важной задачей для поддержания честных и этичных деловых отношений. К стратегиям, которые могут помочь в борьбе с недобросовестной конкуренцией относятся:

1. Жесткое соблюдение законодательства: наличие должной осведомленности о зарегистрированных законах и требованиях, касающихся честной конкуренции. Соблюдение этих законов является основой для предотвращения недобросовестной конкуренции.

2. Работа над репутацией: добросовестность и прозрачность в бизнесе способствуют развитию лояльности клиентов и создают сильную репутацию. Каждый поставщик должен быть абсолютно уверен, в том, что его предложение для потребителя следует этическим принципам и предлагает высококачественные товары или услуги.

3. Общественная информированность: создание информационных кампаний и образовательных программ может помочь увеличить осведомленность об обманчивых методах недобросовестной конкуренции. Распространение информации о таких методах поможет обществу быть более бдительными и критически мыслящими.

4. Сотрудничество с регуляторными органами: регуляторные органы и ассоциации предоставляют возможности для борьбы с недобросовестной конкуренцией. Сотрудничество с ними может помочь в предотвращении нарушений и защите интересов организации.

5. Защита интеллектуальной собственности: защита собственных инноваций и интеллектуальной собственности является одной из главных стратегий борьбы с недобросовестной конкуренцией. Патенты, товарные знаки и авторские права могут помочь защитить уникальность товара или услуги, а также повысить их конкурентные преимущества.

6. Мониторинг конкурентов: Важно следить за действиями потенциальных конкурентов и быть в курсе их маркетинговых подходов. Если будут обнаружены недобросовестные действия, то появиться полное право предпринять юридические шаги или обратиться в регуляторные органы [3].

Важно помнить, что борьба с недобросовестной конкуренцией требует тщательного исследования, правового консультирования и действий, основанных на доказательствах. Сотрудничество с профессионалами и организациями, специализирующимися на борьбе с недобросовестной конкуренцией, также может быть полезным.

Список литературы

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2022 год. Федеральная антимонопольная служба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/689041> (дата обращения: 01.10.2023).
2. Антиконтурентные соглашения и недобросовестная конкуренция: учебное пособие / отв. ред. С.А. Пузыревский. – М.: Проспект. – 2021. – 288 с.
3. Городов, О.А. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика. – М.: Статут. – 2020. – 216 с.

4. Дозорцев, В. А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая? / В. А. Дозорцев // Юридический мир. – 2019. – № 4. – С. 27-33.
5. Каминка, А. И. Очерки торгового права. – М.: АО «Центр ЮрИнфоР», 2021. – 547 с.
6. URL: <https://zuykov.com/about/articles/vvedenie-potrebitelya-v-zabluzhdenie-kak-dovod-dly/> (дата обращения: 01.09.23).
7. URL: <https://proza.ru/2023/02/25/566?ysclid=lncz6rvm8s313027964>(дата обращения: 02.09.23).

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

РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ И КОНКУРЕНЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИИ

На сегодняшний день российскому рынку свойственен определенный ряд особенностей таких как:

1. Рыночная структура.

На данный момент на российском рынке наблюдается большой перечень отраслей и секторов экономики. Также характерной особенностью является наличие независимых фирм и рынков с доминированием одной или множества крупных компаний. Однако в некоторых отраслях наблюдается высокая концентрация рынка, что может ограничивать конкуренцию и создавать препятствия для входа новых участников.

2. Наличие конкуренции.

Для современной российской экономики характерна такая черта, как наличие активной конкуренции, уровень её активности зависит от рассматриваемой отрасли. В некоторых отраслях, таких как розничная торговля, телекоммуникации, фармацевтика, сельское хозяйство, конкуренция довольно высока, и фирмы активно соперничают друг с другом. В других отраслях, таких как энергетика, железные дороги, авиаперевозки, наблюдается более высокий уровень государственного или крупного корпоративного контроля, что способствует более низкому уровню распространению конкуренции.

3. Регуляторное воздействие.

На сегодняшний день государственные органы РФ и ФАС (Федеральная антимонопольная служба) заняты соблюдением своих прямых обязанностей, к которым относятся такие процессы, как:

- контроль за соблюдением антимонопольного законодательства;
- пресечение монополистического и антимонопольного нарушения;
- регулирование мер по защите добросовестной конкуренции.

Все вышеперечисленные элементы способствует созданию более справедливого и эффективного бизнес-окружения [1].

Ряд определенных проблем, которые являются характерными чертами российских компаний и рыночных структур состоит из наличия таких сложностей, как:

1. Высокая степень государственного вмешательства.

Данный факт является главенствующим звеном для постоянного развития и существования неравных условий конкуренции и ограничения степени свободы в бизнесе. Также с помощью государственных связей небольшое число организаций обладают несколькими преимуществами, что, представляет собой сложности для других функционирующих рыночных компаний.

2. Коррупция.

Наличие коррупции является традиционной проблемой для российского государства. Должную степень отрицательного влияния она оказывает и на конкуренцию. Компании, не способствующие развитию коррупции на рынке, находятся в невыигрышном положении перед компаниями, которые занимают противоположную позицию.

3. Ограничения доступа к рынку.

Новым участникам рынка нередко приходится сталкиваться с рядом определенных проблем, так как законы и регуляции отдают своё преимущество давно функционирующим организациям.

4. Монополистическое поведение.

Ограничение уровня развития и функционирования добросовестной конкуренции является характерной чертой для небольшого числа масштабных организаций на рынке РФ. Причиной может являться недостаточная регуляция или низкая степень контроля за соблюдением антимонопольного законодательства.

5. Информационная прозрачность [3].

Недостаток информационных сведений является препятствием для добросовестной конкуренции и фактором, стимулирующим снижение степени активности рынка [2].

Для того чтобы на российском рынке успешно функционировала и продолжала развиваться добросовестная конкуренция необходимо обеспечить наличие таких важных факторов как:

- создание справедливых и прозрачных условий;
- реформирование государственных институтов и законодательства.

Только при наличии вышеназванных элементов каждая компания, пришедшая на российский рынок, сможет успешно соперничать и расти.

В целом для развития конкуренции в России необходим комплексный подход, включающий юридическую и регуляторную реформу, улучшение инфраструктуры, поддержку малого и среднего бизнеса, развитие инноваций и фокус на качестве. Это позволит создать более справедливую и динамичную экономическую среду, стимулирующую рост и улучшение условий для всех участников рынка.

Список литературы

1. Антиконтентные соглашения и недобросовестная конкуренция: учебное пособие / отв. ред. С.А. Пузыревский. – М.: Проспект. – 2021. – С. 35-39.
2. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика. – М.: Статут. – 2020. – С. 200-203.
3. Дозорцев, В. А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая? / В. А. Дозорцев // Юридический мир. – 2019. – № 4. – С. 40-46.

Кабанов Андрей Станиславович, Хачай Денис Сергеевич,
студенты гр. ССб-201

Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС»

Экономику Российской Федерации невозможно представить без конкуренции. Конкуренция рассматривается как борьба между участниками рынка за получение более выгодных в сравнении с другими субъектами экономической деятельности условий приобретения ресурсов и продажи товаров в целях максимизации получаемой компании прибыли, обеспечивающая действие механизма рыночного ценообразования. Тема конкуренции стала актуальна с приходом капитализма, так как она стала выпускать в качестве регулятора общественного и индивидуального производства. В социальном аспекте конкуренция также играет огромную роль, при помощи нее осваиваются все новые достижения, в условиях существующего рыночного капитализма XXI века. Во-первых, сильно развились производственные возможности в большинстве существующих сфер, во-вторых, значительно повышается уровень жизни людей, благодаря вынужденной адаптации организаций к умению удовлетворять общественные потребности [2].

Конкуренция в Российской Федерации усиливается из года в год. В феврале 2023 года «ОПОРА РОССИИ» провела мониторинг состояния конкуренции в России среди субъектов малого и среднего предпринимательства в 75 регионах страны. Опрос проводился региональными отделениями организации по всей стране. В мониторинге приняли участие 1007 респондентов (руководители компаний, индивидуальные предприниматели и самозанятые). При этом анкету заполнили не только официально зарегистрированные самозанятые, но и те, кто до сих пор остается в тени. Согласно проводимому опросу, 51,3 % предпринимателей заявили о том, что за прошедший год конкуренция между организациями усилилась [1]. С каждым годом также увеличивается и число представителей бизнеса. Федеральная налоговая служба опубликовала данные Единого реестра субъ-

ектов малого и среднего предпринимательства, согласно которым, количество малых и средних предприятий, по состоянию, на 10 января 2022 года выросло на 3,2 % (182 142), составив 5 866 703. Не взирая на тот факт, что конкуренция положительно сказывается на благополучии граждан, с одной стороны, но и приводит к разорению и обеднению предприятий с другой стороны [3].

Тема конкуренции особо актуальна на предприятии ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС», так как данная организация имеет значительное количество фирм конкурентов, которые оказывают услуги по ремонту спецтехники. Также организация имеет свои сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Для разработки практических мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС», проведен SWOT-анализ, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС»

| | Возможности | Угрозы |
|---|---|--|
| | Проникновение на российский рынок новых производителей спецтехники. Появление новых промышленных предприятий. Выход на новые рынки. Оказание аутсорсинговых услуг. | Большое количество конкурентов. Рост цен на закупку оборудования. Наличие компаний-конкурентов предлагающих более высокую оплату труда. Усиление конкурентной борьбы. Тенденция закрытия предприятия угольной отрасли. |
| Сильные стороны Высокое качество оказываемых услуг. Высокий уровень квалификации сотрудников. Надежные поставщики услуг. Большое количество поставщиков. Широкий ассортимент товаров. Продукция, востребованная рынком. Индивидуальный подход к клиентам. Удобное расположение организации. Корпоративный дух Сильная команда управляющих лиц. Хорошая репутация на рынке. | Расширение ассортимента оказываемых услуг и товаров. Привлечение новых клиентов Освоение новых рынков Диверсификация товаров и услуг | Удержание клиентов от перехода к конкурентам за счет качества оказываемых услуг Укрепление позиций на рынке |
| Слабые стороны 1. Высокие логистические издержки. 2. Ограниченность ресурсов по сравнению с конкурентами. | 1. Недостаточное количество ресурсов может плохо сказаться на реализации проектов. 2. Рост логистических издержек отразится на себестоимости продукции и | 1. Недостаточное финансирование пагубно влияет на возможности фирмы увеличить размер оплаты труда, тем самым делая более привлекательным переход сотрудников в другую |

| | | |
|--|-----------------|--|
| 3. Небольшой размер организации по сравнению с конкурентами. | услуг компании. | компанию. 2. Рост цен на товары и услуги сделают привлекательность продукции конкурентов выше. 3. Большая потеря доходов при уходе крупных компаний. |
|--|-----------------|--|

Оценивая сильные стороны предприятия следует отметить, что главными преимуществами выступают высокое качество услуг и высокий уровень квалификации сотрудников. Основной вид деятельности организации ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» техническое обслуживание и ремонт прочих автотранспортных средств. Услуги, оказываемые по данному профилю компании, отличаются ценами, которые ниже чем у конкурентов, а также более длительной гарантией. Данное конкурентное преимущество играет большую роль в сохранении старых и привлечении новых конкурентов. Данная услуга позволяет компании дополнительно привлекать внимание партнеров к продукции, реализуемой в организации.

SWOT-анализ также отразил ряд слабых сторон ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС». Существенными проблемами являются затраты на логистику и ограниченность ресурсов, по сравнению с конкурентами. Ограниченность ресурсов ставит определенные ограничения на возможности реализации крупных контрактов и проектов. Проблема логистических издержек напрямую влияет на себестоимость оказываемых услуг.

Главными возможностями ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» выступают появление новых предприятий и выход на новые рынки. Появление новых предприятий предоставляет возможность заключить договоры различного характера на краткосрочную и долгосрочную временную перспективу. Выход на новые рынки сбыта имеет большие перспективы для организации. Расширение или обучение штата организации для работы в сфере обслуживания и ремонта специальной техники позволит фирме сильно ускорить рост экономических показателей.

Рост цен на закупку оборудования и тенденция закрытия предприятий угольной промышленности могут оказать колоссальное влияние на деятельность компании. Рост цен на закупку оборудования влияет на конечную стоимость товаров и услуг, тем самым, его повышение может негативно сказаться на привлекательность товаров и услуг по показателю цены и качества. Тенденция закрытия предприятий угольной промышленности может отразиться на будущей численности контрагентов, так как большинство организаций, с которыми сотрудничает ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС», представители угольной отрасли и горной промышленности.

Перспектива сильных сторон организации дает возможность расширить ассортимент оказываемых услуг и продаваемых товаров, привлечь новых клиентов, освоить новые рынки и диверсифицировать товары и услуги. Сильные стороны организации также позволят удержать клиентов от перехода к конкурентам за счет качества и укрепить позиции на рынке

Слабые стороны фирмы влекут за собой возможную проблему, связанную с недостаточным количеством ресурсов, которая негативно скажется на реализации проектов, а также предпосылки к росту логистических издержек, которые повлияют на конечную стоимость продукции и услуг. Было выявлено, что от слабых сторон исходит угроза недостаточного финансирования, пагубно влияющее на возможности увеличить оплату труда для удержания сотрудников. Рост цен на товары и услуги – это еще одна угроза, негативно влияющая на привлекательность продукции организации. Было выявлено, что тенденция закрытия предприятий угольной отрасли может существенно повлиять на доходы компании.

На основании полученных данных были разработаны следующие мероприятия по повышению конкурентоспособности организации:

1. Расширение спектра услуг позволит компании выйти на новый уровень деловой активности. Организация помимо ремонта и обслуживания спецтехники, вовлеченной в работу в добывающую промышленность, имеет все предпосылки для того, чтобы развернуть мощности для ремонта и обслуживания строительной, сельскохозяйственной, дорожной и землеройной техники. Даже несмотря на большое количество конкурентов в данной сфере, ее актуальность растет из года в год, так как количество проектов, в которых участвует данный вид техники увеличивается.

2. Создание сайта компании. Собственный сайт устраняет ряд проблем и оптимизирует такие процессы, как знакомство с компанией или продуктом, взаимодействие с клиентами и получение обратной связи. Создание сайта дополнит образ бренда, так как доступный каталог товаров и услуг, а также доступ к сертификатам и лицензии на виды деятельности показывают, что из себя представляет бизнес и насколько он хорош по сравнению с конкурентами.

Сайт является отличным инструментом привлечения внимания клиента, так как благодаря ему станет доступна встроенная форма товаров и услуг, которой можно воспользоваться в любое время. Именно поэтому внедрение сайта станет грамотным ходом со стороны руководства ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС».

3. Создание собственного отдела логистики. Модель бизнеса ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» отличается от большинства компаний, в которых многозатратная грузоперевозка является частным случаем. Но в данном случае компания тратит большое количество финансовых ресурсов на транспортировку спецтехники и прочих грузов на место обслуживания и ремонта. Появление в организации собственного отдела логистики является еще одним мероприятием, которое позволит существенно снизить затраты и себестоимость оказываемых услуг. Для решения данного вопроса организации необходимо организовать небольшой автопарк из тягачей, с различными видами прицепов для перевозки грузов. Данная рекомендация позволит не только снизить себестоимость, но и ускорить процесс оказания услуги, что позволит вернуть [4].

4. Создание собственного автопарка спецтехники. Абсолютно все контрагенты ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» сталкиваются с проблемой, когда спецтехника становится полностью или временно непригодна к эксплуатации, что приводит к потерянной экономической выгоде. ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» имеет все предпосылки для создания собственного парка специальной техники для того, чтобы оказывать услуги по ее временному предоставлению, что позволит компаниям-партнерам увеличить экономические выгоды от сотрудничества. Также появление парка специальной техники предоставляет возможность оказывать аутсорсинговые услуги компаниям, которые ранее не были заинтересованы в услугах организации.

Подводя итоги, следует отметить, что проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности позволят не только ускорить рост и увеличить уровень доходов ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС», но и позволят функционировать и развиваться предприятию, которое обслуживает техническую составляющую субъектов бизнеса угольной отрасли [5].

Список литературы

1. Мониторинг состояния конкуренции. Текст – электронный // Опора.ру: [сайт] https://opora.ru/site/assets/files/45639/2023_monitoring_sostoyaniya_konkurentsii.pdf
2. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности: учебное пособие / Т. В. Матвеева, В. В. Криворотов, Н. В. Машкова, П. П. Корсунов ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. – 155 с.
3. ФНС опубликовала статистику развития МСП в России. Текст – электронный // Мой бизнес 14.РФ: [сайт] <https://мойбизнес14.рф/news/fns-opublikovala-statistiku-razvitiya-msp-v-rossii/>
4. Управление инвестиционным потенциалом развития города: монография / В. В. Герасимов, А. П. Пичугин, Б. С. Свиринов, А. Н. Малюгин. – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин). – 2012. – 254 с.
5. Чернышов, А.В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А.В. Чернышов, А.Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-прак. 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>.

Касьянова Ксения Сергеевна, студент гр. ФКмоз-221
(КузГТУ, г. Кемерово)

МСФО КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Вопрос внедрения международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) – наиболее обсуждаемая тема в российской финансовой сфере.

При переходе на МСФО у организации появляется возможность выйти на мировые рынки, финансовая отчетность становится более прозрачной, понятной и легко сравнимой, отчетность содержит достоверную информацию о финансовом положении компании, за что высоко ценится пользователями [1].

МСФО, являясь универсальным финансовым языком, становятся необходимым условием успешного развития бизнеса. Поэтому для организаций, которые применяют их в своей деятельности, вопросы дальнейшего внедрения МСФО сегодня крайне важны.

Впервые вопросы сближения МСФО и РСБУ начали возникать еще в начале девяностых. В связи с нестабильной экономической и политической ситуацией в стране, а также с переходом к рыночной экономике, появилась потребность внедрения и применения МСФО в России. В финансовой отчетности страны ощущались информационные недостатки, такие как: невозможность сопоставления отчетностей, подготовленных в соответствии с национальными стандартами разных стран, неполное и неточное отражение фактов хозяйственной жизни и состояния компании, а также низкий уровень транспарентности. Кроме того, отсутствовала система обучения, способная подготовить специалистов необходимого уровня. Однако перспективы и темпы развития ясно говорили о том, что в будущем внедрение и использование МСФО станет обязательным для целого ряда компаний.

В России 27 июля 2010 г. был принят Федеральный закон № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности». В данном документе были определены организации, сдающие отчетность в соответствии с международными стандартами.

Для целей настоящего Федерального закона под консолидированной финансовой отчетностью понимается систематизированная информация, отражающая финансовое положение, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации, которая вместе с другими организациями и (или) иностранными организациями в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности определяется как группа [2].

25 ноября 2011 г. Министерство финансов утвердило приказ № 160н «О введении в действие в действие международных стандартов финансо-

вой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» [3].

На первом этапе применения МСФО в России возникли две проблемы. Первая, связанная с отсутствием стандартов на русском языке и вторая, наиболее значимая – это отсутствие специалистов, владеющих ими на должном уровне. В процессе использования стандартов национальными компаниями возник ряд определенных сложностей, связанных с внедрением нового и неизученного инструментария.

Сегодня применения МСФО в России обусловлено такими барьерами:

- сложные тексты стандартов;
- отсутствие информации о положительных практиках внедрения МСФО;
- «психологический фактор» у специалистов при переходе организации на МСФО;
- постоянные изменения стандартов и др.

Внедрение МСФО на предприятиях возможно осуществить двумя способами: при помощи параллельного учета или трансформации отчетности.

Параллельный учет подразумевает двойное ведение учета, то есть отражение фактов хозяйственной деятельности дважды: по РСБУ и по МСФО.

Трансформация предполагает составление отчетности по МСФО на основе базы данных отчетности, составленной по РСБУ.

Преимуществами трансформации отчетности являются невысокие финансовые и временные затраты в сравнении с параллельным учетом. Вместе с этим есть и существенный недостаток – это наличие субъективных оценок при составлении отчетности, что неизбежно влечет за собой информационный риск, величина которого, безусловно, зависит от квалификации сотрудников. Выбор специалистов в области МСФО – это ключевой показатель качества.

Трансформация финансовой отчетности по МСФО широко распространена в России в связи с дешевизной данного способа, так как требуется минимальное количество специалистов на предприятии, знающих МСФО, наглядностью, удобством и простотой, так как не приходится вести две бухгалтерии [4].

Согласно официальным данным рекрутингового агентства Superjob.ru, заработная плата специалистов по МСФО существенно превышает оклад линейных кадров (на 30-50 %), а их средний доход находится на уровне вознаграждения главного бухгалтера [5].

Проблема нехватки квалифицированных кадров, владеющих международными стандартами финансовой отчетности, в настоящее время уже не является такой острой в связи с появлением центров дистанционного обучения финансовых специалистов, которые осуществляют качественное обучение по сертифицированным программам, как в очной форме, так и

при помощи современных мультимедийных технологий и Интернета.

Сфера применения МСФО в России будет расширяться в дальнейшем. Это продиктовано экономической необходимостью и все более тесным сотрудничеством с зарубежными партнерами и инвесторами, что вызовет повышение спроса на квалифицированных специалистов в области МСФО [6].

В связи с политической обстановкой весной 2022 г. международная ассоциация АССА приостановила деятельность в России на неопределенный срок, однако продолжает работать с лицами, имеющими российское гражданство. Экзамены ДипИФР (Диплом по международной финансовой отчетности) АССА доступны для россиян, но сдать их можно только за пределами РФ, например, в таких странах, как Армения, Грузия, Азербайджан, Казахстан и Узбекистан [7].

Несмотря на это, можно предположить, что спрос на таких специалистов сохранится еще долгие годы. Во-первых, для компаний наличие штатного сотрудника по МСФО существенно экономит расходы на трансформацию отчетности в аудиторских и консалтинговых фирмах. Во-вторых, в последнее время отмечается рост зарубежных инвестиций в отечественный бизнес. Компании в связи с выходом на глобальные рынки будут вынуждены вести учет по МСФО.

В настоящее время российские организации формируют отчетность, используя национальные РСБУ, а также «Положения по бухгалтерскому учету и новые Федеральные стандарты бухгалтерского учета».

Одной из задач Минфина РФ является реализация программы внедрения новых федеральных стандартов бухгалтерского учета (ФСБУ), которые разрабатываются с учетом положений МСФО.

Таким образом, можно утверждать, что отчетность по МСФО, являясь источником информации для оценки финансово-экономической деятельности компании, повышает ее конкурентоспособность.

Список литературы

1. Нестеренко, Е. Что такое МСФО. Роль и значение МСФО в 2023 г. Кто занимается разработкой МСФО / Нестеренко Е. [Электронный ресурс] // finacademy.net: [сайт]. – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/chto-takoe-msfo> (дата обращения: 03.10.2023).
2. Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.2010 № 208-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // www.consultant.ru/: [сайт]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103021/ Статья 2 (дата обращения: 03.10.2023).
3. Приказ Минфина России от 25.11.2011 № 160 н (ред. от 02.04.2013, с изм. от 21.01.2015) «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» [Электрон-

ный ресурс] // www.consultant.ru/: [сайт]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122870/ (дата обращения: 03.10.2023).

4. Преимущества и недостатки трансформации бухгалтерской отчетности по МСФО по сравнению с ведением параллельного учета [Электронный ресурс] // i-ias.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://i-ias.ru/blog-ias/tpost/5igm2vbtm1-preimuschestva-i-nedostatki-transformats> (дата обращения: 03.10.2023).

5. Клевец, А. Сколько зарабатывают специалисты по МСФО / Клевец, А. [Электронный ресурс] // finacademy.net: [сайт]. – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/skolko-zarabatyvayut-spetsialisty-po-msfo> (дата обращения: 03.10.2023).

6. Применение МСФО в России в 2023 году [Электронный ресурс] // finacademy.net: [сайт]. – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/sfera-primeneniya-msfo-v-rosii> (дата обращения: 03.10.2023).

7. Зибарева, Е. АССА ушла из России: что теперь делать специалистам по МСФО / Зибарева, Е. [Электронный ресурс] // pro.rbc.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/demo/634770889a7947ad4d086fb6> (дата обращения: 03.10.2023).

Качугин Макар Андреевич, студент гр. ЗБ-МУБ19-2
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

КОНКУРЕНТНЫЙ КРАУДФАНДИНГ В ИСКУССТВЕ: ОСОБЕННОСТИ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ

Вместе с развитием интернет-технологий и социальных сетей искусство, как область творчества, тоже нашло свое место в краудфандинге, открывая новые возможности. Например, для музыкантов, писателей, художников, разработчиков игр или создателей фильмов. Благодаря современным возможностям коммуникации и активному онлайн-сообществу, краудфандинг стал экономически обоснованным источником финансирования и поддержки своих проектов для творцов по всему миру [1, 6].

Как и у многих современных явлений, у краудфандинга есть свои предтечи античных времён. Для осуществления многих общественных проектов, в том числе и для проектов

Финансирование путем сбора средств множества людей имеет долгую историю и имеет множество корней, которые исторически предшествовали краудфандингу. Так на Руси церкви зачастую строились на добровольные пожертвования прихожан из разных сословий, в Европе и США многие памятники и культурные объекты строились за счёт средств горожан. Например, в 1885 году, во время возведения Статуи Свободы в Нью-

Йорке, правительство не смогло предоставить финансирование для постройки фундамента и средства были привлечены от более, чем 160 тысяч жителей города с помощью информационной кампании, проводимой местными газетами [2, 7].

В современном же виде краудфандинг появился только в 1990-е годы. Первым широко известным считается случай, когда в 1997 году американские фанаты через интернет собрали средства для организации гастрольного тура британской рок-группы Marillion по США. В дальнейшем коллектив начал активно использовать данный метод для финансирования записи и продвижения последующих альбомов.

Следует отметить, что краудфандинг пришёл к нам, как раз, из искусства. Ключевую роль в реализации преимуществ краудфандинга играют соответствующие платформы. Они представляют собой специально разработанные технологические сервисы, осуществляющие сбор, обработку, хранение и передачу больших объёмов данных, финансовых средств, полученных от инвесторов посредством сети Интернет [3, 5].

Краудфандинг является способом взаимодействия людей в интернете, который позволяет привлечь аудиторию к совместному созданию продуктов или услуг, а также к финансированию проектов, используя для этого простой и удобный способ. Дополнительная выгода заключается в возможности проверить жизнеспособность проекта и восприятие его основной идеи сообществом [4].

Краудфандинг в искусстве предоставляет возможность не только получить финансовую поддержку от широкой аудитории, но и установить более тесную связь с поклонниками и потенциальными покупателями конечного продукта.

Одним из главных преимуществ краудфандинга является возможность привлечения финансирования от широкой аудитории людей, что может позволить достичь поставленных целей быстрее, чем при использовании традиционных источников финансирования. Например, банков или инвесторов [1, 4].

Кроме того, для большинства малоизвестных музыкантов, разработчиков и других создателей творческого продукта, в случае достаточного количества заинтересованных людей, это будет самым доступным источником финансирования.

Также стоит отметить, что цена привлечённого таким образом капитала, как правило, гораздо ниже цены собственного и большинства видов заёмного.

Краудфандинг предоставляет возможность реализовать проекты, которые могли бы остаться нереализованными из-за отсутствия финансирования. Там, где для большого числа фанатов потратить небольшую сумму является вполне приемлемым, инвесторы, вполне вероятно, не увидят ничего кроме высокого риска и низкой доходности.

Также многие компании используют краудфандинг для оценки спроса, которая является ещё одним преимуществом этого метода. В ходе

краудфандинговой кампании можно оценить потенциальный спрос на продукт, например, выставлением целевой суммы сборов, которая в пересчёте на стоимость отдельного вклада отражала бы наличие достаточного интереса со стороны аудитории. Особенно часто этим подходом пользуются разработчики игр, которые уже имеют опыт разработки игр на средства с краудфандинговых компаний [8].

Основные преимущества краудфандинга для всех его участников схематично изображены на рис.1.

Несмотря на наличие преимуществ данной модели финансирования конкурентных проектов, следует отметить и ее недостатки. К ним относятся достаточно высокая заполненность и конкуренция на краудфандинговых платформах, в виду их высокой популярности. Ограниченность доступа, так как у многих платформ существуют определённые ограничения на то, какие проекты они принимают. Для вкладчиков существует большой риск в виде того, что конечный продукт, за который они заплатили, так и не появится на свет.

К недостаткам также можно отнести зависимость от аудитории, так как если целевая аудитория не увидит проект среди конкурентов или же не посещает платформу, на которой размещён проект, то и достаточного для реализации объёма средств так и не наберётся.



Рисунок 1 – Основные преимущества краудфандинга [4, 9, 10]

Традиционным считается разделение краудфандинга на 3 вида: [7, 11].

Reward crowdfunding – самый распространённый вариант в искусстве. Бэеры финансируют проект за материальное (сам продукт, ограниченная серия продукта с автографом создателя, профильный «мерч» и т.д.) или нематериальное (доступ к самому продукту, упоминание в титрах и т.д.) вознаграждение. Также зачастую на том же ресурсе можно оставить

безвозмездное пожертвование, которые могут составлять немалую долю собранных средств (до 80 % в редких случаях).

Debt crowdfunding – вкладчики инвестируют в проект за последующее возмещение средств с выгодой. Например, за процент с продаж. Данный вид распространён среди стартапов.

Equity crowdfunding – вкладчики инвестируют в проект за долю в нем [11].

Хотя в российском законодательстве само понятие «краудфандинг» не используется, данная сфера с 1 января 2020 года регулируется Федеральным законом «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.08.2019 № 259-ФЗ.

Для этого компания должна находиться в официальном реестр ЦБ РФ. Также для физических лиц существует ограничение на суммарные инвестиции через платформы не более 600 тысяч рублей за календарный год.

ЦБ использует свою классификацию краудфандинговых проектов:

p2p-кредитование – и донор, и реципиент – физические лица;

p2b-кредитование, где реципиент – юридическое лицо, а доноры – физические лица;

b2b-кредитование – и донор, и реципиент – юридические лица;

rewards-краудфандинг – средства привлекаются за нефинансовое вознаграждение.

Подводя итог вышесказанному, хочется отметить, что краудфандинговые платформы как нельзя лучше подходят к применению в проектах, связанных с искусством. Предметная область таких проектов вызывает, как правило, широкий общественный интерес. С другой стороны, в проектах данного типа не всегда на первом месте присутствуют коммерческие интересы стейкхолдеров. Все это делает возможным и удобным применение краудфандинга как основы конкурентного финансирования проектов. В тоже время задача государства, как макроэкономического регулятора – обеспечить дружественную институциональную среду для развития краудфандинговых платформ в нашей стране.

Список литературы

1. Стародубцева, Е. Б. Краудфандинг как современная форма финансирования / Е. Б. Стародубцева, М. Б. Медведева // Финансы и кредит. – 2021. – Т. 27, № 1(805). – С. 22-40.
2. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
3. Череповская, Н. А. Об инвестиционном потенциале в региональном развитии / Н. А. Череповская // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2015. – № 7 (204). – С. 46-51.

4. Евсеенко, В. А. Преимущества и риски краудфандинга как модели финансирования проектов / В. А. Евсеенко // Сборник научных работ серии «Финансы, учет, аудит». – 2023. – № 1(29). – С. 103-118.
5. Коряков, А. Г. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года / А. Г. Коряков, С. Г. Басалов, Д. Н. Баранов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 20.
6. Трифонов, И. В. Особенности стратегического подхода управления стейкхолдерами в маркетинговых проектах банковской сферы / И. В. Трифонов // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – № 2. – С. 81-95.
7. Тумин, В. М. Информационная прозрачность предприятия как фактор его устойчивого развития в условиях кризиса российской экономики / В. М. Тумин, А. Г. Коряков, П. А. Костромин // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2016. – № 2 (17). – С. 71-76.
8. Бобрышев, А. Д. Определение необходимых объемов инвестиций для обеспечения целевых темпов роста промышленности / А. Д. Бобрышев, В. И. Ирадионов, С. П. Юхачев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 6 (146). – С. 109-118.
9. Коряков, А. Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий / А. Г. Коряков // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
10. Михайлов, В. Г. Исследование эффективности управления природоохранной деятельностью на Кемеровском ООО ПО «Химпром» / В. Г. Михайлов, С. М. Бугрова // В мире научных открытий. – 2013. – № 10 (46). – С. 36-55.
11. Глубоков, М. В. Уточнение базового метода оценки эффективности закупки продукции, поставляемой для государственных нужд с учетом влияния фактора неопределенности / М. В. Глубоков, Е. В. Скубрий // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 3 (92). – С. 1143-1152.

Ковалева Ирина Валериевна, д.э.н., профессор
(АлтГТУ им.И.И.Ползунова, г. Барнаул)

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЕ РЕГИОНА²

Развитие логистической деятельности во многом определяет уровень эффективности региональной политики, в том числе на уровне внешнеэкономических отношений. Для трансграничного региона, к категории которого относится Алтайский край, особое значение приобретает транспортная логистика [1]. Наличие развитой логистической транспортной инфраструктуры во многом предопределяет эффективность региональной внеш-

² Статья подготовлена при поддержке фонда Владимира Потанина

неэкономической деятельности и отраслевого развития. Так, в регионе со многими странами – партнерами уже сложились устойчивые связи и сформировались традиционные рынки сбыта: это Казахстан, Китай, Беларусь, Узбекистан, Монголия, Кыргызстан, Афганистан, Иран и др. [2].

Агропромышленная специфика региона и активное развитие пищевой промышленности позволяют увеличить объемы экспорта продовольственных товаров алтайских производителей. Речь идет о мукомольно-крупяной продукции и растительных маслах, спрос на которые постоянно увеличивается, а также макаронных, кондитерских изделиях, молочной продукции, безалкогольных напитков и др. (рис.1, 2).

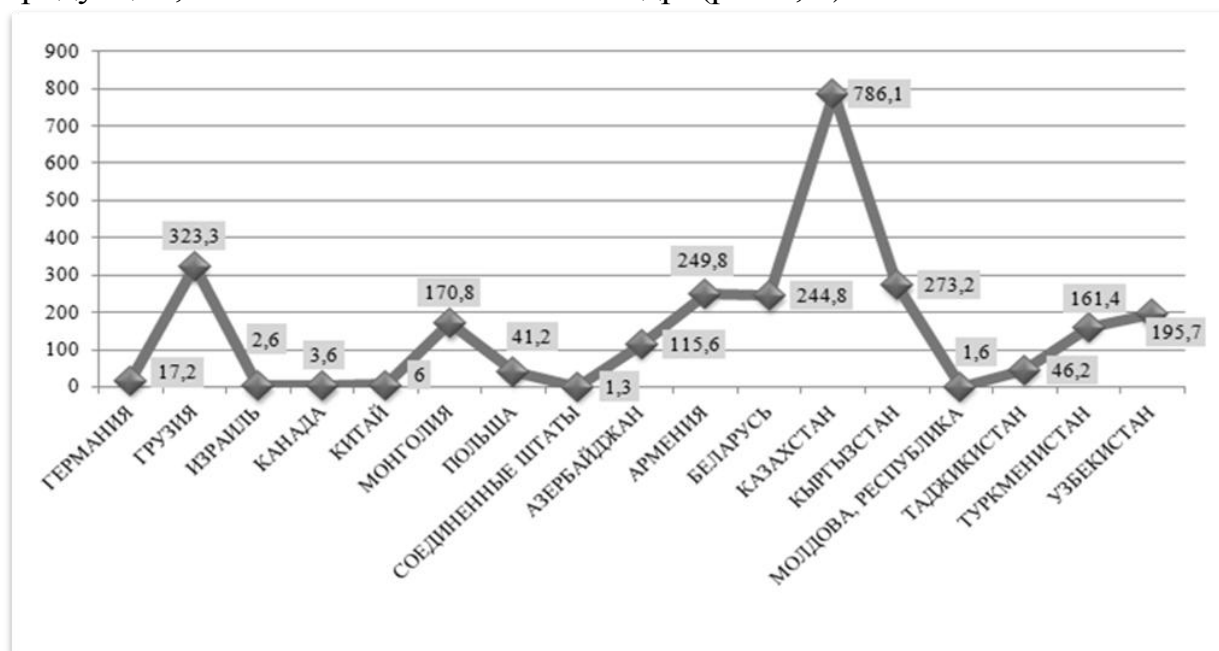


Рисунок 1 – Уровень экспорта мукомольной продукции (крупя, мука грубого помола), 2021 г., тыс. долл. США [3 – 5]

Экспортная деятельность осуществлялась более, чем в 17 государствах мирового уровня на сумму 2640,4 тыс. долл. США (6 138,5 тонн). Лидером по уровню закупок является Казахстан (около 786,1 тыс. долл. США). Общий уровень экспорта (19 стран) на общую сумму 6 655,9 тыс. долл. США с весом 16 808,3 тонны. Максимальная отгрузка в 3746 тонн произведена в Афганистан, сумма составила 1 604,4 тыс. долл. США [6,7]. При этом перспективы развития направления связаны и с наращиванием объемов экспорта продукции транспортного машиностроения, грузовых вагонов, сельскохозяйственных машин и оборудования, топливной аппаратуры, котлов и т.д.

Увеличение экспорта этих отраслевых групп будет зависеть от инвестиционных проектов по развитию и модернизации производств, а также уровня развития транспортной логистической инфраструктуры, в части обеспечения графика и бесперебойности поставки [3].

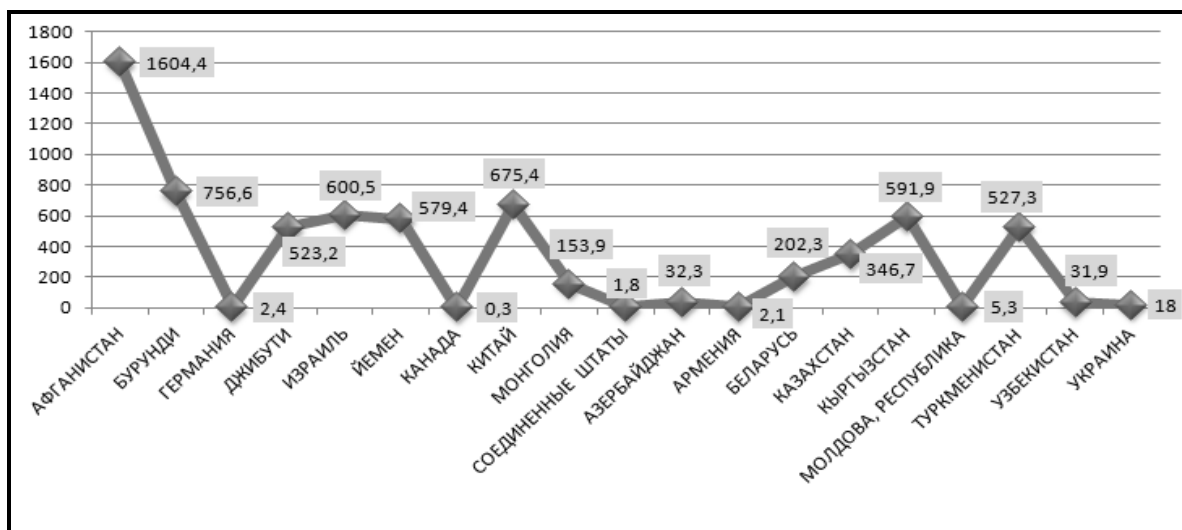


Рисунок 2 – Экспорт муки пшеничной или пшенично-ржаной, 2021 г., тыс. долл. США [3,4,6,7]

В области развития внешней торговли в качестве перспективного, например, можно рассмотреть увеличение экспорта продукции в страны Центральной и Юго-Восточной Азии. Освоение новых рынков сбыта продукции позволит получить экономическую эффективность, загрузить мощности предприятий, обеспечить занятость населения и налогооблагаемую базу, а также расширить границы внешнеторговых связей.

Вместе с тем, из-за удаленности Алтайского края от крупных рынков сбыта и межконтинентальных транспортных коридоров и транспортных систем, существуют логистические ограничения и высокие транспортные издержки, связанные как с состоянием дорожного полотна, так и эксплуатационными характеристиками транспортных средств и возможностью применения видов транспорта (рис.3).



Рисунок 3 – Уровень развития транспортной инфраструктуры (автомобильных дорог), не отвечающих нормативным требованиям [5]

Развитие отраслей экономики предполагает опережающее развитие

транспорта, что означает первоначальное строительство всей транспортной инфраструктуры, которая способствует «накоплению» транспортной продукции.

В связи с этим необходимы меры государственной поддержки, направленные на решение вопросов снижения барьеров и продвижения продовольственной продукции на внешние рынки с учетом возможностей транспортной логистической составляющей. Целесообразным для продвижения товаров и услуг дополнительно представляется обеспечение возможности взаимодействия с торговыми представительствами России и региона за рубежом, использование доступных зарубежных информационных ресурсов. Это позволит более успешно реализовывать экспортный потенциал Алтайского края в части развития отраслевых рынков и каналов поставок товаров и услуг.

Список литературы

1. Ковалева, И. В. Развитие внешнеэкономической деятельности отраслевого сектора региона / И. В. Ковалева // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2023. – Т. 18. – № 2 (70). – С. 160-167. – DOI 10.12737/2073-0462-2023-160-167.
2. Официальный сайт Алтайского краевого Законодательного Собрания: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.akzs.ru/>[02.09.2023].
3. Ковалева, И. В. Отраслевые рынки сельскохозяйственного сектора экономики в условия развития интегрированной логистики / И. В. Ковалева, Д. А. Намаконов // Grand Altai Research & Education. – 2023. – № 1(19). – С. 24-31.
4. Официальный сайт министерства экономического развития Алтайского края: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://econom22.ru/>[10.09.2023].
5. Ковалева, И. В. Развитие транспортно-логистических коридоров Сибири / И. В. Ковалева // Заметки ученого. – 2023. – № 6. – С. 250-253.
6. Официальный сайт управления Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://akstat.gks.ru/>[04.09.2023].
7. Официальный сайт Сибирского таможенного управления: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stu.customs.ru/>[12.08.2023].

Козлова Екатерина Константиновна, студент гр. НКмоз-211
Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовые риски являются важной составляющей деятельности любого предприятия, так как они могут оказывать значительное влияние на его финансовое состояние и результаты деятельности.

Основные виды финансовых рисков, с которыми сталкиваются предприятия, включают риск изменения процентных ставок, валютный риск, кредитный риск и риск ликвидности. Каждый из этих рисков может привести к существенным потерям для предприятия, если не предпринимать мер по их управлению и контролю.

Риск изменения процентных ставок связан с колебаниями процентных ставок на рынке, что может привести к увеличению расходов на обслуживание долга или, наоборот, к недополучению прибыли от инвестирования свободных средств. Валютный риск возникает при проведении операций в иностранной валюте и связан с возможными колебаниями ее курса. Кредитный риск связан с возможностью неисполнения контрагентом своих обязательств, что может привести к финансовым потерям. Риск ликвидности связан с возможностью потери доступа к финансовым ресурсам в случае необходимости их быстрого использования.

Управление финансовыми рисками включает в себя разработку стратегии и тактики, направленных на минимизацию возможных потерь и оптимизацию использования финансовых ресурсов. Для этого предприятия используют различные инструменты, такие как страхование, диверсификация, хеджирование и другие методы управления рисками [3].

Экономическая безопасность предприятия характеризуется способностью противостоять внешним и внутренним угрозам, сохранять и приумножать свои активы, обеспечивать стабильность и рост прибыли. Для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо проводить анализ финансовых рисков, разрабатывать меры по их снижению и управлению ими.

Экономическая безопасность предприятия обеспечивается комплексом мер, направленных на защиту его интересов и обеспечение стабильного функционирования в условиях изменяющейся внешней среды. Финансовая составляющая является одним из ключевых элементов экономической безопасности, так как она обеспечивает стабильность и устойчивость предприятия на рынке. Финансовая безопасность включает в себя управление рисками, оптимизацию финансовых потоков, контроль над дебиторской и кредиторской задолженностью, управление инвестиционными проектами и многое другое. Для обеспечения финансовой безопасности пред-

приятия необходимо разрабатывать и реализовывать стратегии и программы, направленные на снижение финансовых рисков и повышение эффективности использования финансовых ресурсов [1].

Важным аспектом финансовой безопасности является управление активами и обязательствами предприятия, что заключается в оптимизации структуры активов, определении оптимального соотношения между собственными и заемными средствами, а также управлении рисками ликвидности и платежеспособности. Для обеспечения экономической безопасности необходимо постоянно контролировать и анализировать финансовые показатели предприятия, чтобы своевременно выявлять и устранять возможные проблемы. Контроль и анализ финансовых показателей включает в себя мониторинг финансовых коэффициентов, анализ финансовых отчетов и прогнозирование будущих финансовых показателей.

Финансовые риски и экономическая безопасность являются важными аспектами деятельности любого предприятия. Финансовые риски могут быть связаны с изменением курсов валют, процентных ставок, цен на товары и услуги, а также с неопределенностью экономической ситуации в целом. Для снижения финансовых рисков предприятия используют различные методы, такие как диверсификация портфеля, страхование, хеджирование, оптимизация затрат и управление рисками.

Важным аспектом экономической безопасности является также управление активами и пассивами предприятия. Необходимо поддерживать оптимальный баланс между ними, чтобы избежать излишней задолженности и обеспечить финансовую устойчивость предприятия.

Обеспечение экономической безопасности и снижение финансовых рисков являются ключевыми задачами для руководства предприятия. Для их решения необходимо проводить постоянный мониторинг финансовых показателей, анализировать риски и принимать меры по их минимизации.

Финансовые риски являются одной из основных проблем экономической безопасности предприятий, так как они могут привести к значительным потерям, снижению прибыли и даже банкротству.

Для управления финансовыми рисками предприятия должны разрабатывать стратегии и внедрять системы управления рисками. Это включает в себя анализ и оценку рисков, разработку мероприятий по их снижению, а также контроль за их выполнением [2].

Однако, даже при наличии эффективной системы управления рисками, финансовые потери могут произойти из-за непредвиденных обстоятельств или ошибок в управлении рисками. Поэтому важно постоянно анализировать и оценивать риски, а также адаптировать систему управления рисками к изменяющимся условиям.

Абсолютно все виды финансовых рисков могут оказать существенное влияние на экономическую безопасность предприятия. Однако, некоторые из них могут быть более значимыми для конкретного предприятия в зависимости от его отрасли, размера, географического расположения и других факторов. Например, для предприятия, работающего в сфере меж-

дународной торговли, валютные риски могут быть более существенными, чем для предприятия, которое работает только на внутреннем рынке. Для крупного предприятия кредитный риск может быть более важным, чем для малого предприятия, которое имеет более ограниченный круг контрагентов.

Для формирования эффективной системы управления финансовыми рисками предприятию необходимо выполнить следующие шаги:

- идентификация рисков – определение всех возможных видов рисков, которые могут повлиять на деятельность предприятия;
- оценка рисков – оценка вероятности наступления каждого риска и его потенциальное влияние на результаты деятельности предприятия;
- разработка стратегий управления рисками – выбор наиболее подходящих методов управления для каждого вида риска, таких как предупреждение риска, передача риска, диверсификация и другие;
- внедрение системы управления рисками – реализация выбранных стратегии управления рисками, включая разработку соответствующих процедур, обучение персонала и мониторинг результатов;
- мониторинг и контроль рисков – постоянное отслеживание изменения рисков и корректировка стратегии управления рисками при необходимости.

Таким образом, экономическая безопасность предприятия тесно связана с уровнем финансовых рисков. Чем выше уровень финансовых рисков, тем меньше вероятность того, что предприятие сможет обеспечить свою экономическую безопасность. Для управления финансовыми рисками необходимо разрабатывать стратегии и применять методы управления рисками, такие как диверсификация, страхование и хеджирование. Также необходимо постоянно анализировать финансовые показатели и контролировать риски, чтобы минимизировать возможные потери.

Список литературы

1. Дымова, И. А. Конкурентные преимущества как фактор обеспечения экономической безопасности бизнеса // В сборнике: 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. 102-106.
2. Дымова, И. А. / Развитие культур учета и аудита // И. А. Дымова, Я. В. Формулевич, О. С. Карпова // Бухгалтерский учет. – 2021. – № 2. – С. 117-122.
3. Ермакова, У. В. Оценка угроз экономической безопасности предприятия / У. В. Ермакова // Наука через призму времени. – 2023. – № 4 (73). – С. 24–26.

4. Иванова, Л. К. Экономическая безопасность предприятия / Л. К. Иванова // Экономическая безопасность: концепция, стандарты. – 2021. – Т. 17, № 7 (60). – С. 30–33.
5. Севрюкова, А. С. Оценка финансовых рисков предприятия и их влияние на его экономическую безопасность / А. С. Севрюкова // В сборнике: Студенческая наука – взгляд в будущее. Материалы XVIII Всероссийской студенческой научной конференции. Красноярск. – 2023. – С. 150-154.

Козлова Екатерина Константиновна, студент гр. НКмоз-211
Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК НАИБОЛЕЕ АКТУАЛЬНЫЙ СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ В УСЛОВИЯХ РОСТА ЦЕН

Хеджирование представляет собой процесс страхования рисков, связанных с изменениями цен на финансовые инструменты или товары. Данный термин происходит от английского слова «hedge», что означает «ограждение» или «защита».

История хеджирования начинается с того момента, когда люди начали торговать товарами и финансовыми инструментами. В древности торговцы использовали различные методы для защиты от колебаний цен, например, заключали контракты на покупку и продажу товаров по заранее оговоренной цене. С развитием финансовых рынков и торговли хеджирование стало более сложным и разнообразным. В настоящее время существует множество методов хеджирования, таких как использование фьючерсных контрактов, опционов, свопов и других финансовых инструментов.

Хеджирование рисков является важным инструментом для предприятий и инвесторов, которые хотят защитить свои активы от инфляции и роста цен. Хеджирование позволяет зафиксировать текущую стоимость товара или финансового инструмента, тем самым снижая риски, связанные с изменениями цен [3].

Примером использования хеджирования может служить покупка акций компании с использованием фьючерсного контракта. Если цена акций компании вырастет, инвестор сможет продать их по более высокой цене. Если же цена акций упадет, инвестор сможет купить их по более низкой цене, зафиксированной в фьючерсном контракте. Таким образом, инвестор получает защиту от колебаний цен на акции и снижает свои риски.

Хеджирование становится все более популярным методом управления рисками среди предприятий и частных инвесторов. Данное обстоятельство связано с тем, что многие компании и инвесторы сталкиваются с рисками, связанными с изменениями цен на товары, услуги и финансовые

инструменты. Хеджирование позволяет компаниям снизить эти риски и защитить свои активы от возможных потерь.

Выделяют следующие виды хеджирования:

- фьючерсные контракты – это договоры на покупку или продажу товара в будущем по заранее оговоренной цене. Фьючерсы используются для защиты от изменения цен на товары и финансовые инструменты;

- опционные контракты: это контракты, которые дают право, но не обязанность, купить или продать актив по определенной цене в будущем. Опционы используются для управления рисками, связанными с изменением цен на активы;

- свопы – это соглашения между двумя сторонами о взаимном обмене платежами, основанными на различных активах или процентных ставках. Свопы используются для управления рисками, связанными с колебаниями валютных курсов, процентных ставок и цен на товары [2].

Хеджирование как метод управления рисками наиболее популярно в странах с развитыми финансовыми рынками, таких как США, Великобритания, Япония, Китай и другие. В этих странах существует большое количество финансовых инструментов для хеджирования различных видов рисков, и многие предприятия и инвесторы активно их используют.

Основными преимуществами хеджирования как метода управления финансовыми рисками, являются:

- хеджирование позволяет предприятиям управлять своими финансовыми рисками и снижать потенциальные потери;

- хеджирование помогает предприятиям сохранять стабильность в условиях неопределенности и колебаний на финансовых рынках;

- хеджирование защищает капитал предприятия от убытков, связанных с изменением стоимости активов или курсов валют;

- в некоторых случаях хеджирование может позволить предприятию получить дополнительную прибыль за счет использования различных инструментов хеджирования;

- хеджирование предоставляет предприятиям гибкость в управлении своими рисками и позволяет быстро реагировать на изменения в рыночной ситуации.

Выделяют следующие проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при хеджировании финансовых рисков:

- высокая стоимость – хеджирование финансовых рисков может быть дорогостоящим. Для того чтобы минимизировать эти затраты, предприятия должны постоянно искать новые способы и инструменты хеджирования;

- неэффективность – не все предприятия могут правильно оценить свои риски и выбрать подходящий инструмент хеджирования, что может привести к неэффективности и дополнительным затратам;

– сложность – процесс хеджирования финансовых рисков требует глубокого понимания финансовых рынков и инструментов, а также умения анализировать и прогнозировать изменения в рыночной ситуации;

– временной фактор – некоторые предприятия могут столкнуться с проблемой выбора правильного момента для хеджирования рисков. Если они хеджируют риски слишком рано, то могут потерять потенциальную прибыль. Если же они хеджируются слишком поздно, то могут столкнуться с большими потерями;

– ограничения в использовании – некоторые предприятия не могут использовать хеджирование из-за законодательных ограничений или требований иных регуляторов;

– проблемы с управлением рисками – хеджирование может не полностью устранить риски, а только распределить их между различными инструментами хеджирования и другими активами предприятия [1].

Хеджирование как метод управления финансовыми рисками постоянно развивается и совершенствуется. С появлением новых инструментов и технологий, таких как блокчейн и искусственный интеллект, возможности хеджирования становятся еще более широкими и эффективными. Также развиваются новые методы и подходы к хеджированию, такие как алгоритмическое и робастное хеджирование, которые позволяют более точно оценивать и управлять рисками.

Блокчейн может использоваться для повышения эффективности и безопасности процессов хеджирования. Блокчейн позволяет создавать надежные и безопасные системы учета и хранения информации о сделках хеджирования, а также упрощает процесс управления рисками. Кроме того, блокчейн может использоваться для создания децентрализованных финансовых платформ, которые могут быть использованы для проведения операций хеджирования без участия посредников. В свою очередь, искусственный интеллект может использоваться для анализа и прогнозирования финансовых рынков, что позволяет предприятиям принимать более обоснованные решения о хеджировании своих рисков. Кроме того, искусственный интеллект может помочь в разработке новых методов и инструментов хеджирования, которые могут повысить эффективность управления рисками.

Таким образом, в настоящее время, хеджирование является популярным методом управления финансовыми рисками не только в зарубежных, но и в российских компаниях, который заключается в создании позиций на одном рынке для компенсации потенциальных убытков или прибыли на другом рынке. Хеджирование используется для защиты от колебаний цен и обеспечения стабильности финансовых результатов.

Список литературы

1. Дымова, И. А. Использование работы внутренних аудиторов в соответствии с требованиями МСА / И. А. Дымова // Аудитор. – 2019. – Т. 5. – № 1. – С. 20-24.

2. Белухин, В. В. Хеджирование рисков / В. В. Белухин // Агентство «Слияния и Поглощения». – 2022. – № 6 (11). – С. 6-9.
3. Богатырёв, В. Д. Разработка алгоритма хеджирования процентных и валютных рисков / В. Д. Богатырев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 1. № 4 (136). – С. 141-146.
4. Овсейчик, Д. Ю. Хеджирование как инструмент управления рисками / Д. Ю. Овсейчик // Студенческий вестник. – 2022. – № 20-14 (212). – С. 46-47.
5. Формулевич, Я. В. Учет долгосрочных целевых займов / О. С. Карпова, И. А. Дымова // Бухгалтерский учет. – 2020. – № 7. – С. 111-118.

Колесов Эдуард Олегович, студент гр. МЕН19-2
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЯ АНАЛИЗА РИСКОВ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

В компании NovoNexus в рамках прохождения автором преддипломной практики выявлено много недостатков, которые возникают, в том числе, из-за отсутствия полной картины состояния производства и финансов у руководства организации и невозможности принятия адекватных решений. В NovoNexus нет единой информационной системы, позволяющей принимать комплексные стратегические и оперативные управленческие решения. Такая система необходима и для контроля за состоянием экономической безопасности организации: она делает все производственные и финансовые процессы доступными для мониторинга, позволяет выявлять факторы рисков и рассчитывать индикаторы рисков в автоматическом режиме и оповещать ответственных сотрудников о конкретных проблемах в области безопасности [1].

В NovoNexus имеются следующие программные системы:

1С: Управление производственным предприятием 1.3. Данная система применялась для ведения следующих контуров: продажи и отгрузки крупным клиентам; складской учет ГП и материалов; производство; планирование; бухгалтерский и налоговый учет.

1С: Комплексная автоматизация 2.0. Данная система применялась для ведения следующих контуров: продажи и отгрузки небольшим клиентам; складской учет ГП; бухгалтерский и налоговый учет. 1С: WMS Логистика. Управление складом 3.1.

NovoNexus необходима автоматизация на основе 1С: ERP, которая в отличие от отдельных функциональных решений, связывает работу всех подразделений. Она позволяет построить комплексную информационную систему управления предприятием, повысить прозрачность бизнес-

процессов и обеспечить принятие эффективных управленческих решений, тем самым повысить экономическую безопасность организации [2].

Функциональность 1С: ERP предназначена для обеспечения эффективного управления рисками в условиях неопределенности. Система помогает в выстраивании и автоматизации единой системы управления рисками, которая включает в себя следующие функции [3]:

1. Процедуры идентификации и предварительной оценки произвольных рисков. С помощью системы возможно идентифицировать потенциальные риски и провести их предварительную оценку с целью определения ущербов и вероятностей их реализации. В свою очередь это поможет в разработке эффективной стратегии управления рисками.

2. Функции планирования контрольно-предупредительных мероприятий для снижения возможного ущерба и вероятности реализации рисков событий. Система предоставляет возможность разработки и планирования контрольно-предупредительных мероприятий, которые помогают снизить возможный ущерб и вероятность реализации рисков событий.

3. Учет инцидентов и планов реакции на них. В системе можно вести учет инцидентов и разрабатывать планы реакции на них. Компания сможет быстро и эффективно реагировать на возникшие проблемы и минимизировать их последствия.

4. Наглядные инструменты интерпретации ущерба от рисков в данных план-фактного анализа. Функционал 1С: ERP имеет наглядные инструменты для интерпретации ущерба от рисков в данных план-фактного анализа. С помощью чего возможно принимать эффективные решения и оптимизировать стратегию управления рисками.

Таким образом, функциональность 1С: ERP способна обеспечить достижение поставленных целей в условиях неопределенности через выстраивание и автоматизацию единой системы управления рисками [4].

Рассмотрим типовой бизнес-процесс управления рисками с помощью системы 1С: ERP (см. рис. 1).

Функциями 1С: ERP в рамках управления рисками являются:

1. Регистрация рисков. Реализуется в паспорте рисков, где можно указать все инциденты и мероприятия, связанные с возможными угрозами и последствиями для деятельности компании.

2. Назначение владельцев и согласование. Для быстрого и эффективного реагирования на потенциальные угрозы в компании в системе возможно сформировать процесс взаимодействия сотрудников в процессе управления рисками.

3. Управление предупредительными мероприятиями. В систему включены такие функции, как планирование предстоящих мероприятий, контроль прогресса их выполнения и учет завершенных мероприятий.

4. Учет инцидентов. Риски можно использовать как аналитику бюджета, оперативного плана или заявки на операцию. Так компания сможет более точно представлять затраты на предупреждение рисков и ущерба от случившихся инцидентов.

5. Анализ рисков, инцидентов, мероприятий. Благодаря анализу, компания сможет управлять расходами на предупреждение рисков, что способствует более эффективному принятию решений по управлению рисками.



Рисунок 1 – Типовой бизнес-процесс управления рисками

Источник: разработано автором на основе [5, 6]

Таким образом, ERP будет способствовать в том числе и выявлению факторов рисков, а также позволит рассчитывать индикаторы рисков для выявления состояния экономической безопасности организации.

Внедрение в деятельность NovoNexus ERP-системы необходимо, в первую очередь, для разработки и реализации планов управления рисками. С помощью системы будет возможно собирать, хранить и анализировать данные о бизнес-процессах, что поможет идентифицировать потенциальные риски и своевременно принимать меры для их управления.

Миссия проекта – упрощение и автоматизация рутинных процессов, и осуществление более точного мониторинга бизнес-операций и управления рисками; обеспечение руководства NovoNexus точной и своевременной информацией о состоянии производства, финансов и экономической безопасности для повышения эффективности реализации планов управления рисками.

Цель данного проекта – внедрение ERP системы в деятельность NovoNexus для цифровизации всей организации, которая позволит охватить контролем все бизнес-процессы, обнаруживая факторы рисков.

Продукт проекта – ERP система для NovoNexus для отслеживания потенциальных рисков и принятия мер по их устранению или снижению.

Совместно с ERP имеет смысл внедрить RPA-систему. На сегодняшний день рабочий процесс любого сотрудника связан с перемещениями между несколькими интерфейсами или экранами. Но робот может автоматизировать указанные ему задачи даже при перемещении с платформы на платформу и вне зависимости от количества используемых приложений.

В таблице 1 представим организационный план, который содержит распределение ролей и функций в проекте внедрения ERP системы

NovoNexus. Организационный план содержит функционал всех участвующих в проекте специалистов.

Таблица 1 – Организационный план проекта внедрения ERP в деятельность NovoNexus

| Роли | Выполняемые функции и обязанности в проекте |
|--|--|
| Заказчик проекта – NovoNexus (за счет средств бюджета) | <ul style="list-style-type: none"> – генерирует главную идею и задание на проект; – согласует и принимает результаты проекта; – участвует в обсуждении промежуточных результатов и задач (при необходимости); – выделяет ресурсы (прежде всего, финансовые). |
| Лидер / инициатор проекта – заместитель директора | <ul style="list-style-type: none"> – инициирует проект, готовит его предварительное обоснование и предложения по реализации, согласует их с заказчиком проекта; – обеспечивает продвижение проекта на всех уровнях в NovoNexus и его успешное выполнение; – отвечает за мотивацию персонала NovoNexus в проекте, демонстрирует личную заинтересованность в проекте; – контролирует деятельность и результаты работы рабочих групп; – организует выделение и распределение ресурсов в проекте; – принимает ключевые решения по проекту. |
| Руководитель проекта – начальник производственного отдела | <ul style="list-style-type: none"> – выполнение всех функций по управлению проектом; – определение структуры и состава рабочих групп в проекте; – определение требований к участникам рабочих групп; – выполнение всех распоряжений инициатора проекта; – отвечает за вовлечение сотрудников NovoNexus в проект, взаимодействие с руководителями структурных подразделений, проведение встреч и совещаний, решение всех организационных вопросов; – отвечает за методическую часть проекта, подготовку всех материалов проекта; – организация и проведение обучения участников проекта – рабочих групп. |
| Рабочая группа / специалисты производственного и финансового отделов NovoNexus | <ul style="list-style-type: none"> – выполнение специализированных задач по своей предметной области и предоставление результатов Руководителю проекта / главной рабочей группе; – консультирование Руководителя проекта и главной рабочей группы по вопросам своей компетенции. |

Источник: разработано автором

Результатом проекта является внедрение ERP, которая повысит эффективность системы управления рисками NovoNexus. Это в свою очередь приведет к повышению конкурентоспособности компании на рынке в условиях неопределенности внешней среды.

Аналитические функции системы позволяют повысить прозрачность деятельности для руководства NovoNexus, повышают достоверность про-

гнозов возникновения рисков, предоставляют точную информацию о потенциальных рисках. Соответственно, данные результаты также положительно скажутся на конкурентной позиции рассматриваемой компании.

Список литературы

1. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
2. Череповская, Н. А. Об инвестиционном потенциале в региональном развитии / Н. А. Череповская // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2015. – № 7 (204). – С. 46-51.
3. Коряков, А. Г. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года / А. Г. Коряков, С. Г. Басалов, Д. Н. Баранов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 20.
4. 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.
5. Коряков, А. Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий / А. Г. Коряков // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
6. Глубоков, М. В. Уточнение базового метода оценки эффективности закупки продукции, поставляемой для государственных нужд с учетом влияния фактора неопределенности / М. В. Глубоков, Е. В. Скубрий // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 3 (92). – С. 1143-1152.

Куксова Полина Алексеевна, Янковская Александра Эдуардовна,
студенты гр. ССб-201

Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Исследование современной судебно-медицинской практики и соответствующей литературы указывает на стабильный рост подачи заявлений в суд пациентов с исками на несоответствующее качество стоматологических услуг. Аргументированность претензий, предъявляемых медицинским работникам, основывается на наличии дефектов оказания стоматологической помощи, что устанавливается в процессе проведения комиссионных экспертиз [3].

Целью стоматологической экспертизы является установление факта некачественно оказанных врачом-стоматологом медицинских услуг,

предоставление пациенту возможности в досудебном или судебном порядке отстаивать свои интересы, защищать законные права.

Для проведения экспертизы качества оказания стоматологической помощи обращаются в следующих случаях:

1. Некачественное лечение зубов.
2. Частичный или полный отказ от выполнения клиникой указанных в договоре гарантийных обязательств.
3. Соккрытие от пациента информации о возможных последствиях лечения или осложнениях, возникающих при медицинском вмешательстве.
4. Отсутствие письменного согласия пациента на проведение манипуляций.
5. Несоблюдение медицинских норм и стандартов в процессе оказания услуг.
6. Передозировка лекарственными средствами.
7. Использование лекарств с истекшим сроком годности.
8. Несоблюдение норм безопасности во время проведения хирургических операций.
9. Принятие на работу некомпетентных специалистов, предоставление им широкой медицинской практики [4].

Различают следующие виды рассматриваемых исследований:

1. Судебные – назначенные судом.
2. Независимые – проводятся как в досудебном, так и в судебном порядке по желанию заинтересованных лиц.

По инициативе истца или ответчика для сбора дополнительных доказательств проводится досудебная экспертиза. Необходимость проведения судебной экспертизы возникает вследствие постановления суда, а в случаях расследования уголовных дел - органом дознания и следствия.

Экспертизы бывают первичными, повторными и дополнительными. Если первичная экспертиза была неясной, неполной или есть сомнения в заключении специалиста, то проводят повторную или дополнительную экспертизу.

Стоматологические экспертизы также же различают и по составу специалистов:

1. Единоличная – экспертизу выполняет один специалист.
2. Комплексная – от двух и более специалистов, у всех разная специализация.
3. Комиссионная – от двух и более экспертов, единая специализация.

Экспертиза стоматологических услуг проводится независимым экспертом – врачом-стоматологом или группой лиц, состоящей из юристов и врачей.

В процессе проведения стоматологической экспертизы эксперт оценивает не только качество оказанного лечения, но и его необходимость,

а также адекватность применения соответствующих материалов или лекарственных препаратов.

Экспертная оценка качества должна осуществляться в соответствии с видом стоматологического лечения:

- хирургическая – оценка правильности установки имплантов, удаления зубов;
- терапевтическая – при лечении зубов, десен и удалении зубного камня;
- ортодонтия – мониторинг процесса ортодонтического лечения, проверка качества установки брекетов;
- ортопедическая – оценка качества установки протезов и коронок.

Независимая экспертиза стоматологических услуг необходима в тех случаях, когда возникает спор между пациентом и его лечащим врачом-стоматологом. А именно если спор возник следующих случаях:

1. Усугубились ранее беспокоившие проблемы или появились новые на фоне оказанного лечения.
2. Появление дискомфорта после терапевтического лечения или установки протезов, пациент испытывает неприятные ощущения при жевании.
3. Пациента не поставили в известность о возможных осложнениях, которые могут возникнуть после лечения.
4. Игнорирование состояния здоровья и противопоказаний пациента, лечащим врачом-стоматологом.
5. Клиникой не выполняются гарантийные обязательства.
6. Несоблюдения требований безопасности.
7. Есть подозрения, указывающие на использование некачественных материалов, врачом стоматологом при проведении стоматологического лечения, под сомнение так же ставится профессионализм врача-стоматолога.
8. У организации отсутствует разрешение на проведение стоматологических процедур.

Судебно-стоматологическая экспертиза дает возможность отстоять права граждан, получить моральную и материальную компенсацию от организации, в которой было проведено некачественное стоматологическое лечение, вследствие которого был причинен вред здоровью пациента. Зачастую экспертизу проводят, когда организация или врач-стоматолог не соглашаются с претензиями пострадавшего или отказываются признавать свою вину.

Для проведения экспертизы качества оказанной стоматологической помощи, необходимо предоставить специалистам следующие документы:

1. Рентген-снимок до и после проведения медицинского вмешательства.
2. Компьютерная или панорамная томография зубных рядов.
3. Договор с клиникой на оказание стоматологических услуг.
4. Медицинская карта из стоматологии или ее дубликат.

При поступлении обращения от пострадавшего, проводится проверка, направленная на установление причин непрофессионального стоматологического лечения, в ходе которой выявляются последствия данного лечения, а также предлагаются рекомендации по защите прав получения качественной медицинской помощи в ходе судебного процесса.

Также могут проводиться другие экспертные работы, зависящие от цели и задачи исследования, продиктованные некомпетентным лечением:

- определение причин появления дефектов стоматологических услуг;
- определение клинической природы, характера, структуры некачественного лечения и его последствий;
- определение природы причиненного ущерба здоровью.

Практика судебно-медицинских экспертиз свидетельствует о том, что в 15-20 % случаях некомпетентное лечение удается квалифицировать как уголовно-наказуемое [3].

В начале 2000-х годов обращений в суды было достаточно мало, вопросы о качестве предоставленных стоматологических услуг решались в досудебном порядке.

В последние годы количество судебных решений, проведенных в области стоматологии, стабильно растет. Это связано в большей степени с ростом правосознания российских граждан, чем с ухудшением качества оказываемых стоматологических услуг.

Также немаловажным аспектом является то, что увеличился процент признанных судами обоснованных исков. Это связано с отсутствием валидных методик оценки качества предоставляемых услуг и результатов лечения, подтверждающих правильность выбранных методов лечения [1].

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что экспертиза качества стоматологических услуг существует для того, чтобы пациенты могли отстаивать свои права в получении качественных медицинских услуг, а не мириться с халатным отношением врачей к своей работе. В организацию рекомендуется внедрить систему менеджмента качества, которая позволит не допустить большинство фактов некачественно оказанных медицинских услуг [2, 5].

Список литературы

1. Андреева, С. Н. Анализ судебной практики по гражданским делам, связанным с дефектами оказания стоматологической помощи населению Российской Федерации за период с 1993 по 2017 г. / С. Н. Андреева, А. А. Гусаров, В. А. Фетисов // Судебно-медицинская экспертиза. – 2018. – № 61(3). – С. 44-48.
2. Малюгин, А. Н. TQM – сущность, значение и возможности использования на практике / А. Н. Малюгин, П. Н. Верховская // Современные тенденции и инновации в науке и производстве: Материалы

X Международной научно-практической конференции. – КузГТУ: Междуреченск, 2021. – С. 210.1-210.5.

3. Мурзова, Т. В. Анализ дефектов оказания медицинской помощи по результатам изучения судебно-медицинских экспертиз неблагоприятных исходов стоматологического лечения / Т. В. Мурзова, Н. В. Малахов, А. В. Дятел // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3. – С. 28.

4. Экспертиза качества стоматологической помощи // Федерация Судебных Экспертов: сайт. – URL: <https://sud-expertiza.ru/ekspertiza-kachestva-stomatologicheskoy-pomoshhi/> (дата обращения: 25.09.2023).

5. Чернышов, А. В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А. В. Чернышов, А. Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-прак. 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>.

Куракина Татьяна Вадимовна, студент гр. СУмоз-221
Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА БАЗОВЫХ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ

Конкурентные стратегии были разработаны в рамках концепции стратегического менеджмента, которая предполагает разработку долгосрочных планов действий компании для достижения ее целей и задач. Конкурентные стратегии помогают компаниям выживать и процветать на рынке, конкурируя с другими компаниями за клиентов, ресурсы и прибыль [1].

Разработка конкурентных стратегий начинается с анализа внешней и внутренней среды компании. Внешняя среда включает в себя факторы, на которые компания не может повлиять, такие как экономические, политические, социальные и технологические условия на рынке. Внутренняя среда включает в себя ресурсы и возможности компании, такие как ее финансовое положение, человеческий капитал, технологии и производственные мощности [6].

На основе анализа внешней и внутренней среды компания определяет свои конкурентные преимущества и недостатки и выбирает конкурентные стратегии, которые позволят ей максимально использовать свои преимущества и преодолеть недостатки [3].

Разработка конкурентных стратегий является ключевым элементом стратегического менеджмента и требует тщательного анализа и планирования. Компании должны постоянно обновлять свои конкурентные страте-

гии в соответствии с изменениями на рынке и потребностями клиентов, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными в долгосрочной перспективе. В этой статье мы рассмотрим основные стратегии конкуренции и особенности их выбора [5].

Майкл Портер выделил три базовые стратегии конкуренции:

1. Дифференциация;
2. Лидерство по затратам;
3. Фокусирование.

Кроме того, Портер выделяет комбинацию стратегий, например, лидерство по затратам и дифференциация (Cost Leadership with Differentiation), которая может помочь компании достичь конкурентного преимущества [4].

Первая базовая стратегия конкуренции – стратегия дифференциации. Она заключается в создании уникального продукта или услуги, который отличается от конкурентов. Это может быть достигнуто путем использования высококачественных материалов, уникального дизайна, инновационных технологий и т.д. Примерами компаний, успешно применяющих данную стратегию, являются Apple, Nike, BMW.

Однако, выбор такой стратегии также имеет свои особенности. Компания должна обладать определенными ресурсами и компетенциями, которые позволят ей создать уникальный продукт или услугу. Например, это может быть высокое качество продукции, инновационные технологии, уникальный дизайн и т.д. [9]. Также необходимо провести анализ рынка и конкурентов, чтобы определить, какие уникальные характеристики будут наиболее востребованы у потребителей. Компания должна понимать, что именно делает ее продукт или услугу уникальной и как это может помочь ей привлечь больше клиентов [2].

Компания должна иметь возможность поддерживать свою уникальность на протяжении всего жизненного цикла продукта или услуги. Необходимо постоянно инвестировать в развитие и совершенствование продукта, чтобы он оставался конкурентоспособным на рынке [1]. Важно помнить, что конкурентная стратегия дифференциации может быть эффективной только в том случае, если компания может обеспечить высокое качество продукции или услуги и удовлетворить потребности своих клиентов. Если же уникальность продукта не соответствует ожиданиям потребителей, то выбор такой стратегии может привести к неудаче [2].

Вторая базовая стратегия конкуренции – стратегия лидерства по себестоимости. Она заключается в создании продукта или услуги с наименьшей возможной себестоимостью. Это может быть достигнуто путем оптимизации производственных процессов, использования дешевых материалов, снижения затрат на маркетинг и т.д. Примерами компаний, успешно применяющих данную стратегию, являются Walmart, Ryanair, IKEA [3].

Особенность выбора этой стратегии заключается в том, что компания должна быть способна обеспечить высокое качество продукта или

услуги при минимальных затратах. Компания должна иметь возможность снижать себестоимость своего продукта или услуги, чтобы предлагать его по более низкой цене, чем у конкурентов. Например, это может быть достигнуто за счет использования более дешевых материалов, оптимизации производственных процессов или уменьшения затрат на маркетинг [9].

Также необходимо провести анализ рынка и конкурентов, чтобы определить, какую цену клиенты готовы платить за продукт или услугу. Компания должна понимать, что именно делает ее продукт или услугу более доступной для потребителей и как это может помочь ей привлечь больше клиентов [3]. Компания должна иметь возможность поддерживать свою конкурентоспособность на протяжении всего жизненного цикла продукта или услуги. Необходимо постоянно искать новые способы снижения себестоимости и улучшения качества продукта, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке [8].

Важно помнить, что конкурентная стратегия лидерства по себестоимости может быть эффективной только в том случае, если компания может обеспечить высокое качество продукции или услуги и удовлетворить потребности своих клиентов. Если же низкая цена не соответствует ожиданиям потребителей, то выбор такой стратегии может привести к неудаче [1].

Третья базовая стратегия конкуренции – стратегия фокусирования. Она заключается в узкой специализации на определенном сегменте рынка и создании продукта или услуги, которые полностью соответствуют потребностям данного сегмента. Это может быть достигнуто путем изучения потребностей и поведения клиентов в данном сегменте, а также созданием уникального ценностного предложения для них. Примерами компаний, успешно применяющих данную стратегию, являются Rolls-Royce, Ferrari, Rolex [9].

Для успешной реализации стратегии фокусирования компания должна иметь глубокое понимание потребностей своих клиентов и уметь создавать уникальный продукт или услугу, которые будут удовлетворять эти потребности. Кроме того, компания должна иметь возможность эффективно конкурировать с другими игроками на рынке, которые также могут пытаться занять этот узкий сегмент. Одним из преимуществ стратегии фокусирования является возможность получения высокой прибыли за счет узкой специализации и высокой ценовой политики. Кроме того, компания может лучше контролировать свои затраты и более эффективно использовать свои ресурсы [7].

Однако стратегия фокусирования также имеет свои риски. Компания может оказаться слишком зависимой от узкого сегмента рынка и потерять свою конкурентоспособность в случае изменения рыночных условий. Кроме того, компания может столкнуться с конкуренцией со стороны других игроков на рынке, которые также могут пытаться занять этот узкий сегмент [5].

В целом, стратегия фокусирования может быть эффективной для компаний, которые имеют уникальный продукт или услугу и могут эффективно конкурировать на узком сегменте рынка.

С развитием рынка можно выделить дополнительные стратегии конкуренции:

1. Ценовая конкурентная стратегия;
2. Стратегия развития новых продуктов.

Остановимся на каждой из них подробнее.

Четвертая базовая стратегия конкуренции – ценовая конкурентная стратегия. Она предполагает установление цен на товары или услуги ниже, чем у конкурентов. Это позволяет компании привлечь больше клиентов и увеличить свою долю на рынке [9]. Однако, выбор такой стратегии имеет свои особенности.

Во-первых, компания должна быть готова к снижению своей прибыли, чтобы удержать своих клиентов и привлечь новых. Важно также учитывать затраты на производство, чтобы не понести убытки.

Во-вторых, необходимо провести анализ рынка и конкурентов, чтобы определить оптимальную цену для своих товаров или услуг. Не стоит снижать цены слишком сильно, чтобы не ущербить свой бренд и не создать впечатление о низком качестве продукции.

В-третьих, компания должна иметь возможность быстро реагировать на изменения рыночной ситуации и конкуренции. Необходимо следить за ценами конкурентов и анализировать их маркетинговые стратегии.

В-четвертых, важно помнить, что ценовая конкурентная стратегия не является универсальным решением для всех компаний. Она может быть эффективной только в том случае, если компания имеет достаточно высокую производительность и низкие затраты на производство. Если же компания не может снизить свои затраты, то выбор такой стратегии может привести к убыткам [7].

В целом, выбор ценовой конкурентной стратегии должен основываться на анализе рынка и конкурентов, а также на готовности компании к изменениям в своей бизнес-модели [10].

Пятая базовая конкурентная стратегия – стратегия развития новых продуктов. Она заключается в том, что компания постоянно работает над созданием новых продуктов или улучшением уже существующих, чтобы удовлетворить потребности своих клиентов и оставаться конкурентоспособной на рынке [11].

Преимущества этой стратегии заключаются в том, что она позволяет компании расширять свой ассортимент продуктов и привлекать новых клиентов. Новые продукты могут быть более инновационными и качественными, что повышает удовлетворенность клиентов и дает возможность установить более высокие цены на продукцию. Кроме того, развитие новых продуктов может помочь компании диверсифицировать свой бизнес и снизить риски [10].

Недостатки этой стратегии заключаются в том, что разработка новых продуктов требует значительных инвестиций в исследования и разработки, а также в маркетинг и рекламу. Кроме того, не все новые продукты могут оказаться успешными на рынке, что может привести к убыткам для компании.

Выбор этой стратегии зависит от типа продукта или услуги, которые предлагает компания, и от целевой аудитории. Если компания работает в инновационной отрасли, то развитие новых продуктов может быть критически важным для ее успеха. Кроме того, если компания хочет расширить свой бизнес и привлечь новых клиентов, то разработка новых продуктов может быть эффективной стратегией [11].

Однако, компания должна быть готова к инвестициям и рискам, связанным с разработкой новых продуктов. Кроме того, необходимо проводить тщательный анализ рынка и потребностей клиентов, чтобы убедиться в целесообразности разработки новых продуктов [10].

Выбор базовой конкурентной стратегии зависит от многих факторов, таких как тип продукта или услуги, целевая аудитория, рыночная конкуренция, цель компании и ее ресурсы. Например, если компания имеет ограниченные ресурсы и конкурирует с крупными игроками на рынке, то стратегия низких цен может быть эффективной. Если компания предлагает уникальный продукт или услугу, то стратегия премиум-ценности может быть более подходящей [4].

При выборе базовой конкурентной стратегии компания должна учитывать свои сильные и слабые стороны, анализировать конкурентную среду и потребности клиентов. Для этого можно использовать различные инструменты анализа, такие как SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ конкурентов и т.д. Кроме того, компания должна постоянно обновлять свою стратегию в соответствии с изменениями на рынке и потребностями клиентов. Важно понимать, что выбор стратегии зависит от конкретной отрасли и ситуации на рынке, и компании должны анализировать все пять факторов конкуренции, чтобы определить наиболее подходящую стратегию [11]:

1. Угроза новых конкурентов – оценка вероятности появления новых игроков на рынке и их возможной конкуренции.

2. Угроза замены продукта – оценка вероятности того, что покупатели могут перейти на альтернативные продукты или услуги.

3. Власть поставщиков – оценка влияния поставщиков на цены и качество материалов, необходимых для производства продукта.

4. Власть покупателей – оценка влияния покупателей на цены и качество продукта, а также на общую динамику рынка.

5. Конкуренция между существующими игроками – оценка конкуренции между существующими компаниями на рынке, их сильных и слабых сторон, а также возможностей для дифференциации продукта или услуги [11].

В заключение можно сказать, что выбор базовой конкурентной стратегии является ключевым моментом в успехе компании на рынке. Неправильный выбор стратегии может привести к потере рыночной доли, убыткам и даже к банкротству [6]. Кроме того, выбор стратегии также влияет на позиционирование компании на рынке и ее восприятие потребителями. Каждая из стратегий имеет свои особенности и риски, и компания должна тщательно анализировать свои возможности и ресурсы, чтобы выбрать наиболее подходящую стратегию для достижения конкурентного преимущества [7].

Список литературы

1. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М.: Омега-Л. – 2017. – 329 с.
2. Михайлов, О. В. Конкурентные стратегии дифференциации и минимизации издержек / О. В. Михайлов // Управление. – 2019. – Т. 7. – № 3. – С. 75-83.
3. Носова, Н. С. Конкурентная стратегия компании и методы конкурентной борьбы / Н. С. Носова. – СПб. : Анлейс, 2018. – 256 с.
4. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 234 с.
5. Тувина, И. С. Методология и инструментарий конкурентного анализа при разработке маркетинговой стратегии предприятия / И. С. Тувина // Устойчивое развитие науки и образования. – 2020. – № 5 (44). – С. 126-131.
6. Черджиева, М. Т. Сущность и классификация конкурентных стратегий / М. Т. Черджиева // Вестник современных исследований. – 2020. – № 2-3 (32). – С. 52-55.
7. Чмышенко, Е. В. Взаимосвязь стратегий и конкурентных преимуществ / Е. В. Чмышенко // Евразийское Научное Объединение. – 2020. – № 8-4 (66). – С. 231-232.
8. Шиндина, К. В. Теоретические основы разработки конкурентных стратегий предприятий / К. В. Шиндина // Оригинальные исследования. – 2020. – Т. 10. – № 9. – С. 15-19.
9. Кутин, М. В. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии / М. В. Кутин // Сфера услуг: инновации и качество. – 2020. – № 50. – С. 69-79.
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-практической 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.
11. 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.

Малышева Ксения Константиновна, Антропова Валерия Валерьевна,
студенты гр. ОУб-211

Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных экономических условиях динамичной и нестабильной окружающей среды, ограниченного финансирования перед субъектами экономической деятельности особенно актуальной становится проблема повышения конкурентоспособности.

Для получения конкурентных преимуществ предприятию необходимо совершенствовать свою деятельность, внедрять новые технологии и методы управления, постоянно повышать эффективность использования ресурсов, в том числе трудовых. К модернизированным моделям экономического расходования ресурсов предприятия на современном этапе относят технологии бережливого производства, позволяющие не только выявить причины снижения, например, производительности труда, но и определить, каковы факторы ее роста и резервы (неиспользованные возможности повышения объемов производства и сокращения затрат).

С 2018 года в нашей стране реализуется национальный проект «Производительность труда», главной задачей которого являлось обеспечение роста производительности труда на основе внедрения системы бережливого производства. Внедрение технологий бережливого производства направлено на сокращение всех производственных потерь, что позволит без привлечения дополнительных инвестиций достичь максимальной экономии ресурсов предприятия, повысить производительность труда и, тем самым, обеспечить конкурентные преимущества.

Проект реализуется поэтапно, по мере интеграции в него все большего количества регионов. Так, в 2019 году участниками национального проекта было 42 субъекта РФ, в 2022 году – 78 субъектов РФ из 85, в настоящее время – все субъекты РФ [1].

Кемеровская область стала регионом-участником данного проекта с 2019 года. В 2022 году в Кузбассе в реализации проекта участвовало 67 предприятий, треть из которых предприятия малого и среднего бизнеса.

В настоящее время, согласно интерактивному portalу Министерства труда и занятости населения Кузбасса [2], участниками данного национального проекта в Кузбассе стали 75 предприятий, 27 из которых (36%) субъекты малого и среднего бизнеса.

Данные о распределении предприятий Кемеровской области, участвующих в национальном проекте «Производительность», по отраслям представлены в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Количество предприятий Кемеровской области, участвующих в национальном проекте «Производительность»

| Отрасль | 2022 г. | 2023 г. |
|--------------------------------|---------|---------|
| Обрабатывающие производства | 37 | 44 |
| Сельское хозяйство | 4 | 5 |
| Строительство | 11 | 11 |
| Транспорт | 7 | 7 |
| Жилищно-коммунальное хозяйство | 4 | 4 |
| Торговля | 4 | 4 |
| Итого | 67 | 75 |

Как видно из таблицы 1, наибольший прирост предприятий, внедряющих технологии бережливого производства, наблюдается в сфере обрабатывающих производств [3, 4].

В процессе внедрения бережливых технологий на предприятия Кемеровской области были выделены следующие ключевые проблемы, влияющие на производительность: неэффективные логистические процессы, нерациональное разделение рабочей нагрузки между персоналом, частые простои оборудования и недостаточно оптимизированная система хранения сырья и материалов.

Проведенный авторами сравнительный анализ внедрения технологий бережливого производства на предприятиях Кемеровской области доказал их эффективность (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ результатов внедрения технологий бережливого производства в Кемеровской области

| Название предприятия, год участия в проекте | Отрасль | Выявленные проблемы | Проведенные мероприятия | Результат применения бережливых технологий |
|---|---------------|--|---|---|
| Крупные предприятия | | | | |
| ООО «Кузбассдорстрой», 2021 г (строительство автомобильных дорог и автомагистралей) | Строительство | Неэффективная логистика всей производственной цепочки (от приготовления асфальтобетонной смеси до ее укладки на самом объекте) | Выявлены процессы, на которых происходят потери времени и трудовых ресурсов | Быстрее и без очередей стали проходить загрузка и выгрузка асфальта, в 2021 г. на 185 % увеличена выработка |

| | | | | |
|---|-----------|--|--|---|
| ООО «Кузбасслегпром», 2021 г. (производство и поставка спец. одежды) | Торговля | Излишки складских запасов | Оптимизировали складские операции и другие процессы в сфере поставки, внедрена система 5С на склад, разработаны технологические карты на комплектацию товара, а также на сборку и перемещение товара | Время оформления заказа групповой сборки сократилось на 12 %, объем складских запасов снизился на 10 %, а выработка на одного сотрудника в смену увеличилась на 36 % |
| АО «Кемеровский механический завод», 2020 г. (производство оружия и боеприпасов) | Обработка | Нарушение требований промышленной безопасности | Внедрение системы 5С, произведена корректировка организации рабочего пространства | Увеличение производительности труда в 2021 году на 11 %, снижение времени технологического процесса на 16 %, снижение норм расходов на использование материалов и электроэнергии, а также повышение выработки и экономической эффективности |
| Крупные предприятия | | | | |
| ООО «Химпром», 2019 г. (производство неорганических химических веществ) | Обработка | Нарушение требований промышленной безопасности | Внедрена система 5С на всех рабочих местах, стенды визуального управления эффективностью стандартных операционных процедур | Выработка в расчете на одного сотрудника в 2021 году возросла более чем на 10 %, а общее время выпуска партии соляной кислоты сократилось почти на восемь часов, или более чем на 20 % |

| | | | | |
|---|----------------|--|--|--|
| АО «Кемеровоспецстрой», 2020 г. (строительство автомобильных дорог и автомагистралей) | Строительство | Несоблюдение стандартов, нарушение законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения | Был внедрен метод «АВС анализа склада инертных материалов» и разработана карта складирования, произведено картирование, стандартизация работы, проведен производственный анализ и внедрена система 5С | Снижение внеплановых ремонтов технологического оборудования на 15 %, сокращение сроков и повышение качества дорожных работ |
| Малые и средние предприятия | | | | |
| ООО «УК «Кузбас-странсмет», 2020г. (производство крепежных изделий) | Обрабатывающие | Некорректная работа оборудования и его долгая настройка, длительные перемещения приборов и материалов по цеху | внедрена на рабочих местах система 5С, изменена схема расположения оборудования для устранения лишних перемещений | Время выпуска продукции сокращено на треть, выработка в расчете на одного сотрудника выросла на 36%, объемы незавершенного производства сократились почти на 80% |
| Малые и средние предприятия | | | | |
| ООО «Инженерный центр АСИ», 2019 г. (разработка и производство электронных промышленных весов) | Обрабатывающие | Нерациональная маршрутизация доставки запчастей, порождающая простои | Усовершенствована внутренняя логистика, оптимизированы сроки поставок необходимых комплектующих, грамотная организация рабочего пространства каждого вовлеченного в технологическую цепочку сотрудника | Повышение производительности труда на 60 % по сравнению с 2019 г., снижение трудоемкости процессов на 60 %, увеличение объема выпуска готовой продукции (например, платформенных весов на 11 %, вагонных – на 4 %, а автомобильных – на 2 %) |
| ООО «Кузбассхлеб», 2020 г. (производство | Обрабатывающие | Неправильно расставленное оборудование, несо- | Оптимизации всех этапов выпуска хлеба: от завоза сырья до упаковки | Сократилось время технологического процесса, производитель- |

| | | | | |
|--|----------------|---|---|--|
| хлеба и мучных кондитерских изделий) | | блюдение стандартов и технологий | готовой продукции | ность труда повысилась на 18,5 %, сократились объемы брака в 15 раз, время выпечки партии хлеба в 4 раза |
| ООО «Завод Электромашина», 2021 г. (производство электродвигателей, генераторов и трансформаторов) | Обрабатывающие | Неправильная система хранения рабочих инструментов, деталей и комплектующих, большое количество брака | На рабочих местах внедрена система 5С, изменена схема расположения оборудования для устранения лишних перемещений, рациональная организация рабочего пространства | Сокращены складские и производственные запасы почти в 9 раз, что привело к значительному уменьшению объёмов незавершённого производства и повышению общей эффективности работы |

Таким образом, внедрение бережливых технологий позволяет сократить циклы производства, расширить объемы выпуска, исключая лишние издержки, снизить себестоимость продукции, повысить ее качество, улучшить условия труда, предоставляя предприятиям конкурентные преимущества. Это, в свою очередь, раскрывает перед ними широкие горизонты возможностей для увеличения производственных мощностей, развития импортозамещения, осуществления инноваций и успешного вхождения на новые рынки.

Список литературы

1. ИТ-платформа «Производительность РФ»: сайт. – Москва, 2010 – . – URL: <http://производительность.рф/about-fcc/otrasli/> (дата обращения 26.09.2023).
2. Портал Министерства труда и занятости населения Кузбасса: сайт. – Кемерово. – URL: http://ufz.kemerovo.ru/content/производительность_труда (дата обращения 26.09.2023).
3. Исследование основных показателей горно-эколого-экономической системы / В. Г. Михайлов, С. М. Бугрова, Ю. С. Якунина [и др.] // Уголь. – 2019. – № 9 (1122). – С. 106-111.
4. Mikhailov, V. G. Study of environmental management efficiency at HIMPROM PLC, Kemerovo / V. G. Mikhailov, S. M. Bugrova // In the World of Scientific Discoveries, Series B. – 2014. – Vol. 2, No. 1. – P. 73-83.

Мантей Марина Сергеевна, Лазарева Ирина Васильевна,
студенты гр. ССб-201
Научный руководитель – Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ РАЗРАБОТКИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Сегодня индустрия компьютерных игр является одной из самых прибыльных и динамично развивающихся отраслей в мире. За последние десятилетия эта отрасль заметно выросла и стала одной из самых прибыльных в мире развлечений. Каждый год на рынок выходят сотни новых игр, которые привлекают внимание миллионов геймеров со всего мира. Однако, вместе с ростом популярности этой индустрии, возникли и проблемы, связанные с недобросовестной конкуренцией, которые могут привести к непоправимым последствиям для отдельных компаний, а также для всей индустрии в целом. К сожалению, это явление не новое и наблюдается уже на протяжении многих лет.

Недобросовестной конкуренцией называют любые действия, которые вводят в заблуждение потребителей о товаре с целью извлечения прибыли или нанесения вреда конкурентам, а также противоречат законодательству РФ (п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

Одним из наиболее распространенных видов недобросовестной конкуренции является пиратство. Пиратство – это правонарушение, суть которого составляет использование произведений науки, литературы и искусства, охраняемых авторским правом, без разрешения авторов или правообладателей, или с нарушением условий договора о использовании таких произведений. Пиратские копии игр создаются и распространяются без разрешения правообладателей, что приводит к значительным убыткам для разработчиков. Это может привести к сокращению бюджетов на разработку новых игр, а также ограничению инноваций и творческого потенциала разработчиков.

В России наблюдается немало случаев пиратства. К примеру, в 2020 году было начато расследование в отношении Алексея Чернова, разработчика пиратской версии игры PlayerUnknown's Battlegrounds, которая была названа «Jungle Warfare».

В 2018 году, были проведены обыски в компании 3DM, занимающейся взломом защиты игр, были задержаны несколько человек команды.

Иностранные компании также промышленно используют нелицензированных программных продуктов. Например, в 2016 году компания Nival была обвинена в использовании пиратской версии игрового движка Unity при разработке игры Prime World. А в 2015 году компании Wargaming были также выдвинуты обвинения за использование пиратской версии игры 3D Max при создании игры World of Tanks.

Эти компании были вынуждены заплатить штрафы и приобрести лицензии на использование ПО. Однако, многие другие компании по-прежнему продолжают использовать пиратское программное обеспечение.

Не менее распространённым видом недобросовестной конкуренции является кража интеллектуальной собственности. Компании-разработчики инвестируют значительные средства в исследование и разработку новых игровых концепций, персонажей, сюжетов и технологий. Однако, некоторые конкуренты могут украсть эти идеи и использовать их в своих проектах без разрешения. Это не только наносит ущерб оригинальным разработчикам, но и подрывает доверие игрового сообщества к индустрии в целом.

В качестве примера можно привести историю спора между компаниями Epic Games и Bluehole Studio. В 2017 году Epic Games выпустила свою игру Fortnite Battle Royale, которая быстро стала популярной. Bluehole Studio, разработчик игры PlayerUnknown's Battlegrounds, обвинил Epic Games в краже концепции идеи боевого рояля и использовании технологии Unreal Engine, которую Bluehole Studio также использовала для своей игры.

Другой пример – это спор между компаниями ZeniMax и Oculus VR. ZeniMax обвинила Oculus VR в краже интеллектуальной собственности и нарушении авторских прав при разработке виртуальной реальности. Суд признал Oculus VR виновным и приговорил компанию к уплате компенсации в размере \$500 млн.

Также стоит отметить использование недобросовестных методов маркетинга и рекламы. Некоторые компании могут использовать обманчивую рекламу, чтобы привлечь внимание игроков к своим продуктам. Например, они могут обещать функции, контент или возможности в игре, которые на самом деле отсутствуют. Это может привести к разочарованию игроков, потере доверия к компании и, более того, к ухудшению репутации всей отрасли. Кроме того, недобросовестный маркетинг может привести к тому, что игроки будут покупать игры, которые не соответствуют их ожиданиям, что приведет к оттоку клиентов и убыткам для компании. Все это негативно влияет на индустрию в целом, вызывая ухудшение качества игр и снижение инноваций.

Последствия недобросовестной конкуренции в сфере разработки компьютерных игр могут быть серьезными. Она может привести к сокращению инноваций и разнообразия в игровой индустрии. Разработчики, опасаясь кражи своих идей или недобросовестной конкуренции, могут ограничиться уже проверенными концепциями и не рисковать с новыми идеями. Это может привести к стагнации и упадку индустрии в долгосрочной перспективе.

Для борьбы с недобросовестной конкуренцией в данной сфере необходимо принимать соответствующие меры. Правительства и международные организации должны ужесточить законодательство в отношении пиратства и кражи интеллектуальной собственности. Компании-разработчики должны активнее защищать свои права и использовать сред-

ства защиты, такие как цифровые DRM-технологии. Также важно обратить внимание на этические аспекты маркетинга и рекламы, чтобы предотвратить обман потребителей. Компании должны быть более внимательными к защите своей интеллектуальной собственности и использованию лицензионного программного обеспечения. Также важно вести честную рекламу и избегать ложной информации о продуктах конкурентов.

В заключение можно сделать вывод, что недобросовестная конкуренция в сфере разработки компьютерных игр – это серьезная проблема, которая оказывает отрицательное влияние на индустрию и игровое сообщество. Необходимо принимать меры для борьбы с пиратством, кражей интеллектуальной собственности и обманчивой рекламой, чтобы сохранить доверие игроков и стимулировать инновации в отрасли.

Список литературы

1. Кудрявцев, К. А. Государственное регулирование защиты конкуренции на товарных рынках : учебное пособие / К. А. Кудрявцев. – Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 58 с.
2. Недобросовестная конкуренция: товарный знак и не только // onlinepatent: сайт. – URL: <https://onlinepatent.ru/faq/trademark/nedobrosovestnaya-konkurenciya-tovarnyj-znak-i-ne-tolko/> (дата обращения: 05.10.12).
3. What Is a Game Developer (and How Do I Become One)? // coursera : сайт. – URL: <https://www.coursera.org/articles/game-developer> (дата обращения: 05.10.2023).
4. Wikipedia : сайт. – URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница (дата обращения: 05.10.2023)

Михайлов Владимир Сергеевич, студент гр. ПЭМ-231
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Сфера искусственного интеллекта по многим социально-экономическим вопросам всех областей человеческой деятельности сегодня, в эпоху цифровизации, признана самой острой в плане конкуренции на разных уровнях [2, 7]. Это и оборонно-промышленный комплекс, и медицина, и образование, и остальные области общественной жизни и экономики. В каждой из них можно выделить специфическую технико-технологическую и общую гуманитарную составляющие с соответствующими проблемами для отдельного человека и всего человечества. Наиболее острыми в плане интеллектуальной конкуренции (конкуренции в сфере

ИИ) являются, на наш взгляд, следующие четыре области, стратегически обозначенные в [5].

1. Военно-промышленная сфера. «Искусственный интеллект (ИИ) – это прорывная технология двойного назначения. И военная составляющая технологий ИИ очень быстро эволюционирует. Считается, что ИИ – это третья революционная инновация в военном деле после изобретения пороха и ядерного оружия» [5]. Соответственно военной должна эволюционировать мирная гуманитарная составляющая технологий ИИ. Без человеческого человека военные действия, как это не парадоксально, лишены противоборствующих смыслов. Победить в них может та сторона, чьи воины – патриоты, а не бездушные роботы, а начальники, включая промышленников [8] – высококлассные профессионалы.

2. Управленческая сфера. «Деградирующие компетенции и объективная профнепригодность к внедрению систем с элементами ИИ — это мировая управленческая угроза. Кто будет принимать решения: человек, наделенный ответственностью, (и принявший на себя ответственность. – В.М.) или безответственная машина – вот в чем вопрос. Как бы ни был силен ИИ, конечное решение должно оставаться за человеком» [5]. Уточним, – за личностью, осознанно сохраняющей традиционные духовно-нравственные ценности: «только люди (а не машины) являются конечным источником и определителем ценностей, от которых зависит любой ИИ. Никакой разум (человека или машины) никогда не будет по-настоящему автономным: всё, что мы делаем, зависит от социального контекста, созданного другими людьми, которые определяют смысл того, что мы хотим достичь. Это означает, что за всё, что делает ИИ, отвечают люди» [10]. Такую ответственность конкурентоспособных работников необходимо воспитывать уже в процессе профессионального образования. В условиях недостатка сил и / или ресурсов человек в отличие от ИИ может принять адекватное ситуации эмоциональное решение. В этом качестве всякое человеческое решение верно уже потому, что оно *человеческое*, а не машинное.

3. Сфера профессионального образования. Цифровизация образования, несбалансированная с гуманизмом, приводит к следующей негативной ситуации: «Растущая зависимость от цифровых систем подрывает способность к познанию, делая для людей более трудным поддержание внимания, запоминание информации и критическое мышление». Авторы отмечают «заметное понижение профессиональных стандартов постиндустриальных экономик» [5]. В качестве одной из стратегических целей этого видится заведомое снижение возможностей работника в конкуренции с ИИ. Об этом же свидетельствует и планомерное уничтожение инженерно-технического образования в мире и стране.

Для развития КузГТУ особый интерес представляет такой вопрос: «Нехватка инженерно-технических специалистов в России с каждым годом все сильнее, вопрос – как стимулировать поступление молодежи на обучение этим востребованным работодателями специальностям. Если сегодня

мы не начнем интенсивно заниматься подготовкой и воспитанием кадров национально ориентированных и компетентных в применении ИИ, мы просто провалимся со всеми своими замыслами» [5]. Такое воспитание, по нашему мнению, должно обязательно включать гуманитарную компоненту, без нее провал будет катастрофическим.

Положительным можно признать факт возвращения в период цифровизации в образование государства. «Задача воспитания инженерного и интеллектуального потенциала России должна стать государственным приоритетом, потому что без этого невозможно будет обеспечить обороноспособность и безопасность государства, сохранение суверенитета и само будущее нашей цивилизации. Необходимо формирование «Великой триады» – фундаментальная наука, прикладная наука, подготовка кадров. Профессиональное развитие нужно сочетать с духовно-нравственным развитием и с творчеством» [5]. При этом закладывать «нравственный эмбрион» (термин В.Г. Белинского) государственно мыслящие педагоги и наставники должны не в ИИ, а в создающего его человека – творца, как в процессе образования [3], так и в дальнейшей трудовой жизни. Это позволит учитывать не только экономические эффекты от внедрения технологий ИИ [4] для бизнеса, но и социально-гуманитарные результаты для общества и человека.

4. Психофизиологическая сфера. «Риски ментальной и профессиональной деградации элит усугубляются тем, что сегодня <...> интенсивно разрабатываются технологии с использованием ИИ для воздействия на психофизиологическую сферу человека с целью влияния на умы, эмоции и настроения отдельных людей и социальных групп» [5]. Психофизиология работающего человека тесно связана с экономикой: главное тут – загнать в жесткой конкурентной гонке человека труда, чтобы он признал первенство ИИ и не требовал для себя высокой заработной платы. «Предполагается, что около 13% от общей суммы фонда зарплаты может перейти на оплату тех, кто будет выполнять сложную работу, требующую развитых цифровых навыков. Напротив, работникам, выполняющим рутинные функции или обладающим низким уровнем цифровых навыков, заработная плата может быть заморожена или снижена. Доля последних в общем фонде заработной платы в период 2020–2030 гг. может снизиться с 33 до 20 %» (Цит. по [4]). Известна оценка такой ситуации К. Марксом: «Не подлежит никакому сомнению, что машины сами по себе не ответственны за то, что они «освобождают» рабочего от жизненных средств». Но, если даже внедрение машин с ИИ не приведет к снижению оплаты труда, то, уравнивая людей по дарованиям и талантам, оно не способствует творчеству, необходимому в усиливающемся конкурентном противостоянии.

Интересно также, насколько выросла не только производительность труда [6], но и степень эксплуатации при использовании ИИ по сравнению с конвейером? Мы не увидели таких количественных исследований. Очевидна только необходимость современной защиты человека от технического прогресса в виде ИИ. Сможет ли человечество в целом достичь того со-

вершенства, при котором все люди согласятся между собой относительно плюсов и минусов применения ИИ? Пока этого не произойдет, интеллектуальная конкуренция в сфере ИИ будет нести все недостатки экономической конкуренции капиталистической системы хозяйствования.

Таким образом, решение гуманистических проблем интеллектуальной конкуренции должно стать императивом в любой человеческой деятельности, исходя из высокой миссии и ответственности человека. ИИ следует рассматривать здесь лишь как инструмент, усиливающий когнитивные возможности человечества при безусловном соблюдении прав каждого трудящегося человека.

Список литературы

1. Дзялошинский, И. М. Искусственный интеллект: гуманитарная перспектива / И. М. Дзялошинский // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2022. – Т. 21. – № 6: Журналистика. – С. 20-29.
2. Жернов, Е. Е. Конкуренция между роботами и людьми: миф и реальность // 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. 67–70.
3. Жернов, Е. Е. Этические проблемы цифровизации образования / Е. Е. Жернов, Д. Г. Кочергин // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 4. – С. 64–70.
4. Ивановский, Б. Г. Экономические эффекты от внедрения технологий «искусственного интеллекта» / Б. Г. Ивановский // Социальные новации и социальные науки. – 2021. – № 2. – С. 8–25.
5. Ильницкий, А., Лосев А. Индуцированная деградация мира. Глобальные угрозы человечеству – что делать России / А. Ильницкий, А. Лосев // Парламентская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pnp.ru/politics/inducirovannaya-degradaciya-mira.html>. – [05.10.2023].
6. Макаров, М. Ю. Влияние искусственного интеллекта на производительность труда / М. Ю. Макаров // Экономика и управление. – 2020. – Т. 26. – № 5. – С. 479–486.
7. Философова, Т. Г. Искусственный интеллект и стратегические задачи повышения международной конкурентоспособности в современных условиях / Т. Г. Философова, Е. А. Матюшина // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2022. – № 4. – С. 240–246.
8. Щурина, С. В. Искусственный интеллект как технологическая инновация для ускорения развития экономики / С. В. Щурина, А. С. Данилов // Экономика. Налоги. Право. – 2019. – Т. 12, № 3. – С. 125-133.

Никифоров Кирилл Алексеевич, студент гр. ФКмоз-211
Научный руководитель – Шевелёва Оксана Борисовна, к.э.н. доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СРЕДНЕДУШЕВЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ ЖИЗНИ В СТРАНЕ И РЕГИОНЕ

Под уровнем жизни понимается степень удовлетворения материальных и духовных потребностей населения. Показатель уровня жизни населения на данный момент выступает универсальным параметром для определения экономического, социального и культурного положения в стране и в регионах [1], в связи с этим динамика доходов населения представляет собой актуальную сферу исследования различными специалистами.

Для определения уровня жизни населения используются качественные и количественные параметры. К качественным параметрам относится уровень благосостояния общества, к количественным – объем потребляемых товаров и услуг.

Основные факторы, влияющие на уровень жизни:

- доходы (заработная плата, льготы);
- качество товаров и услуг;
- труд (условия труда, занятость, производительность);
- демография (численность населения, показатели рождаемости, продолжительность жизни и т.п.);
- безопасность жизни (уровень преступности, качество окружающей среды)
- досуг населения [2].

Одним из предметов изучения уровня жизни являются доходы населения, а именно их объем и способы увеличения, поскольку динамика заработной платы прямо влияет на показатель благосостояния страны и отдельных регионов [3].

Основным методом исследования уровня жизни населения выступает аналитический метод. Чтобы оценить уровень жизни, нужно проанализировать динамику заработной платы, которая делится на номинальную и реальную [4].

Факторы, влияющие на номинальную заработную плату:

- спрос и предложение;
- уровень конкуренции;
- размер налогов;
- наличие/отсутствие монополии.

Факторы, влияющие на реальную заработную плату:

- производительность труда;
- квалификация рабочих;
- цены на материалы и услуги.

Для того чтобы понять, на каком уровне сейчас находится величина среднедушевого дохода населения нашей страны, проведём анализ его ди-

намики за последние несколько лет. В связи с этим, изучим темп роста и величину доходов с 2018 г. по 2022 г. (табл.1).

Таблица 1 – Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов в России в 2018-2022 гг., % [5]

| Уровень среднедушевых доходов населения, руб. | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------|------|------|------|------|
| До 7 000 | 5 | 4,1 | 3,5 | 2,7 | 1,4 |
| От 7 000 до 10 000 | 6,8 | 6 | 5,6 | 4,5 | 3 |
| От 10 000 до 14 000 | 11 | 10,1 | 9,6 | 8,3 | 6,2 |
| От 14 000 до 19 000 | 13,6 | 13 | 12,8 | 11,5 | 9,7 |
| От 19 000 до 27 000 | 18 | 17,8 | 17,9 | 17,1 | 16,1 |
| От 27 000 до 45 000 | 23,7 | 24,6 | 25,3 | 25,9 | 27,4 |
| От 45 000 до 60 000 | 9,4 | 10,2 | 10,6 | 11,7 | 13,5 |
| Свыше 60 000 | 12,5 | 14,2 | 14,7 | 18,3 | 22,7 |

Исходя из анализируемых данных, видно, что уровень среднедушевых доходов населения в нашей стране кардинально изменился за пять лет. Если при уровне среднедушевых доходов от 14 тыс. руб. до 19 тыс. руб. процентное соотношение населения уменьшилось с 13,6 % до 9,7 %, то доля населения со среднедушевым доходом свыше 60 тыс. руб. выросла на 10,2 % (с 12,5 % до 22,7 %). Результаты данных таблицы 1 показывают, что в динамике средний уровень доходов населения неуклонно растёт, что не может не сказаться положительным образом на уровне жизни населения в целом.

Проанализируем рост среднемесячной заработной платы согласно данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области в период с 2018 г. по 2022 г. (табл.2).

Таблица 2 – Среднемесячная заработная плата работников организаций (включая малые предприятия)

| | 2018г. тыс. руб. | 2022г. тыс. руб. | Абсолютное отклонение, тыс. руб. | Темп роста % |
|---------|---------------------|---------------------|----------------------------------|--------------|
| Январь | 26448 | 50632 | 24184 | 191,44 |
| Февраль | 27168 | 50653 | 23485 | 186,44 |
| Март | 27487 | 50363 | 22876 | 183,22 |

Продолжение таблицы 2

| | | | | |
|----------|-------|-------|-------|--------|
| Апрель | 30903 | 49868 | 18965 | 161,37 |
| Май | 30933 | 50608 | 19675 | 163,61 |
| Июнь | 29671 | 51421 | 21750 | 173,3 |
| Июль | 28218 | 52757 | 24539 | 186,96 |
| Август | 28892 | 50976 | 22084 | 176,44 |
| Сентябрь | 32074 | 52498 | 20424 | 163,68 |
| Октябрь | 30797 | 51112 | 20315 | 165,96 |
| Ноябрь | 31195 | 52163 | 20968 | 167,21 |
| Декабрь | 30958 | 51176 | 20218 | 165,31 |

Из полученных данных можно сделать вывод о том, что уровень заработной платы в регионе увеличивается с каждым годом, и более того - ежемесячно. Неравномерный рост связан с экономическим состоянием предприятий и страны в целом в анализируемый временной интервал. Несмотря на пандемийные ограничения в середине анализируемого периода, повлекшие за собой существенные изменения в финансовом состоянии компаний, организациям удалось не просто продолжить работу в столь непростой период, но и обеспечить прирост заработных плат работников и сохранение за ними рабочих мест. В анализируемый период работники многих предприятий смогли увеличить производительность труда и его качество. На это положительным образом оказали влияние, в том числе и комфортные условия работы на удаленной основе, которые привели к тому, что многие компании и при выходе из пандемийного периода продолжили работать на так называемой «удалёнке».

На конец 2022 года, Кемеровская область-Кузбасс располагалась в рейтинге по среднедушевым доходам населения среди регионов Российской Федерации на 25-м месте. Исходя из рейтингов за предыдущие годы, Кузбасс имеет положительную динамику роста данного показателя, что, безусловно, благоприятно сказывается на уровне жизни населения региона. Если в ближайшие несколько лет, судя по прогнозным данным, будет обеспечен примерно такой же рост уровня средней заработной платы, то это сможет не просто поднять регион в указанном выше рейтинге, но и в дальнейшем позволит повлиять на увеличение численности населения в области за счёт того, что молодые люди не захотят покидать родной регион [6].

Список литературы

1. Никоненко, Е. С. Динамика заработной платы и уровня жизни населения: региональный и российский аспект / Е.С. Никоненко, Л.Г. Шутько. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2017.
2. GRANDARS.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/uroven-zhizni-naseleniya.html> (Дата обращения 01.10.2023).
3. FEDSTAT.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/31399> (Дата обращения 01.10.2023).

4. Белехова, Г. В. Возможности повышения уровня жизни населения за счет роста заработной платы / Г.В. Белехова, А.И. Россошанский, Е.А. Укмарева. – Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. – 2015.
5. Чепурина, М. Н. Курс экономической теории: учебник / М. Н. Чепурина, Е. А. Киселева. – Киров: «АСА», 2007.
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области [Электронный курс]. – Режим доступа: <https://42.rosstat.gov.ru/?ysclid=llx8u3631y291128937> (дата обращения 30.09.2023).
Журнал «Профиль» [Электронный курс]. – Режим доступа: <http://www.profile.ru> (дата обращения 30.09.2023).

Опивалов Фёдор Олегович, студент гр. П-22

Научный руководитель – Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент,
зав. кафедрой продюсерства и общенаучных дисциплин
(Филиал РГИСИ, Сибирская высшая школа музыкального и театрального искусства, г. Кемерово)

РЫНОК ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ: СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ

Рынок исполнительских искусств в мире и в России развивается высокими темпами. Об этом свидетельствуют данные ряда исследований. Так, по мнению А. Фурсина с 2015 года активно растёт музыкальный рынок, в среднем темпы роста составляют 42 % в год. Во многом это заслуга отечественных стриминговых сервисов, которые позволяют легально и удобно слушать музыку, благодаря чему пользователи данных сервисов не прибегают к пиратству и прилежно оплачивают подписки [1].

Также в исследовании Н. Буракова и О. Славинской приведены статистические данные, в которых прослеживается ежегодный рост цен на билеты, повышение заработной платы в театрах, самих театров, как и работников в них, становится только больше. Концертные организации, напротив, с каждым годом теряют свою востребованность и их становится меньше [2].

Определенное негативное влияние в 2020-2021 гг. оказала пандемия: из-за локдауна и противоковидных мер рынок исполнительских искусств потерял существенную часть выручки. В театрах на момент 2019 года совокупный объём продаж составил 25,1 млрд рублей, а в 2021 продажи резко упали до 18,7 млрд рублей. Общий же объём рынка в 2019 году составлял 49,21 млрд рублей, в 2020 г. этот показатель уже снизился до 20,8 млрд рублей. В том же 2020 г. сегмент концертной деятельности просел на 80 %, отчего можно сделать вывод, что во время пандемии больше всего пострадали музыканты и организаторы зрелищных мероприятий [3].

Результаты анализа российского рынка исполнительских искусств на момент 2023 года говорят о восстановлении доходов до допандемийного уровня. Так в театрах суммарный объем продаж билетов за 2022 год уже превысил показатели 2019 года, однако зрителей в процентном соотношении стало меньше, что говорит о росте цен на билеты. Если брать пример других стран, то в Китае за февраль-март этого года продажи билетов на театральные представления выросли на 49% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года [4].

Таким образом, рынок исполнительских искусств способен не только развиваться высокими темпами, если для него нет никаких ограничений, но и адаптироваться под сложившуюся общественную конъюнктуру.

В этих условиях знание и понимание специфики исполнительских искусств как услуги, как рыночного объекта – объекта спроса и предложения, необходимо любому производителю данных услуг с целью повышения их конкурентоспособности и прибыльности своей деятельности.

Услуги в области исполнительских искусств в РФ согласно Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008) относятся к Разделу R: Услуги в области искусства, развлечений, отдыха и спорта и включают в себя:

- услуги, предоставляемые актерами, чтецами, певцами, музыкантами, танцорами, каскадерами, ведущими телевизионных программ, лекторами, ораторами, цирковыми и прочими артистами;
- услуги по производству и постановке: театральных, оперных, балетных, музыкальных, концертных представлений, кукольных и цирковых представлений;
- услуги по содействию и организации: театральных, оперных, балетных, музыкальных, концертных представлений кукольных и цирковых представлений и ряд других услуг [5].

Особенности конкуренция на рынке исполнительских искусств напрямую связаны с особенностями услуг, оказываемых на данном рынке. Прежде чем выделять специфические особенности услуг в области исполнительских искусств необходимо сказать о том, что им, как и любым другим услугам присущ ряд общих особенностей, отличающих их от материально-вещественных товаров, представленных в таблице 1 [6].

Таблица 1 – Общие характеристики услуг

| Характеристика | Особенности |
|--------------------------------|--|
| Неосязаемость | невозможно взять в руки, потрогать или увидеть до момента покупки |
| Непостоянство качества | качество услуг зависит от конкретных исполнителей, их квалификации, времени места оказания |
| Неотделимость от производителя | выполняются только в присутствии производителя услуги |
| Несохраняемость | невозможно хранить для последующей продажи или использования |

Помимо указанных общих особенностей для услуг в области исполнительских искусств можно выделить ряд специфических черт. Рассмотрим их подробно:

1. Данные услуги не удовлетворяют основные потребности. К основным потребностям, в общих чертах, можно отнести сон, пищу и дыхание, то есть биологические потребности, которые влияют на состояние и работоспособность организма. Услуги же в области исполнительских искусств удовлетворяют духовные потребности и не так важны для состояния здоровья.

2. Существенное превышение времени подготовки проекта (спектакля, концерта, шоу) над временем реализации. Например, постановка пьесы в театре занимает около 3 месяцев плодотворной работы, при этом зрители видят её на сцене 90-120 минут.

3. Невозможность оказания услуги в любом месте в любое время.

4. Зависимость результата от эмоционального и физического состояния исполнителя. Артист, несмотря на любые его регалии, подвержен влиянию среды, как и любой человек, отчего каждое новое выступление может кардинально отличаться от предыдущего.

5. Ожидание потребителем в качестве результата определённых эмоций (восторг, радость, грусть и т.п.).

6. Высокая степень ожиданий потребителя.

7. Зависимость результата от настроения зрителя - расстроенный, поникший зритель вряд ли воспримет всерьёз исполнителя и не вникнет в суть происходящего на сцене.

8. Коллективное получение услуги. Театры, концерты, цирки и т.д. рассчитаны на проведение мероприятий для обширной публики, из чего вытекает, что зритель, как правило, не будет одинок, а совсем напротив будет находиться среди множества других людей и смотреть на тот же продукт вместе с ними.

9. Уникальность каждой постановки вследствие описанных выше факторов зависимости результата от состояния исполнителя, потребителя и коллективного получения услуги.

10. Влияние известности исполнителя на цену услуги. Чем большую популярность имеет исполнитель, тем большую цену он будет ставить на свои выступления.

11. Возможность замены другими услугами, занимающие свободное время. С каждым годом становится больше развлечений и предложений для проведения досуга. Вместо похода на выступление любимого певца можно сходить в новый ресторан на углу дома, или же провести время за компьютером – всё зависит от приоритетов и средства потребителя, следовательно в исполнительской сфере необходимо постоянно развиваться и улучшать свой продукт.

Перечисленные характеристики услуг в сфере исполнительских искусств имеют прямое влияние на особенности конкуренции на данном рынке. В силу специфики подобные услуги практически невозможно стан-

дартизировать, определить понятие и уровень их качества, поэтому ключевыми факторами успеха в конкурентной борьбе становятся апеллирование к предыдущему опыту потребителей, известность исполнителей, создание определённой атмосферы, влияющей на формирование эмоций, которые в данном случае являются конечным результатом для потребителя и именно по их силе он осуществляет свой дальнейший выбор или отказ от услуг конкретного участника рынка.

Список литературы

1. Музыка // информационное агентство InterMedia : [сайт]. – URL: <https://www.intermedia.ru/news/372728> (дата обращения: 04.10.2023).
2. Бураков, Н., Славинская, О. Творческие индустрии и рынки труда организаций исполнительских искусств [Электронный ресурс] // Государственный институт искусствознания: [сайт]. – URL: https://sias.ru/upload/2021БураковСлавинская_Творческие%20индустрии%20и%20рынки%20труда_Сорочкинские%20чтения.pdf (дата обращения: 04.10.2023).
3. Плетнева, М. А., Козлов, Д. В. Исследование российского рынка исполнительской деятельности [Электронный ресурс] // Научно-исследовательский институт защиты интеллектуальной собственности: [сайт]. – 2022. – 13 мая. – URL: <https://niizis.ru/publikaczii/analiz-rossijskogo-rynka-ispolnitelskoj-deyatelnosti/?ysclid=lmecul9kwh802714908> (дата обращения: 04.10.2023).
4. Стогова, Е. Сборы театров в 2022 году превысили допандемийный уровень [Электронный ресурс] // РБК: [электронная газета]. – 2023. – 7 августа. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/08/2023/64ccf3229a79473a35d47 (дата обращения: 04.10.2023).
5. Раздел R. Услуги в области искусства, развлечений, отдыха и спорта // информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/70650730/0e220c6c3fc68ebcbb77ea335fb225be/> (дата обращения: 04.10.2023).
6. Дмитриева, Н. В. Маркетинг / Н. В. Дмитриева, О. С. Габинская. – Москва: Издательский Центр РИОР, 2018. – 240 с.
7. Рубинштейн, А. Я. Могут ли исполнительские искусства быть прибыльными? / А. Я. Рубинштейн // Вопросы теоретической экономики. – 2017. – № 1(1). – С. 88-108.

Пантюхина Дарья Владимировна, студент гр. МУб-221
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИМ ПРАВОМ

Согласно Федеральному закону от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», недобросовестная конкуренция определяется как действия группы лиц, которые имеют целью получение превосходства в бизнес-сфере и противоречат законодательству, деловым нормам, требованиям добропорядочности, и могут причинить убытки конкурентам [1].

В качестве примера недобросовестной конкуренции можно привести ситуацию, когда бренды и рекламные тексты подозрительно безосновательно называют свою продукцию «первой», «лучшей» и даже «единственной», подразумевая, что только их фирма предлагает такой товар. Например, на одном из зданий МГУ было написано: «МГУ - лучший университет страны. Физфак – лучший факультет МГУ». В данном случае проблема заключается в рекламе, так как МГУ также предлагает платное обучение, что приносит университету финансовую выгоду. Федеральная Антимонопольная Служба (ФАС) предупредила университет о недобросовестной конкуренции, так как формальных доказательств превосходства МГУ над другими учебными заведениями не было найдено.

Однако, на практике, определение правил добросовестной конкуренции может быть неоднозначным, так как в гражданском праве отсутствует четкое определение, какие действия можно считать добросовестными, а какие - недобросовестными. Определение недобросовестной конкуренции как действий, противоречащих честной торговой практике и добросовестности, не содержит конкретных критериев поведения на рынке, так как значение использованных терминов неоднозначно. Они могут различаться в разных странах, изменяться со временем и принимать новые формы нарушений.

Примером недобросовестной конкуренции является использование популярного бренда для продвижения своего собственного бренда. Единственным легальным способом использования чужого бренда является франшиза. Без нее нельзя использовать известное название, настраивать контекстную рекламу по конкурентам или продавать контрафакт. Например, владелец мобильного приложения для поиска автосервисов зарегистрировал свой продукт под названием «Ремонтиста». Владелец другого сервиса поиска автосервисов настроил рекламу по ключевому слову «Ремонтиста», чтобы привлечь пользователей, которые искали «Ремонтисту», но оказывались на сайте конкурента. Федеральная антимонопольная служба признала такие действия недобросовестной конкуренцией, и владельцы «Ремонтисты» подали иск на миллион рублей против конкурента.

Статья 10 Гражданского кодекса РФ запрещает гражданам и юридическим лицам осуществлять действия с целью причинения вреда другим лицам или злоупотреблять своими правами. Также запрещено использование гражданских прав для ограничения конкуренции и злоупотребление доминирующим положением на рынке [2].

Одной из форм злоупотребления гражданским правом является недобросовестная конкуренция, то есть действия, которые противоречат закону и деловой практике и направлены на получение прибыли за счет других. За нарушение недобросовестной конкуренции предусмотрены правовые санкции, включающие различные меры, включая отказ в защите гражданских прав [3].

Общие признаки злоупотребления гражданским правом включают такие, как видимая законность, умышленность и вредоносность. Среди частных признаков злоупотребления гражданским правом можно выделить как активное, так и пассивное поведение, а также обход закона, который проявляется только в форме действий.

Все эти признаки взаимосвязаны между собой. Видимая законность указывает на то, что недобросовестное поведение формально соответствует правовым нормам, но на самом деле оно противоречит принципам закона. Умышленность свидетельствует о намеренных действиях субъекта, направленных на причинение вреда третьим лицам. Вредоносность указывает на негативные последствия такого недобросовестного поведения [4].

Злоупотребление гражданским правом в своей сущности представляет собой недобросовестное поведение, которое не соответствует требованиям разумного осуществления права и причиняет фактический вред соседним правам и интересам. Однако в законе недобросовестное поведение понимается как формально правомерное, но фактически противоправное поведение, которое скрывается под легальную форму. Таким образом, нестандартное поведение одновременно является формально правомерным с точки зрения закона и фактически противоправным из-за его вредоносных последствий [5].

Важно отметить, что признаки злоупотребления гражданским правом, содержащиеся в статье 10 Гражданского кодекса РФ, должны быть связаны с признаками видимой законности и рассматриваться как общие характеристики таких действий [2].

С учетом вышеизложенного, считаем необходимым уточнить и четко определить правовую позицию в отношении недобросовестной конкуренции в Федеральном законе «О защите конкуренции». Недобросовестная конкуренция представляет собой самостоятельную форму злоупотребления правом. Кроме того, следует привести в соответствие данную позицию с положениями закона, которые разграничивают злоупотребление правом и недобросовестную конкуренцию между собой.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 18.07.2019) // ПГ, 2006, № 126-127; РГ, 2019, № 175.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 18 июля 2019 г.) // СЗ РФ. 1994. № 32. ст.3301;2019. № 29 (часть I) ст. 3844.
3. Садиков, О. Н. Злоупотребление правом в Гражданском кодексе России / О. Н. Садиков // Хозяйство и право. – 2016. – № 2. – С. 42.
4. Голикова, О. В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом / О. В. Голикова // Конкурентное право. – 2018. – № 1. – С. 43.
5. Радченко, С. Д. Злоупотребление правом в гражданском праве России. – М.: Волтерс Клувер. – 2019. – С. 91.

Пестерева Елена Владимировна, студент гр. ЭУб-201
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н. доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СПРАВЕДЛИВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Государство всегда активно участвовало в экономической деятельности страны, позволяло развиваться рынку и контролировало его финансовые и экономические отношения. Чем сложнее эти взаимоотношения, тем важнее влияние страны на процесс регулирования.

Характерной чертой современной рыночной экономики является стремление к монополии. Это процесс, посредством которого определенный круг поставщиков, обычно крупные компании, получают преимущество в определенных секторах рынка товаров или услуг, что препятствует принципу здоровой конкуренции. Роль государства в этом вопросе заключается в обеспечении развития системы конкуренции, которая в значительной степени зависит от выбора определенной стратегии государственного антимонопольного регулирования.

Справедливая конкуренция – это состояние рыночной экономики, где все участники имеют равные возможности для развития своей деятельности на рынке. Чтобы обеспечить такие условия, государству необходимо следить за состоянием инфляции, предотвращать распространение рыночной монополии и развивать возможности для появления большего числа продавцов одного и того же сегмента товаров и услуг [1].

В настоящее время тенденции рыночной экономики показывают, что на самом деле невозможно создать справедливую конкуренцию в естественных условиях рыночной экономики. Обычно рынки характеризуются несовершенными типами конкуренции, такими как монополия и олигополия, а также монополистическая конкуренция – когда крупные лидеры отрасли конкурируют друг с другом, новым участникам не предоставляется возможность занять хотя бы часть бизнес-ниши. В данном случае невоз-

можно без участия государства в развитии антимонопольной деятельности. Поэтому лучше всего определить, какие методы государство может использовать для регулирования антимонопольной деятельности, чтобы способствовать добросовестной конкуренции в условиях современной рыночной экономики.

Задача государства в этом направлении состоит не только в том, чтобы ограничить возникновение монопольных рынков, но и в поддержании необходимого баланса в отраслях, затронутых критическим монополистическим влиянием. Это необходимо для того, чтобы уравновесить возможности всех участников рынка продавать товары и услуги своей целевой аудитории и не допустить стремления монопольных организаций поглотить расширение влияния менее значимых конкурентов.

Государственная антимонопольная политика является эффективным механизмом для достижения справедливых условий рыночной конкуренции. В существующих рыночных условиях страны его влияние нельзя недооценивать: в 2023 году, когда Россия находится под давлением финансовых и политических санкций, рынок нуждается в государственной поддержке больше, чем когда-либо прежде. Важно, чтобы уполномоченные организации решали эту проблему, полностью выполняли свои обязанности.

Главным государственным органом, который решает проблемы страны в сфере антимонопольного регулирования в 2023 году, является ФАС – Федеральная антимонопольная служба. В его задачи входит принятие нормативно-правовых актов в области антимонопольного регулирования, а также контроль за деятельностью других институтов, которые частично выполняют задачи по обеспечению условий добросовестной конкуренции для развития финансового рынка страны. Задача ФАС – не допускать условия для развития монополий и поддерживать отрасли с естественными монополиями (например, в сфере добычи нефти и газа она практически полностью регулируется крупными государственными предприятиями) [2].

В сфере частного предпринимательства в стране огромную роль играет закон «О защите конкуренции», который не позволяет компаниям и частным предпринимателям пытаться «поглотить» определенные участки рынка и стать частичными или полными монополистами в конкретных отраслях [3]. В частности, закон предусматривает ответственность за следующие формы недобросовестной конкуренции: дискредитацию прямых конкурентов или ценовой демпинг, попытку присвоения прав интеллектуальной собственности, физическое и психологическое воздействие на конкурентов (например, шантаж, угрозы, причинение материального ущерба), а также незаконное информационное воздействие (разглашение коммерческой тайны, распространение информации или слухов, порочащих первое лицо компании, кража идей и т.д.) [4].

Для достижения добросовестной конкуренции в сфере антимонопольного регулирования государство применяет различные методы воз-

действия на нарушителей рынка. Обычно прямые методы используются для борьбы с теми, кто стал виновниками возникновения монополий. Прямые методы включают в себя налоговое регулирование, кредитно-денежные и тарифные методы регулирования. Например, ответственность за кражу объектов интеллектуальной собственности или материальный ущерб конкурентам. Метод косвенного влияния связан с созданием условий, при которых все участники рынка могут получить больше возможностей для справедливой конкуренции и роста. К ним относятся программы поддержки малых и средних предприятий (такие как субсидирование кредитов), снижение налоговой нагрузки, поддержка самозанятых путем заключения социальных контрактов, а также развитие консультационной и информационной среды для получения современных методов поддержки от федеральных и региональных властей [5].

Таким образом, было изучено влияние антимонопольного регулирования на добросовестную конкуренцию. В статье подчеркивается роль государства в регулировании рыночной экономики для обеспечения справедливой конкуренции. При стремлении организаций к монополии государство должно сформулировать антимонопольную политику и методы, направленные на создание равных условий для всех участников рынка. Важно поддерживать баланс и предотвращать распространение монопольных организаций. Государственные организации должны правильно выполнять свои обязанности для успешного осуществления антимонопольной политики и поддержки рынка.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.
2. Володина, О. В. ФАС России – гарант здоровой конкуренции в условиях рыночной экономики России / О. В. Володина, С. В. Полунин // Яковлевские чтения : Сборник научных статей II Межведомственной научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях, Новосибирск, 21–22 марта 2023 года. – Новосибирск: Новосибирский военный институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации, 2023. – С. 66-71.
3. Мазяркин, Д. С. Антимонопольная политика государства: ее цели и методы / Д. С. Мазяркин, В. Н. Симоненко // Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы: материалы научно-практической конференции, Комсомольск-на-Амуре, 16–25 апреля 2021 года. – Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2021. – С. 113-119.
4. Исакова, Г. К. Современная антимонопольная политика в Российской Федерации / Г. К. Исакова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 3(128). – С. 109-113.
5. Санников, Д. В. Анализ современного состояния мер поддержки малого и среднего предпринимательства в России в условиях коронакризиса /

Д. В. Санников // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 6. – С. 1693-1708.

6. Дымова, И. А. Развитие культур учета и аудита / И. А. Дымова, Формулевич Я.В., Карпова О.С. // Бухгалтерский учет. – 2021. – № 2. – С. 117-122.

Помогалов Никита Алексеевич, гр. БЭс-191
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ КАЗНАЧЕЙСТВО КАК ОРГАН ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Базовым понятием в системе контроля является выбор необходимого рычага, который сможет оказать влияние на предмет регулирования и при этом принести максимальный результат, соизмеримый с затраченными усилиями.

В основе современной системы финансового контроля лежит цифровая среда, которая отслеживает перемещение денежных средств между всеми участниками товарно-денежных и иных финансовых отношений. При этом, следует понимать сущность проблемы, с которой борется система финансового контроля: финансовые потоки проходят через заинтересованных в получении финансовых средств лиц, в результате чего на каком-либо из этапов обеспечения финансовых обязательств, они могут быть направлены в другие сферы деятельности (несоответствующие предусмотренным или установленным планам).

В рамках современного этапа развития системы контроля финансов, в частности бюджетных ассигнований, в Российской Федерации вводится цифровой рубль. Одной из основных целей его внедрения можно считать необходимость контроля расходования бюджетных средств. При этом данный инструмент контроля не влияет на процесс выделения средств и их фактической траты, а именно на данных этапах и может происходить незаконное обогащение.

Для более эффективного развития системы контроля финансов, на наш взгляд, необходимо:

– пересмотреть ст. 49 Конституции РФ, по которой, «обвиняемый не обязан доказывать свою невиновность», и распространить указанное изменение, в первую очередь, в отношении лиц – участников движения государственного финансирования. Реализация данного пункта необходима для упрощения и повышения эффективности следственно-розыскных мероприятий, в случае если значительное увеличение активов публичного должностного лица, превышает его законные доходы. В современной практике встречаются случаи, когда в ходе следствия невозможно доказать незаконность происхождения имущества, но при этом его ценность является несоизмеримой с доходами бенефициара. В случае, если необходимость

доказательства будет переложена на подозреваемого в незаконном обогащении, то с кратной вероятностью получится вернуть большую часть незаконно присвоенных средств и тем самым предотвратить их хищение;

– ввести необходимость декларирования расходов для участников движения государственного финансирования. При реализации данного пункта будет наработана база, которая позволит следствию установить факты превышения расходов над доходами и проведению дальнейших мероприятий, упомянутых в пункте выше;

– в случае установления факта незаконного обогащения лица, проводить финансовые проверки его ближайшего окружения. Реализация данного пункта позволит вскрывать группы лиц, которые были связаны с подозреваемым, обогатившимся за счёт государственных средств, и привлекать его окружение к ответственности (в случае необходимости).

Упомянутые выше предложения являются авторским видением эффективного развития финансового контроля в Российской Федерации, которые уже успешно реализуются в ряде экономически развитых стран и направлены на борьбу с коррупцией.

К примеру, с апреля 2010 года китайских чиновников обязали декларировать доходы и собственность супругов и детей с целью предупреждения роста коррупции в стране. Теперь чиновники обязаны декларировать не только свои доходы, в том числе полученные от написания книг и чтения лекций, но также зарплаты детей и супругов, сообщать об их местах работы, прибылях, получаемых от владения акциями, торговли на бирже и имеющейся в их распоряжении собственности. Помимо этого, госслужащих обязали сообщать об изменении семейного положения [1].

Так же в цепочке государственного финансирования и контроля представлена крайне значимая структура, которая нуждается в оптимизации, а именно – Казначейство Российской Федерации.

Оптимизация структуры и функций Казначейства на уровне субъекта РФ упростит процесс государственного контроля за финансовыми потоками, путем перераспределения существующих функций, включения новых и исключения части действующих, на уровнях субъекта РФ и местном уровнях [2]. За Казначейством уровня субъекта РФ будет сохранен статус только получателя бюджетных средств. Оптимизация структуры и функций на местном уровне должна привести к тому, что последние будут преобразованы в отделы Управления Федерального Казначейства на уровне субъекта РФ, основной задачей которых станет осуществление взаимодействия с участниками бюджетного процесса, при этом все остальные функции, решаемые ими в настоящее время, будут переданы на уровень УФК по субъекту РФ.

Список литературы

1. Китайских госслужащих обязали декларировать доходы чиновников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.ru/interpravo/news/view/33778/> (дата обращения 05.10.2023).

2. «План деятельности Федерального казначейства на 2023 год и плановый период 2024 - 2028 годов» (утв. Минфином России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/35xpdw> (дата обращения 05.10.2023).

Прокудина Зоя Алексеевна, студент гр. ФКмоз-221
Научный руководитель – Лубкова Эльмира Миннуловна,
д.э.н, профессор
(КузГТУ, г. Кемерово)

МОНОПОЛИЯ И КОНКУРЕНЦИЯ В УГЛЕДОБЫВАЮЩЕЙ СФЕРЕ НА ТЕРРИТОРИИ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

На сегодняшний день в современном мире сложно говорить о монополии в чистом виде практически в любой сфере, поскольку тенденции к научным открытиям не стоят на месте. Кроме того, огромную роль в этом имеет обыденный человеческий фактор – желание создать «свое» дело и стремление развивать его.

Угледобывающие предприятия – не исключение. На территории РФ насчитывается более 170 угольных предприятий, большая часть которых зарегистрирована в Сибири.

В соответствии с различными источниками информации, можно сделать вывод, что именно в Сибирском Федеральном округе есть угледобывающие компании, чьи предприятия активно развиваются в здешних регионах.

В процентном соотношении преобладают предприятия компаний АО «СУЭК», Кузбассразрезуголь, АО ХК «СДС» и ЕВРАЗ. Соответственно, именно в этих компаниях находится основная концентрация человеческих ресурсов – двигателей компании. Развитие таких масштабных угледобывающих проектов характеризуется соответствующими положительными финансово-экономическими показателями: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами согласуются с нормативными значениями, кроме того, большое значение имеет высокий уровень рентабельности продукции и рентабельности продаж.

Однако, за последние несколько лет сибирские регионы привлекли в свои просторы много других инвесторов, что в свою очередь создало определенные сложности для таких устойчивых и масштабных организаций.

Также стоит отметить, что уголь является не единственным источником энергии, так, например, газ или мазут тоже имеют место быть в удовлетворении спроса на энергетическое топливо. В свою очередь, управленцам угольных предприятий при разработке ценовой политики и в целом создания устойчивой экономической среды необходимо иметь их ввиду.

Способность успешного соперничества на рынке довольно сложный инструмент, так как каждой компании в рамках текущей ситуации необхо-

димо иметь источники для привлечения ценных кадров, а также формирования стабильного рынка сбыта своей продукции, при этом всё оставаться экономически устойчивыми. Именно для формирования устойчивой среды предприятия разрабатываются стратегии по управлению ею. Как правило, каждая компания выбирает подходящую для себя схему менеджмента, отталкиваясь от различных способов анализа внутренней и внешней среды.

Не смотря на всевозможные отрицательные стороны отсутствия монополии на рынке для той или иной компании, можно уверенно выделить и положительные аспекты: мотивация организаций к развитию, улучшение условий труда (что в свою очередь создает возможность выбора для наемных рабочих), повышение качества продукции.

Конкуренция на рынке – это всегда возможность движения компании, поиски чего-то нетривиального, а также рост при правильно подобранной стратегии.

Список литературы

1. Буцкая, А. А. Преимущества и недостатки конкуренции в рыночной экономике / А. А. Буцкая, К. А. Николаева, О. А. Петриго // Молодой ученый. – 2017. – 252-254 с.
2. Забияко В. Ю. Стратегия развития предприятия и оценка ее эффективности: учеб. пособие / В. Ю Забияко. М: Москва, 2017. – 68 с.
3. Летанова, Е. В. Основные виды финансовых стратегий: учеб. пособие / Е. В. Летанова. – Тольятти, 2014. – 4 с.
4. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. – 198 с.
5. Новашина, Т. С. Экономика и финансы предприятия: учебник / Т.С. Новашина. – М.: Синергия, 2015. – 198 с.
6. Конкуренция и партнерство – основные виды экономического взаимодействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.wikium.ru/konkurenciya-i-partnerstvo-osnovnye-vidy-ekonomicheskogo-vzaimodejstviya.html> – [01.10.2023].
7. Конкурентоспособность крупных угледобывающих предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-krupnyh-ugledobyvayuschih-predpriyatij/viewer> – [01.10.2023].
8. Оценка факторов конкурентоспособности угольных компаний в современных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://giab-online.ru/files/Data/2017/3/35_44_3_2017.pdf – [30.09.2023].
9. Рейтинг организаций по выручке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testfirm.ru/rating/05/kemerovskaya-oblast/> – [03.10.2023].

10. Роль финансовой стратегии в развитии предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-finansovoy-strategii-v-razvitii-predpriyatiya/viewer> – [30.09.2023].

Рудюк Александра Константиновна, Метальникова Елизавета Сергеевна,
студенты гр. ОУб-211

Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ТЕХНОЛОГИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В настоящее время, в результате сложной экономической обстановки и санкционного давления, множество промышленных предприятий столкнулось с рядом проблем, которые требуют эффективного управления ресурсами, концентрации на проблеме устранения всех видов потерь.

Для укрепления позиций на рынке и повышения конкурентоспособности предприятиям необходимо снижать себестоимость продукции, однако применяемые для этого меры не должны негативно сказываться на качестве готовой продукции или оказываемых услуг [3, 8, 9].

Одним из инструментов, который позволяет достигнуть данную цель, является опыт освоения передовых методов управления производством развитых промышленных стран таких как «бережливое производство» (LEAN-технологии). Lean в данном случае означает «производство без излишеств» – то, чего должно добиваться любое предприятие.

Технология бережливого производства, по мнению Старовойтовой К.О. – это широкая управленческая концепция, объединяющая множество идей, инструментов и методов. Основная идея методологии, которую выделяет автор, заключается в оптимальной организации производства, исключающей или сводящей к минимуму действия, не создающие дополнительной потребительской ценности [6].

Галанина Т. В. определяет бережливое производство как направление менеджмента, обеспечивающее конкурентоспособность предприятия за счет выпуска продукции (оказания услуг) в количестве, необходимом заказчику, с высоким качеством, минимальными затратами ресурсов и низкой себестоимостью [1].

На основе приведенных определений, можно сделать вывод, что сущность данной технологии представляет собой стремление к созданию продукции с наивысшей ценностью для потребителей при использовании минимального количества ресурсов. Философия бережливого производства заключается в исключении всевозможных потерь и избыточных операций в производственных процессах, с целью обеспечения высокого качества продукции, минимальных издержек и постоянного удовлетворения потребностей клиентов.

Прежде чем использовать на предприятии систему бережливого производства, необходимо учесть основные принципы (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 – Принципы бережливого производства

Рассмотрим подробно каждый из принципов:

1) принцип ценности продукта подразумевает определение и максимизацию ценности продукта для конечного потребителя;

2) формирование потока рассматривается как процесс определения обязательных этапов в производственной цепи и последующее выявление и устранение потерь;

3) принцип непрерывности потока связан с созданием бесперебойного производства, обеспечивающего непрерывное движение сырья через все этапы производства;

4) вытягивание продукта представляет собой производство продукции на основе спроса клиентов и направлен на избежание накопления избыточных запасов и перепроизводства продукции;

5) принцип стремления к совершенству указывает на необходимость постоянного улучшения деятельности предприятия, повышения ценности продукции и устранения видимых и скрытых потерь в производстве и бизнес-процессах.

Внедрение бережливого производства на предприятии представляет собой многоэтапный и комплексный процесс, который требует систематического и целенаправленного подхода. Каждый из этапов имеет собственную значимость и в совокупности они способствуют созданию более эффективного предприятия. Сегодня авторы выделяют множество этапов по внедрению концепции бережливого производства, однако на практике, в зависимости от специфики предприятия, количество и содержание этапов может изменяться.

Опираясь на работу Ташкинова А. Г. [7], нами была составлена таблица этапов по внедрению инструментов бережливого производства (таблица 1).

Таблица 1 – Этапы внедрения бережливого производства

| Наименование этапа | Сущность этапа |
|---|---|
| 1. Оценка и выбор объекта в качестве пилотного подразделения | Анализ всех подразделений на предприятии с целью определения наиболее подходящего для внедрения бережливого производства |
| 2. Формирование и реализация мероприятий внедрения LEAN-проекта | Разработка и запуск конкретных мероприятий и планов для внедрения бережливых методов на выбранном ранее подразделении |
| 3. Обучение руководителей, персонала рабочих групп и обмен опытом | Обучение руководителей, персонала рабочих групп принципам, методам, инструментам бережливого производства. Предоставление рабочим группам кураторской поддержки для правильной организации работы в подразделениях |
| 4. Внедрение метода бережливого производства по системе 5С, визуализации | Внедрение бережливых инструментов, таких как система 5С (сортировка, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизация, совершенствование), а также визуализация процессов для оптимизации рабочей среды и повышения эффективности |
| 5. Формирование реестра LEAN-проектов | Осуществление систематизации и учета всех LEAN-проектов, проводимых на предприятии, с целью управления и оценки их эффективности |
| 6. Тиражирование отработанных LEAN -проектов в цехах | Опыт и методы, успешно примененные на пилотном объекте, распространяются на другие цеха и подразделения предприятия |
| 7. Проведение аудита, оценка экономического эффекта от внедрения LEAN -проектов | На плановой основе проводятся аудиты LEAN-проектов, осуществляется расчет экономического эффекта от их внедрения |
| 8. Отчетность о результатах, полученных в ходе внедрения LEAN -проектов в цехах | Определение со стороны руководства единой формы отчетности структурных подразделений для обеспечения управления ходом реализации мероприятий |
| 9. Контроль хода выполнения мероприятий бережливого производства | Установление системы контроля и непрерывного улучшения для обеспечения постоянного соблюдения бережливых принципов и методов производства на предприятии |

Каждый этап подразумевает определенную деятельность, которая поможет создать более эффективные и гибкие бизнес-процессы. В ходе применения концепции важно помнить, что необходимо уделить особое внимание каждому этапу, так как внедрение новшеств в устоявшееся производство не является одноразовым процессом – это постоянный путь непрерывного улучшения и совершенствования.

На данный момент технологии бережливого производства внедряются и применяются на многих предприятиях. Со стороны государства разрабатываются различные стратегии, программы развития и проекты, которые направлены на повышение производительности и эффективности труда. Одним из таких проектов выступает национальный проект «Производительность труда», основной целью которого является обеспечение темпов роста производительности труда не ниже 5 % на средних и крупных предприятиях несырьевых отраслей [5].

Одним из предприятий Кемеровской области, участвующих в проекте повышения производительности труда, является КАО «Азот». В 2021 году на предприятии началось внедрение бережливых технологий, предусматривающих использование следующих инструментов: 5С, картирование, декомпозиция целей и другие. В результате, по итогам года экономический эффект от применения в производстве бережливых технологий суммарно составил более 498 млн рублей, среднесуточная выработка на двух пилотных цехах возросла на 3 % и 5 %, а себестоимость снизилась на 4,5 % и 1,7 % соответственно [4].

Подводя итоги, следует отметить, что внедрение бережливого производства способствует повышению качества продукции, снижению затрат на производство и, тем самым, улучшению конкурентных позиций предприятия.

Список литературы

1. Галанина, Т. В. Бережливое производство. Теоретическая часть: учебное пособие: для бакалавров направления 38.03.02. «Менеджмент» всех форм обучения / Т. В. Галанина, М. И. Баумгартэн; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кузбасский Государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – Кемерово, 2022. – 136 с.
2. Крамер, Е. В. Концепция «Бережливое производство» как способ повышения эффективности деятельности производства / Крамер Е. В, Скрябина О. В. // Будущее науки – сборник научных статей 8-й Международной молодежной научной конференции: в 5 томах Том. 1. Экономика. – Курск: Юго-Западный государственный университет. – 2020. – С. 186-188.
3. Мунт, О. В. Проблемы внедрения бережливого производства на отечественных предприятиях / О. В. Мунт, А. Г. Бачинский, В. Е. Ермаков // Форум молодых ученых. – № 4 (32). – 2019. – С. 745-749.
4. Пресс-центр. Азот: сайт – URL: <https://www.kem-azot.ru/press-tsentr/369/> (дата обращения: 29.09.2023).
5. Производительность. РФ: сайт. – URL: https://производительность.рф/national-project/about_project/ (дата обращения: 29.09.2023).
6. Староверова, К. О Менеджмент. Эффективность управления: учебное пособие для вузов / К. О. Староверова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 269 с.
7. Ташкинов, А. Г. Влияние комплексного внедрения бережливого производства на эффективность развития производственной системы предприятия / Ташкинов А. Г. // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – № 4. 2022. – С. 329-358.
8. Киселева, Т. В. Экспресс-анализ эколого-экономических показателей предприятия, как элемент принятия эффективного управленческого решения / Т. В. Киселева, В. Г. Михайлов // Информационно-

телекоммуникационные системы и технологии: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Кемерово, КузГТУ. – 2014. – С. 71-72.

9. Исследование основных показателей горно-эколого-экономической системы / В. Г. Михайлов, С. М. Бугрова, Ю. С. Якунина [и др.] // Уголь. – 2019. – № 9 (1122). – С. 106-111.

Сальваторе Мария Вячеславовна, студент гр. МУб-201
Научный руководитель: Востриков Константин Валерьевич,
к.полит.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МОНОПОЛИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ

Монополия, политика и власть – очень смежные понятия. М. Вебер трактует политику как стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами или внутри государства, и между группами людей, которых оно в себе содержит. Монополия в свою очередь – исключительное право на что-либо.

Политическая монополия – одна из форм политической власти, при которой всё управление принадлежит одному субъекту. Данный субъект может быть как одним человеком, так и группой деятелей.

Монополия в политической системе официально отсутствует. Однако на протяжении многих лет она формировалась, существовала, и всё ещё существует.

Ещё в XIX веке, то есть буквально несколько веков назад, существовала монополия в виде такой формы правления, как монархия. Практически вся власть была в руках одного человека и передавалась по наследству. Конечно, февральская и октябрьская революции кардинально изменили политическое положение в России. Однако эти события позволили основаться в стране другой монополии - коммунистической партии. Более 70 лет у партии была монополия власть. Другие политические партии либо запрещались, либо были в подчинении у коммунистов.

После распада СССР в 1991 были некоторые попытки установления демократии и многопартийной системы.

На сегодняшний день монополия в политической системе РФ имеет шаткое состояние в двух регионах России в связи с выборами в сентябре 2023 года. В Орловской области и Республике Хакасии лидировали на пост губернатора кандидаты с партии КПРФ, в остальных 19ти регионах лидировала партия «Единая Россия», что свидетельствует о партийной монополии.

Да, остальные партии могут участвовать в выборах, усиливать свое влияние, насколько это возможно, но лидерство оставалось ранее и остаётся по сей день за Единой Россией.

Существует Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и прав на участие в референдуме граждан РФ» от 12.06.2002

№67-ФЗ, и, в связи с этим законом граждане могут голосовать, избирать, однако, как избиратели могут быть уверены в честности выборов на этапе подсчета голосов и установления итогов голосования? Как могут быть уверены в том, что фальсификации нет?

С одной стороны, избирательные комиссии являются органом, который осуществляет контрольные мероприятия за ходом избирательной кампании. С другой стороны, сами комиссии нуждаются в контроле за их деятельностью, для проведения честных, беспристрастных выборов.

То есть, необходим был общественный контроль. Он совершенствовался в течении долгого времени. В СССР разумеется его не было, однако после его распада, в 1994 году в Федеральном законе «Об основных гарантиях избирательных прав граждан РФ» официально появился правовой статус наблюдателя. То есть, те люди, которые наблюдали за всей деятельностью избирательной комиссии. А в 2002 году был принят ФЗ № 67, где и закреплен по сегодняшний день статус общественного контроля. Также с 2016 года в избирательное законодательство внесен пункт об удалении наблюдателей с участков только через суд.

Исходя из Федерального закона № 67 ст. 30 наблюдать за деятельностью избирательной комиссии могут:

1. кандидат, зарегистрированный данной либо вышестоящей комиссией, либо его уполномоченный представитель по финансовым вопросам или доверенное лицо, уполномоченный представитель или доверенное лицо избирательного объединения;

2. член или уполномоченный представитель инициативной группы по проведению референдума;

3. наблюдатели, иностранные (международные) наблюдатели вправе присутствовать в иных комиссиях при проведении ими досрочного голосования, установлении итогов голосования, определении результатов выборов, составлении соответствующих протоколов об итогах голосования, о результатах выборов, а также при повторном подсчете голосов избирателей, участников референдума.

Выборы в Государственную думу в 2021 году стали первыми выборами с массовым общественным контролем. Наблюдение осуществлялось как в реальной жизни, так и в режиме «online» через портал «Независимый общественный мониторинг».

На сегодняшний день в России достаточно много возможностей для осуществления общественного контроля за избирательными комиссиями. В связи с этим возникает вопрос «Почему всегда выигрывает одна и та же партия?».

В первую очередь, нужно отметить тот факт, что Владимир Путин, Сергей Шойгу и Сергей Лавров выступающие сторонниками ЕР, имеют весомый авторитет, что отражается на всей партии в целом. Также в связи с тем, что в партии достаточно много авторитетных личностей, у партии хорошее финансирование, и, значительно больше вариантов для осуществления пиара и предвыборной кампании в целом. От обычных баннеров до

вирусной рекламы и видеороликов в интернете. Также знаком очень хорошего финансирования была единовременная выплата пенсионерам в размере десяти тысяч рублей, буквально за несколько недель перед выборами 2021 года. И, конечно, нужно сказать, что партия и правда много чего сделала для страны. К примеру, за 4 года произошло увеличение МРОТ и пособий, защита соцвыплат от налогов, стали больше выплаты по больничным, появились оплачиваемые выходные для диспансеризации.

Именно вышеперечисленные причины заставляют большинство граждан выбирать именно партию ЕР и продвигать её. Следовательно, россияне сами создали эту политическую монополию, и сами же могут её разрушить при необходимости.

Список литературы

1. Ассоциация «Независимый общественный мониторинг» Институционализация общественного контроля на российских выборах: этапы, формы и механизмы, перспективы развития [Электронный ресурс] // Nom24 – Nom24. – 2023. – Режим доступа: <https://nom24.ru/upload/iblock/4ab/4ab126113ae4337d06c894e3b39e7819.pdf?ysclid=ln5g4ji5c797907664> (дата обращения 05.10.23).
2. Исторический контекст: как сформировалась политическая монополия в России [Электронный ресурс] // AnyQuestion – 2023. – Режим доступа: <https://ru-anyquestion-info.turbopages.org/ru.anyquestion.info/s/a/istoricheskiy-kontekst-kak-sformirovalas-politicheskaya-monopoliya-v-rossii> (дата обращения 05.10.23).
3. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и прав на участие в референдуме граждан РФ» от 12.06.2002 №67-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс – Москва. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (дата обращения 05.10.23).
4. Чермин Г. Д. Монополия как инструмент власти [Электронный ресурс] // Киберленинка – cyberleninka. – Москва, 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/monopoliya-kak-instrument-vlasti/viewer> (дата обращения 05.10.23).
5. Что «Единая Россия» сделала в Госдуме за четыре года? [Электронный ресурс] // ЕРРУ – er.ru – Москва, 2020. – Режим доступа: <https://er.ru/activity/news/chto-edinaya-rossiya-sdelala-v-gosdume-za-chetyre-goda> (дата обращения 05.10.23).

Сафиуллов Эмиль Шамилевич, студент гр. ЗБ-МУБ19-3
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ СМЕТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОЕКТА

Формирование итоговой сметы проекта является одним из ключевых этапов в процессе планирования и реализации различных проектных работ, повышающих конкурентоспособность проекта. Итоговая смета представляет собой документ, который содержит информацию о необходимых затратах, ресурсах и времени, необходимых для успешной реализации проекта [1, 6].

Однако формирование итоговой сметы проекта имеет свои особенности, которые необходимо учитывать. Важно понимать, что каждый проект уникален и требует индивидуального подхода к определению его бюджета. Формирование итоговой сметы проекта требует тщательного анализа и оценки всех необходимых затрат, начиная с затрат на материалы и оборудование, и заканчивая оплатой труда сотрудников и возможными затратами на подрядчиков. Такой подход позволит получить команде проекта дополнительные конкурентные преимущества в условиях нестабильной внешней среды [1, 7].

Любой проект делится на три фазы: предынвестиционная, инвестиционная и эксплуатационная. Именно на предынвестиционной стадии формируется смета и бюджет проекта.

Проектные сметы разрабатываются на этапе проектирования и базируются на графических материалах, спецификациях, пояснительных записях и других ресурсах, предоставленных для оценки затрат.

Смета – способ планирования путем подготовки программы действий на будущий период. Существуют такие сметы как:

- непрерывная (скользящая);
- статическая;
- гибкая;
- консолидированная.

Смета проекта – это документ, показывающий заинтересованным лицам размер затрат на тот или иной проект [2]. Итоговая смета проекта представляет собой структурированный документ, включающий в себя предположения о стоимости проекта и необходимых финансовых вложениях.

Основной проблемой при разработке сметы проекта является ее соответствие бюджету проекта. Если смета превышает бюджет, необходимо рассмотреть возможные коррекции и варианты снижения затрат.

Стоит отметить различие между бюджетом и сметой. Бюджет представляет собой план расходов, то есть сколько денежных средств и в какой

период потребуется. Смета же является более детализированным документом, в нем расписываются все составляющие каждого раздела затрат, то есть трудовых ресурсов, материалов, оборудования и так далее [3].

Смета должна быть максимально детализированной и охватывать все доступные средства, их объемы и прогнозируемые расходы. Прежде всего, важно четко определять, какие конкретные материальные ресурсы необходимы и какое количество (объем) каждого вида ресурсов требуется для достижения поставленных целей. Эти ресурсы могут быть разделены на различные категории, такие как человеческие ресурсы, техническое оборудование, товары и материалы, а также средства, пример сметы представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Шаблон разработки сметы

| Расходы | Сметные расходы | Фактические расходы |
|--|-----------------|---------------------|
| Кадровые ресурсы | | |
| Сотрудники, участвующие в реализации проекта | | |
| Сотрудники, участвующие в реализации проекта | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Мероприятия/совещания | | |
| Аренда места проведения | | |
| Аренда оборудования в месте проведения | | |
| Сотрудники | | |
| Прочие | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Представительские расходы | | |
| Питание | | |
| Прочие | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Расходы | Сметные расходы | Фактические расходы |
| Эксплуатационные расходы | | |
| Аренда | | |
| Электричество | | |
| Водоснабжение | | |
| Интернет/телефон | | |
| Прочие расходы | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Эксперты/консультанты | | |
| Докладчики | | |
| Специализированные консультанты | | |

| | | |
|---|---------------|---------------|
| Прочие | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Связь | | |
| Техническое оборудование | | |
| Онлайновые платформы и инструменты | | |
| Прочие | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |
| Прочие статьи (в случае необходимости) | | |
| | | |
| Итого | \$0,00 | \$0,00 |

Источник: [4]

На первом этапе определяются ответственные за каждый раздел сметы. Данные специалисты разрабатывают перечень ресурсов, необходимых для решения определенного объема работ. Они проводят анализ нужных ресурсов, то есть запрашивают, а затем рассматривают коммерческие предложения, и далее на основе сопоставления рыночных предложений формируют свои разделы сметы.

На втором этапе специалисты передают свои составленные сметы с приложениями и пояснениями руководителю проекта. Он в свою очередь формирует общую смету, то есть вносит корректировки и дополнения. После этого полученный документ утверждается у директора, дорабатывается в случае правок и замечаний, и затем передается в финансовый отдел [5, 6].

Стоит рассмотреть основные проблемы, с которыми может столкнуться команда разработчиков сметы проекта.

Одной из основных проблем при составлении сметы является недостаток информации о проекте, по этой причине крайне важно иметь четкое представление о всех работах, ресурсах и сроках, чтобы точно определить затраты.

Другой важной проблемой, которую стоит учитывать является неопределенность и риски. В проектах всегда присутствует неопределенность и риски, которые могут повлиять на смету. Например, изменения в требованиях заказчика, изменения в законодательстве или неожиданные технические сложности могут увеличить затраты.

Иной проблемой может быть отсутствие опыта у команды, участвующей в составлении смет, поскольку это может привести к недооценке или завышению затрат. Опытные специалисты лучше понимают, какая работа и ресурсы требуются для успешной реализации проекта. А также опытные сотрудники смогут не допустить не учета затрат, таких как административные, страховые и иные непрямые затраты [8, 9].

Следует также подчеркнуть, что сметы нуждаются в пересмотре, поскольку в ходе реализации проекта могут происходить изменения требова-

ний, графиков или бюджетов, что, в свою очередь, может привести к нестабильности и дополнительным проблемам.

Для исключения ошибок разного рода в ходе составления сметы следует предоставить максимально подробную документацию, касающуюся всех сторон проекта, а именно спецификации, план работ, требования разного характера и другие важные документы [7].

Основным аспектом является согласование сметы с заинтересованными лицами, необходимо, чтобы заказчик был осведомлен о любых изменениях в смете и утверждал их.

Таким образом, чтобы итоговая смета была составлена наилучшим образом необходим внимательный анализ на всех уровнях составления сметы, наличие опытных специалистов в команде, которые смогут проконтролировать учет всех затрат, а также прозрачность документации и согласованность с заинтересованными сторонами на каждом этапе составления сметы. Именно такой подход к проектированию сметы позволит минимизировать риски.

Список литературы

1. Бондаренко, Т. Г. Финансирование инвестиционных проектов. Источники и формы: учебное пособие / Т. Г. Бондаренко, Н. М. Чуйкова, А. И. Болвачев, А. Ю. Анненков. – Москва: Русайнс, 2023. – 128 с.
2. Катаева, В. И. Порядок разработки сметы проекта / В. И. Катаева, М. А. Меликова // NovaUm. 2018. – № 12. – С. 47-49.
3. Коряков, А. Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий / А. Г. Коряков // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
4. Тимохина, А. В. Смета как инструмент финансового анализа / А. В. Тимохина // Вестник науки. – 2023. – № 1 (58). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smeta-kak-instrument-finansovogo-analiza> (дата обращения: 11.09.2023).
5. Тумин, В. М. Информационная прозрачность предприятия как фактор его устойчивого развития в условиях кризиса российской экономики / В. М. Тумин, А. Г. Коряков, П. А. Костромин // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2016. – № 2 (17). – С. 71-76.
6. Коряков, А. Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий / А. Г. Коряков // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
7. Бобрышев, А. Д. Технологии разработки и реализации проекта совершенствования организационного механизма для обеспечения устойчивости компании / А. Д. Бобрышев // Страховое дело. – 2011. – № 10 (225). – С. 16-22.
8. Управление экологической безопасностью угледобывающего предприятия / В. Г. Михайлов, Н. Н. Голофастова, А. Г. Коряков,

Т. В. Галанина // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2017. – № 3 (121). – С. 183-189.

9. Киселева, Т. В. Формирование региональной системы управления эколого-экономической безопасностью / Т. В. Киселева, В. Г. Михайлов, Я. С. Михайлова // Научные технологии разработки и использования минеральных ресурсов. – 2020. – № 6. – С. 403-409.

Степанова Марина Александровна, студент гр. ФКмоз-221
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВЛИЯНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Обеспечение нормального и эффективного развития рыночной экономики возможно лишь при реализации государственными органами совокупности административных, законодательных и экономических мер, регулирующих прогрессирующее развитие монополий. К тому же, действующему антимонопольному законодательству необходимо находить баланс между ограничительными мерами и защитой свободной рыночной экономики, в противном случае, не будут соблюдаться основные принципы добросовестной конкуренции.

Антимонопольное регулирование в сфере государственных закупок должно способствовать развитию свободной конкуренции, особенно на стадии размещения государственного заказа, когда, имеет возможность быть такое явление как ограничение возможности хозяйствующего субъекта принять участие в торгах. Таким образом, анализ влияния антимонопольного регулирования на уровень развития конкуренции в сфере государственных закупок, а также поиск путей совершенствования государственной антимонопольной политики – важная и актуальная задача.

Проблеме развития антимонопольного законодательства Российской Федерации в области государственных закупок в научной и учебной литературе по экономике посвящено большое количество диссертационных исследований, монографий, научных статей, учебных пособий.

В российском законодательстве антимонопольное регулирование проведения торгов при организации государственных закупок выражается в виде контроля и выявления ограничений конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов. С момента введения практики проведения государственных торгов и до настоящего времени для Российской Федерации актуальна тема противодействия коррупции в сфере госзакупок, так как сдерживание конкуренции в данной отрасли для любого общества ведет к образованию значительных экономических потерь.

Прежде, чем перейти к рассмотрению действий, ограничивающих конкуренцию при организации государственных и муниципальных торгов, необходимо рассмотреть две взаимосвязанных, но, в то же время, отдель-

ных экономико-правовых категории: «монополистическая деятельность» и «недобросовестная конкуренция».

Согласно мнению Е.О. Володиной, под недобросовестной конкуренцией понимается такая деятельность хозяйствующих субъектов, а также органов государственной и муниципальной власти, которая приводит к получению неправомочных преимуществ в области ведения коммерческой деятельности. Во многих странах, в том числе, в Российской Федерации, такая деятельность преследуется по закону [3].

В работе «Сквозь призму времени: как изменялось понятие «недобросовестная конкуренция» Д.С. Шикерявый, анализируя становление понятия «недобросовестная конкуренция» с дореволюционных времен, предлагает свою трактовку, суть которой заключается в том, что данная деятельность включает любые действия или бездействие экономических субъектов, которые не просто направлены на получение конкурентных преимуществ, но и призваны причинять убытки другим участникам рыночных отношений. К убыткам, помимо материальных потерь, автор относит потерю деловой репутации конкурентов и ущемление интересов потребителей [5]. Признаки недобросовестной конкуренции характеризуют исследуемую категорию:

- действия хозяйствующих субъектов, направленные на получение конкурентных преимуществ;
- причинение материальных и нематериальных убытков другим субъектам рыночных отношений, или создание ситуации, которая может привести к потерям у конкурентов;
- нанесение вреда деловой репутации или создание ситуаций, приводящих к потенциальной возможности нанесения такого вреда.

А.Д. Трофимов определяет монополистическую деятельность, как деятельность хозяйствующих субъектов, противоположную свободной конкуренции и противоречащую антимонопольному законодательству Российской Федерации. При этом в отличие от недобросовестной конкуренции, монополистическая деятельности направлена не просто на получение преимуществ перед другими экономическими субъектами, но и на завоевание господствующей доли рынка, с целью установления наиболее высоких цен на продукцию, работу, услуги [4].

Таким образом, можно представить следующие определения данных экономико-правовых категорий:

- недобросовестная конкуренция – это единичные действия, или совокупность мероприятий, направленных на получение конкурентных преимуществ перед другими участниками рыночных отношений, проводимые в разрез с законодательством, общепринятой деловой практикой, приносящие убытки и вред репутации конкурентов, либо создающие возможность понесения убытков другими хозяйствующими субъектами, предполагающую наступление административной или уголовной ответственности для субъектов такой деятельности;

– монополистическая деятельность – это деятельность, противоречащая антимонопольному законодательству РФ, препятствующая установлению на рынке свободной конкуренции, направленная на достижения доминирующего положения перед другими хозяйствующими субъектами, с целью установления цен и объемов производства, приносящих максимальную прибыль производителю, но приносящая убытки другим участникам коммерческой деятельности, потребителям и обществу в целом.

Можно заключить, что, хотя, в некотором смысле, данные категории имеют сходство в своем определении, это совершенно разные виды проявления незаконной экономической деятельности.

При размещении государственного заказа основным типом нарушения принципов свободной конкуренции является незаконное ограничение возможностей субъекта хозяйствования принять участие в торгах. Для противодействия данному нарушению к основным методам обеспечения конкуренции относятся:

– контрактная система в сфере закупок, призванная создать равные условия для всех поставщиков, заинтересованных в сотрудничестве с государственным и муниципальными органами власти;

– соблюдение ценовой и неценовой конкуренции между всеми участниками торгов;

– запрещение любых действий организаторов государственных закупок, приводящих к необоснованному сокращению числа участников торгов, и, следовательно, снижает возможность выявления лучших условий поставок, оказания услуг и выполнения работ.

Главным органом исполнительной власти, осуществляющим контроль за обеспечением добросовестной конкуренции в сфере организации государственных закупок, является ФАС России. Федеральная антимонопольная служба следит за соблюдением принципа конкуренции при организации государственных торгов, а также проводит проверку поставщика, если в конкурсе принимала участие только одна организация, поскольку государственные закупки нуждаются в особом контроле.

Практика антимонопольного регулирования в странах Запада принципиально отличается от российской. Основное отличие – законодательное закрепление антимонопольного комплаенса (характерно для США, Великобритании, Германии, Франции и др.) [1]. Система антимонопольного комплаенса строится на риск-ориентированных принципах. Практика США, Великобритании и Германии показывает, что внедрение системы антимонопольного комплаенса выгодно как представителям бизнес-структур, так и государственным органам. Это объясняется тем, что вследствие сознательного соблюдения правовых норм в области содействия защите конкуренции, хозяйствующие субъекты снижают риски санкций, судебных издержек и репутационных потерь, а вследствие сокращения количества правонарушений в данной сфере, снижается нагрузка на контролирующие государственные органы. Чтобы антимонопольная комплаенс си-

стема была эффективной, хозяйствующему субъекту необходимо предпринять определенные организационные усилия, в частности, такая система должна обеспечивать мониторинг антимонопольных рисков, вписываться в политику предприятия, быть понятной руководству и персоналу, мотивировать на соблюдение положений и т.д. В Западных странах с развитой рыночной экономикой, таких как Великобритания, Германия, Франция, организация антимонопольной комплаенс системы направлена на достижение следующих результатов:

- предотвращение осознанных и неосознанных действий персонала, которые могут нарушить антимонопольное законодательство, а также снижение числа прецедентов недобросовестной конкуренции, и, как следствие, санкций со стороны контролирующего государственного органа;
- снижение нагрузки на государственный антимонопольный аппарат;
- создание системы двойного контроля (внутреннего и внешнего) в области антимонопольного регулирования;
- повышения доверия со стороны государственных органов [2].

Зарубежный опыт применения института антимонопольного комплаенса в настоящее время достаточно велик. В странах Западной Европы, США, а также в некоторых государствах ближнего зарубежья, данный метод антимонопольного регулирования успешно применяется на протяжении нескольких десятков лет. Для хозяйствующих субъектов, которые проявляют ответственность в данном вопросе, стремятся к развитию нормальной конкуренции, применение антимонопольного комплаенса дает определенные выгоды.

В Российской Федерации до настоящего времени нет законодательного закрепления регулирования данной сферы деятельности, но некоторые крупные компании уже разрабатывают и внедряют антимонопольный комплаенс с целью снижения рисков негативных последствий действий, направленных на ведение недобросовестной конкуренции. Внедрение системы антимонопольного комплаенса в Российской Федерации позволит, на основании опыта всех стран, создать общие мировые стандарты соглашений, и привести бизнес-практику в соответствие со стандартами работы, установленными Организацией экономического сотрудничества и развития.

Необходимо отметить, что в настоящее время в России регулярно поднимается вопрос и со стороны бизнеса, и со стороны Федеральной антимонопольной службы о необходимости введения данного института. В настоящее время, система госзаказов становится одним из основополагающих институтов государственного регулирования экономики, влияющего на динамику и структуру экономики, а рынок госзакупок является важным компонентом социально-экономического развития Российской Федерации, поэтому требуется увеличение ответственности всех участников рынка.

Подводя итог рассмотренному материалу возможно сделать следующие выводы:

Обеспечение конкуренции при организации государственных закупок, строится на контрактной системе. В Российской Федерации основными методами государственного содействия конкуренции являются антимонопольное регулирование, содействие конкуренции и противодействие коррупции. основополагающим отличием антимонопольного регулирования западных стран от российских норм является использование внутреннего контроля предприятием соблюдения требований законодательства в области защиты конкуренции (антимонопольного комплаенса), что позволяет снизить нагрузку как на предприятия, так и на контролирующие государственные органы.

Такие меры антимонопольного комплаенса в РФ позволят повысить уровень конкуренции в системе государственных закупок, минимизировать риск хищения средств государственного бюджета, поспособствует увеличению экономии при использовании данной системы. По результатам исследования, необходимо создать систему как внешнего, так и внутреннего контроля за процедурами закупок для того, чтобы исключить возможность создания искусственно осложняющих входных барьеров для участников.

Список литературы

1. Ашинова, М. К. Модель рынка совершенной конкуренции / М. К. Ашинова, С. К. Чиназирова // В сборнике: экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 39 - 43.
2. Власов, А. А. Комплаенс: иностранный опыт и российские реалии / А. А. Власов, С. А. Пронин // Ученые труды Российской академии адвокатуры и нотариата. – 2019. – № 1 (52). – С. 116-122.
3. Володина, Е. О. Конкуренция и монополистическая деятельность субъектов предпринимательской деятельности / Е. О. Абрамова, Т. А. Ханов // Тенденции развития науки и образования. – 2018. – № 45 (3). – С. 30- 39.
4. Трофимов, А. Д. Ограничение монополистической деятельности законодательством / А. Д. Трофимов // В сборнике: Юридические науки, правовое государство и современное законодательство Сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 23.
5. Шикерявый, Д. С. Сквозь призму времени: как изменялось понятие «недобросовестная конкуренция» Д. С. Шикерявый // В сборнике: Право и политика: теоретические и практические проблемы Сборник материалов 5-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н. Н. Кулешова. – 2017. – С. 378.

Сытина Влада Алексеевна, Шадрина Ирина Вячеславовна,
Иванова Кристина Алексеевна, студенты гр. ССб-201
Научный руководитель – Закамская Лариса Леонидовна, к.т.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОПУЛЯРНЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС WILDBERRIES, КАК ПРИМЕР НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В период пандемии в 2020 году на современном российском рынке потребителям приходилось пользоваться онлайн-сервисами и заказывать товары или услуги на дом. По этой причине маркетплейсы стали занимать огромную нишу и пользоваться спросом. В результате, на сегодняшний день это самый популярный вид малого и среднего предпринимательства.

Маркетплейсы – это тоже бизнес, и здесь попадаются нечестные на руку игроки, которые не брезгают никакими способами для получения своих целей, чтобы устранить конкурентов.

Почему же маркетплейсы стали настолько популярны? Существует ряд основных причин:

1. Разнообразие товаров и услуг. Маркетплейсы предоставляют огромную возможность в выборе товаров и услуг по всему миру. Те товары, которые нельзя приобрести в России, возможно заказать через маркетплейсы. Покупатели могут подобрать любой товар онлайн, находясь практически в любой точке мира.

2. Удобство классификации и поиска товаров. Фильтрация товаров помогает покупателям быстро находить интересующий товар. Для этого необходимо просто задать параметры поиска и маркетплейс выдаст нужные результаты.

3. Наличие пунктов выдачи. Пункт выдачи заказов – это очень удобный сервис, который дает получателю возможность забрать посылку в удобном для него месте и в удобное время.

4. Безопасность и проверка товара. Большинство маркетплейсов владеют своей системой оценки и гарантией товаров. Данная система помогает потребителям определиться с выбором и понять, стоит ли приобретать представленный товар. При получении товара покупатель в праве проверить содержимое на качество и оплатить заказ только после осмотра или тестирования.

Для выбора объекта исследования было рассмотрено 3 самых популярных маркетплейса и проведен сравнительный анализ товарооборота за последние три года:

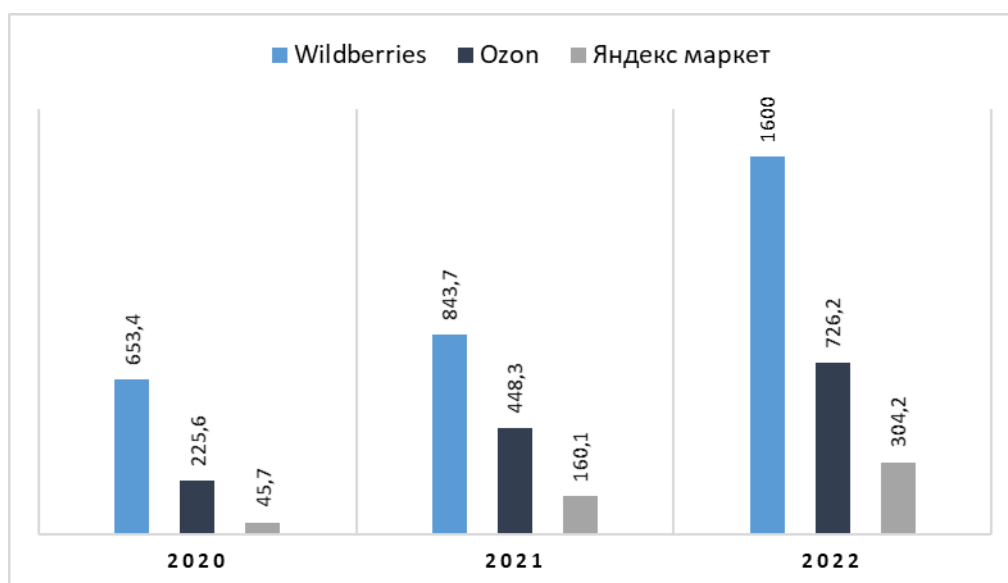


Рисунок 1 – Динамика товарооборота популярных маркетплейсов, млрд руб. [1]

По данным рисунка 1 видно, что Wildberries имеет самый высокий товарооборот по сравнению с Ozon и Яндекс Маркетом, это обусловлено тем, что данный маркетплейс пользуется большим спросом среди потребителей, а значит, данной нише доверяют. Так же стоит отметить, что маркетплейс Wildberries является самым популярным по числу заказов. Это связано с быстрой доставкой, огромным ассортиментом товаров, наличием доступных цен, возможностью оплаты заказа после получения и доставкой до дома [3]. Следовательно, для исследования был выбран именно он.

Несмотря на такую известность, на Wildberries фигурируют множество продавцов, и уровень конкуренции на таком рынке очень велик. Большая часть прибегают к недобросовестной конкуренции, чтобы вытеснить конкурентов с маркетплейса.

Продавцы Wildberries прибегают к разнообразным методам недобросовестной конкуренции:

1. Выкуп крупных партий товаров у конкурентов. Нечестные поставщики заказывают большую партию товара у своих конкурентов, как правило у тех продавцов, которые недавно появились на площадке. Заказанный конкурентом товар поступает на пункт выдачи, но в итоге данные товары никто не выкупает, либо намеренно отказываются. В результате заказ возвращается, а деньги за логистику продавцу – нет. Соответственно падает процент выкупа и снижается рейтинг товара. Товары у данного продавца постоянно возвращаются, значит, не отвечают запросам потребителя.

2. Заказные негативные отзывы. Конкуренты заказывают товар, при получении пишут множество отрицательных отзывов, расписывают об ужасном качестве товара. Например, у кофты ужасный принт, торчат нитки, хотя на самом деле это совершенно не так. Рейтинг конкурента

снижается, и продавцу придется потратить довольно большое количество времени и ресурсов на восстановление репутации.

3. Хорошие заказные отзывы на собственный товар. Вместе с заказанным товаром в посылку кладется визитка, где покупателю идет письмо со следующим текстом: «Оставьте положительный отзыв и получите 100 рублей на вашу карту». Конкурент за счет таких отзывов поднимает рейтинг.

4. Создание искусственной активности. На сегодняшний день, наиболее популярным стала рассылка в социальные сети с предложением так называемой «подработки», где требуется положительная оценка товара, либо его просмотр для поднятия охвата и тем самым продвижение наверх в рейтинге популярных товаров (Рисунок 2).

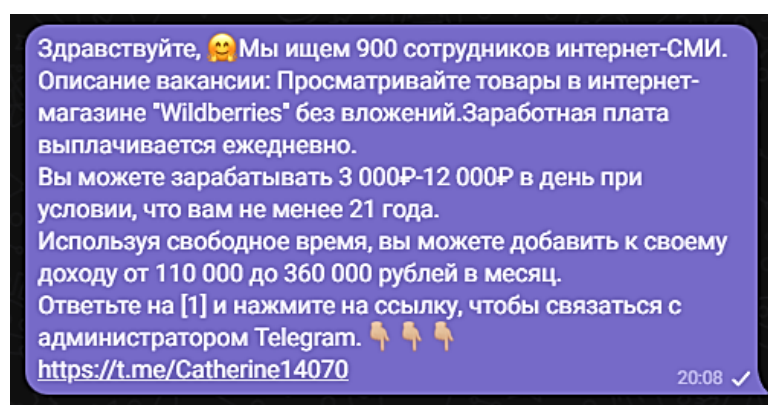


Рисунок 2 – Пример сообщения о подработке

5. Регистрация торговой марки конкурента. На площадке существуют некоторые продавцы, у которых не зарегистрирована торговая марка. Конкурент находит таких продавцов и регистрирует торговую марку на себя. Затем конкурент выступает с предложением к продавцу выкупить данную марку, в случае отказа, конкурент грозит судом по правам интеллектуальной собственности. Продавцу ничего не остается, как продать торговую марку конкуренту и остаться ни с чем.

6. Жалобы на поддельный сертификат. У каждого зарегистрированного пользователя торговых площадок есть возможность оставить жалобу на товар. В том числе, с формулировкой, что использование товара привело к травмам, отравлению и т.д. Конечно, данным неправомерным приемом иногда пользуются бизнесмены, желающие уличить своих конкурентов о том, что сертификат поддельный.

Большинство продавцов на Wildberries, ставшие жертвами недобросовестной конкуренции, задаются вопросом, как бороться с этой проблемой? Можно предложить следующие методы борьбы:

1. При заказе крупной партии товара установить определенную сумму при отказе от товара. Например, возврат 20 % от суммы заказа в

случае отказа. Недобросовестные конкуренты уже хорошо подумают, прежде чем заказывать партию и совершать отказ.

2. Создание специальной программы, которая будет проводить проверку отзывов, отбирать Накрученные отзывы и блокировать таких продавцов или потребителей. Данная программа будет не бесплатной, и те продавцы смогут приобрести программу по определенной цене, если хотят защититься от нелегальных отзывов.

3. Идентификация личности. Прежде чем оставлять отзыв на продукт, покупатель должен пройти верификацию и подтвердить свою личность. Это позволит установить, что человек - реальный покупатель, который приобрел товар, а не специализированный бот, оставляющий фальшивые отзывы. В случае, если пользователь не пройдет данную проверку, то доступ к отзыву на товар будет заблокирован. Данная идентификация поможет избежать продавцам Wildberries поддельных отзывов на свой товар.

4. Чтобы не допускать покупку торговой марки, необходимо собрать портфель из всех документов, доказывающий, что товар прошел испытание на качество, и заранее позаботиться об авторских правах. Данные действия обезопасят продавцов от присвоения торговой марки конкурентом и, в случае суда, у продавца будет доказательства в виде всей документации на товар.

5. Коммуникация с антифрод-отделом маркетплейса. Чем больше будет сообщений от продавцов о применении недобросовестной конкуренции, тем быстрее служба поддержки начнет обращать внимание на эту проблему, что в последствии приведет к созданию эффективных методов борьбы.

По данным анализа можно сделать вывод, что Wildberries один из самых популярных маркетплейсов как для потребителей, так и для продавцов. На сегодняшний день это наиболее актуальный вариант для выхода на нишу малого и среднего бизнеса. Для успешного развития маркетплейса нужно бороться с недобросовестной конкуренцией на законодательном уровне. Если покупатели будут защищены, то и спрос на Wildberries будет расти, а продавцы не станут жертвами мошенничества и их бизнес будет успешно развиваться.

Список литературы

1. Рынок маркетплейсов в России // lemon.online: сайт. – URL: <https://lemon.online/blog/kopiya-ryinok-marketplejsov-v-rossii-2022-goda-czifryi-faktyi-prognozyi/> (дата обращения: 30.09.2023).
2. Фадига, А. С. Разработка стратегии продвижения маркетплейса: / А. С. Фадига; Воронежский государственный технический университет. – Воронеж. – 2023. – 89 с.
3. Wildberries: сайт. – URL: <https://www.wildberries.ru/> (дата обращения: 30.09.2023).

Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ООО «ТРЕСТ» Г. ЮРГА

В современных экономических условиях конкурентоспособность выступает для предприятия сферы услуг основной характеристикой эффективности системы управления предприятием. Современные исследователи в области конкурентоспособности сходятся во мнении, что конкурентоспособность предприятия является основополагающей категорией и выражается через способность предприятия удерживать и расширять долю рынка, причем основой указанной способности являются уже существующие и специально формируемые конкурентные преимущества.

В настоящее время экономической наукой разработаны десятки методов оценки конкурентоспособности предприятий и различные подходы к их классификации [1].

В качестве параметров конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса могут быть выбраны:

- экономические параметры – цена услуги, издержки на ее оказание;
- технические – совокупность характеристик технологических систем оказания услуг;
- организационные – эффективность подбора и расстановки кадров, система скидок постоянным клиентам, условия оплаты, показатель соотношения цена-качество, эффективность организации закупочной деятельности, процессов разработки и реализации сервисных продуктов, нормативные – международные, государственные и региональные требования и стандарты, требования потребителей услуг и экологические требования;
- качественные – сроки, мастерство исполнителя услуги, соотношение ее себестоимости и конечной цены [2].

ООО «Трест» был организован в 2005 году и находится в самом центре города.

Миссия ресторана ООО «Трест» предполагает удовлетворение нужд и потребностей клиентов в качественном питании и отдыхе. Максимальное количество внимания клиенту – основополагающая задача предприятия. Предоставление приятного и комфортного пребывания в ресторане, высокий уровень качественного обслуживания, полезные и вкусные блюда, все эти факторы, обеспечивают ресторану ООО «Трест» продолжительную работу на рынке общественного питания.

Это очень уютное кафе с несколькими отдельными залами и игровой комнатой. Здесь каждый посетитель найдёт себе занятие по душе и прекрасно проведет время. Кафе ориентируется на различный возраст посетителей.

Действующий на территории города ресторан «ТРЕСТ» за многолетнюю историю своей работы зарекомендовал себя как ресторан с европейской и русской кухней и высоким уровнем обслуживания.

Интерьер ресторана «ТРЕСТ» оформлен в европейском стиле с соответствующим декором и фотообоями с изображением европейских улиц. Спокойные тона и приглушенное освещение располагают к приятной трапезе и теплоте общению. Расположение - в центре города, рядом с центральным парком. Ресторан «ТРЕСТ» - надежный партнер для организации питания туристических групп, деловых презентаций, приема гостей и делегаций, а также корпоративных мероприятий.

Ресторан ООО «Трест» позиционируется как изысканный ресторан, с тематической обстановкой, рассчитан на гостей города, совершенствованию качества обслуживания необходимо уделять особенное внимание.

Одним, из основополагающих принципов деятельности ООО «Трест» является обеспечение одинакового уровня обслуживания всех клиентов ресторана. Высокая культура обслуживания, стиль оформления в виде татарской избы являются конкретными отличительными характеристиками ООО «Трест».

Подход к управлению персоналом в ресторане ООО «Трест» имеет свои особенности. В частности, персонал носит форму в виде национальных костюмов, называют друг друга по именам, независимо от должности, официанты носят обязательные бейджи и обязаны всегда разговаривать с посетителями с улыбкой. Другим важным компонентом системы поощрений является бесплатное проведение медосмотра в качественных частных больницах и клиниках, бесплатное питание во время работы.

В организации работы исследуемого ресторана существует три приоритетных направления реализации общей стратегии ООО «Трест»:

- во-первых, операционный менеджмент, то есть набор определённых действий, направленных на безукоризненную обработанность схемы приготовления пищевых продуктов и подачи готовых блюд. Сюда входят операции на кухне, в баре и ресторанном зале;
- во-вторых, финансовый менеджмент: бухгалтерский учёт, контроль над ценообразованием, планирование и учёт издержек, управление наличными деньгами;
- в-третьих, направление маркетинга: реклама, маркетинговые акции, поддержка положительного образа ресторана. Выполнение всех этих функций входит в обязанности маркетолога, роль директора сводится к разработке, организации и контролю над выполнением.

Рынок кафе и ресторанов в России, по оценкам экспертов, растет примерно на 5-10 % в год. Рост на территории г. Юрги несколько ниже, но рост их присутствует. В 2020 году ресторанов и кафе в г. Юрга было 10, на сегодняшний день их число увеличилось до 18.

Успешно работающих ресторанов в г. Юрге, по статистическим данным – 7. Среди них – «Свои люди», «Юргинская пивоварня», «7 Пятниц», «Старый город», «Verlen», «ChocoPraline», «Марсель». Средний чек в этих заведениях составляет 2000-3000 руб.

Рассмотрим основных конкурентов ООО «Трест». На территории города у предприятия питания ООО «Трест» конкурентами являются семь разноплановых предприятий общественного питания:

- «Свои люди» представляет собой формат элитного семейного ресторана с элементами европейской кухни;
- «7 Пятниц» отличается интересным предложением блюд из выпечки и истинно русские блюда;
- «Старый город» предлагает широкий ассортимент интересных блюд европейской и татарской кухни и является самым старым рестораном нашего города;
- «ChocoPraline» – кафе, которое имеет гастрономический уклон в сторону итальянской и немецкой кухни;
- «Юргинская пивоварня» – премиальный пивной ресторан;
- «Марсель» – ресторан юго-восточной и итальянской кухни;
- «Verlen» – изысканная сеть ресторанов европейской кухни.

Средний чек в этих заведениях составляет 2000-3000 руб. Клиентура премиум-сегмента складывается за счет местного топ-менеджмента.

Для оценки конкурентоспособности ООО «Трест» воспользуемся экспертным методом. Матрица оценки конкурентоспособности в баллах по пятибалльной шкале показывает, насколько они соответствуют критериям, указанным в методике оценки.

Оценка конкурентоспособности предприятия питания ООО «Трест» осуществлялась по следующим конкурентным критериям:

- широта ассортимента меню;
- внешний вид официантов и знание меню;
- время ожидания подачи блюд;
- качество блюд;
- известность в городе;
- представление ресторанов в социальных сетях;
- уровень цен [3].

Для каждого конкурентного критерия проставлялся балл эксперта и затем определяется средний балл для каждого ресторана.

Матрица в баллах оценки ресторанов-конкурентов по пятибалльной шкале представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица оценки конкурентоспособности ресторанов в баллах ресторанов-конкурентов по пятибалльной шкале

| Степень значимости показателя (доля единицы) | Показатели | ООО «Трест» | «Свои люди» | «7 Пятниц» | «Старый город» | «ChocoPraline» | «Юргинская пивоварня» | «Марсель» | «Verlen» |
|--|---|-------------|-------------|------------|----------------|----------------|-----------------------|-----------|----------|
| 0,1 | Широта ассортимента меню | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 0,05 | Внешний вид официантов и знание меню | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 0,1 | Время ожидания подачи блюд | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 0,25 | Качество блюд | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 0,1 | Известность в городе | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 0,2 | Продвижение ресторанов в социальных сетях | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 0,2 | Уровень цен | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| | Итого | 29 | 27 | 26 | 25 | 26 | 27 | 31 | 32 |

После оценки конкурентоспособности ресторанов в баллах с помощью взвешенной оценки определили лидера среди предприятий питания [4].

Из таблицы 2 видно, что лидером среди ресторанов является «Verlen», на втором месте – «Марсель», и лишь на третьем месте из семи конкурентов находится ООО «Трест».

Таблица 2 – Взвешенная оценка конкурентоспособности ресторанов ООО «Трест» и конкурентов

| Степень значимости (доля единицы) | Показатели | ООО «Трест» | «Свои люди» | «7 Пятниц» | «Старый город» | «ChocoPraline» | «Юргинская пивоварня» | «Марсель» | «Verlen» |
|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|------------|----------------|----------------|-----------------------|-----------|----------|
| 0,1 | Широта ассортимента меню | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,5 | 0,5 |
| 0,05 | Внешний вид официантов и знание меню | 0,2 | 0,2 | 0,25 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,25 | 0,25 |
| 0,1 | Время ожидания подачи блюд | 0,5 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| 0,25 | Качество блюд | 1 | 1 | 1 | 1,25 | 0,75 | 1 | 1 | 1 |
| 0,1 | Известность в городе | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,5 |

Продолжение таблицы 2

| | | | | | | | | | |
|-----|---|------------|-----|------|------|------|-----|------|-------------|
| 0,2 | Продвижение ресторанов в социальных сетях | 0,8 | 1 | 0,6 | 0,4 | 1 | 0,8 | 0,8 | 0,8 |
| 0,2 | Уровень цен | 0,8 | 0,8 | 0,4 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 1 | 1 |
| | Итого | 4,1 | 4 | 3,35 | 3,65 | 3,75 | 3,9 | 4,35 | 4,45 |

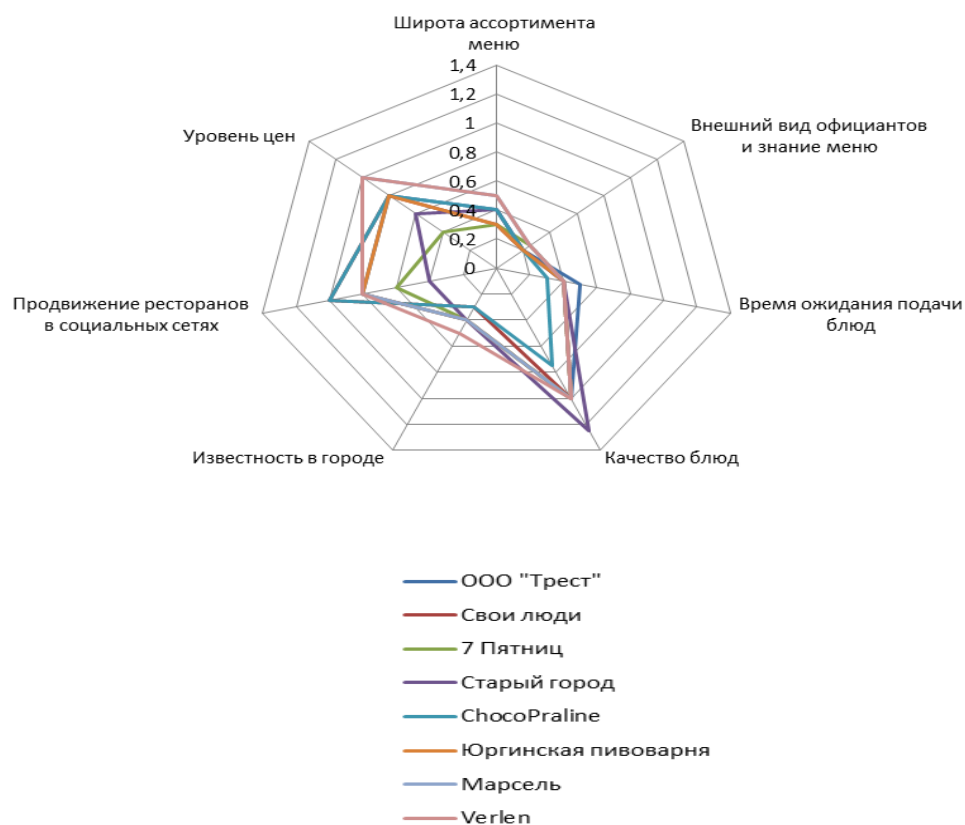


Рисунок 1 – График-радар конкурентоспособности предприятия питания ООО «Трест» относительно ресторанов-конкурентов

На основании полученных данных построили график конкурентоспособности ООО «Трест» по организационным показателям, который изображён на рисунке 1.

По результатам оценки конкурентоспособности организации предложены мероприятия по совершенствованию продвижения бренда на рынке в текущих условиях влияния внешней среды: оптимизация сайта компании, оптимизация работы в социальных сетях, организация контекстной рекламы и трудоустройство специалиста по SMM, мероприятия по привлечению клиентов очными встречами, мероприятия по повышению квалификации официантов [5].

Список литературы

1. Отварухина, Н. С. Управление конкурентоспособностью / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 336 с.

2. Павленко, Н. С. Показатели конкурентоспособности / Н. С. Павленко, О. А. Рущицкая // Аграрное образование и наука. – 2017. – № 1. – С. 58.
3. Иванова, Л. А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л. А. Иванова // Современное общество и власть. – 2018. – № 7. – С. 67-69.
4. Чижова, Э. Э. Анализ конкурентоспособности предприятия малого бизнеса / Э. Э. Чижова, Н. Р. Терехова // В сборнике: Управление финансами и маркетингом в России и за рубежом. Сборник научных трудов. – Иваново. – 2022. – С. 315-331.
5. Дорожкина, Н. В. Сравнение результатов деятельности региональных операторов по организации сбора, транспортировки и утилизации ТКО в Кемеровской области / Н. В. Дорожкина, И. Н. Третьякова // 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 года / Под общей редакцией Ю. С. Якуниной, В. Г. Михайлова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. – С. 72-79.

Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
Вегнер Анастасия Игоревна, студент гр. МБб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

МЕТОДОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА ПРИМЕРЕ АКВАПАРКА «АКВАМИР» Г. НОВОСИБИРСК)

В условиях рыночной среды и жесткой конкуренции становится неэффективным решение только текущих проблем. Необходимо уделять значительное внимание стратегическому развитию предприятия и принятию решений, связанных со стратегическим управлением. Для того, чтобы выбрать и принять правильные стратегические решения, выбрать нужную стратегию, необходимо обладать достоверной информацией «в нужное время и в нужном месте». Поэтому в настоящее время невозможно обойтись без стратегического анализа.

Под стратегическим анализом понимается процесс в стратегическом управлении, который является базой для определения миссии фирмы, её целей и выработки стратегии. Без него практически невозможно обойтись ни одному предприятию, поскольку от его качества и достоверности зависит выбор дальнейшей стратегии организации и принятие определенных управленческих решений для её реализации [1].

Перед тем, как менеджер примет решение о том, куда двигаться дальше, он должен определить на какой стадии предприятие находится сейчас. Для этого требуется определенная информационная система, кото-

рая сможет обеспечить доступ к данным для проведения анализа прошлых, настоящих и будущих ситуаций. Источниками информации для проведения стратегического анализа являются: статистические данные, аналитические статьи, оценки экспертов, внутренняя отчетность организации, базы данных и т.д. Для того, чтобы реально оценить ресурсы и возможности предприятия, сформировать его стратегический потенциал для дальнейшего развития, необходимо провести комплексный стратегический анализ слабых и сильных сторон деятельности организации и его конкурентного окружения.

Стратегический анализ проводится в два этапа. К ним относятся:

1. Сравнение ориентиров, намеченных организацией, и её реальных возможностей; анализ разрыва между ними;
2. Проведение анализа возможных вариантов будущего развития фирмы, определение стратегических альтернатив.

Работники предприятия являются одним из самых важных объектов внутреннего анализа. Именно от них зависят темпы, с которыми будут происходить стратегические изменения.

Для проведения стратегического анализа можно использовать разные методы, к которым относится SWOT-анализ, профиль среды, PEST-анализ.

SWOT-анализ используется для получения ясной оценки сил предприятия и ситуации на рынке в целом. Он включает в себя определение сильных и слабых сторон, возможностей организации, а также угроз, которые исходят из её ближайшего окружения. Сильными сторонами являются преимущества предприятия, а слабыми – его недостатки. Под возможностями понимаются факторы внешней среды, использование которых создаст на рынке преимущества для компании. Угрозами являются такие факторы, которые потенциально могут ухудшить положение предприятия на рынке.

Сильные и слабые стороны должны определяться исходя от обратной связи потребителя, а не от мнения менеджеров или руководства компании. Именно потребитель определяет насколько будет успешна организация.

Вырабатывая стратегии, необходимо помнить, что угрозы и возможности могут переходить в противоположность. Например, возможность, которая не была использована, может стать угрозой, если её использует конкурент. Бывает и наоборот, если угроза была удачно предотвращена, то она может открыть перед компанией новые возможности, но только если конкурентам не удалось устранить эту же угрозу.

Однако у SWOT-анализа имеются и недостатки, поскольку он отражает ситуацию на рынке на данный момент времени и не учитывает предполагаемые изменения. То есть при появлении новых факторов или каких-либо переменах данный вид анализ необходимо будет проводить заново. К тому же SWOT-анализ не даёт возможности получить точные данные и цифры, но благодаря ему можно продумать общую стратегию развития бизнеса [3].

Ещё одним методом стратегического анализа является профиль среды, под которым понимается совокупность характеристик объекта стратегического анализа. Такой метод удобно применять для того, чтобы составить отдельно макроокружение, микроокружение и внутреннюю среду организации. При помощи профиля среды можно оценить относительную значимость отдельно взятых факторов среды для организации [2].

Каждому из факторов экспертным образом дается оценка:

- важности для отрасли по шкале: 3- большая, 2- умеренная, 1- слабая;
- влияния на организацию по шкале: 3- сильное, 2- умеренное, 1- слабое, 0- отсутствие влияния;
- направленности влияния по шкале: +1- позитивная, -1- негативная.

После этого три экспертные оценки перемножаются, в итоге получается интегральная оценка, которая показывает степень важности какого-либо фактора для организации. Исходя из полученных результатов, руководству удаётся выяснить, какие факторы имеют более важное значение для предприятия, то есть на них нужно обратить своё внимание в первую очередь.

Ещё одним методом стратегического анализа является PEST-анализ, чаще всего его применяют для анализа макросреды. Такой метод основывается на изучении технологических, социальных, политических и экономических факторов. PEST-анализ очень схож со STEP-анализом. Основное их различие заключается в том, что в варианте STEP- анализа на первом месте находятся социальные и технологические факторы. А в PEST- анализе на первом месте располагаются политические и экономические факторы.

Такой анализ можно проводить в двух форматах: с использованием простой четырехпольной матрицы или табличной формы анализа. Выбор способа проведения стратегического анализа зависит от степени готовности экспертов, от целей анализа и других факторов. Наибольший результат даёт методика PEST-анализа в том случае, если стратегический анализ проводится регулярно с использованием одинакового формата. При таком раскладе фиксируются показатели динамики факторов анализа и их влияние на предприятие в целом [5].

PEST-анализ используют для долгосрочного планирования деятельности организации. С его помощью можно найти возможности организации и риски компании в ближайшем времени. Также такой инструмент используется при разработке совершенно новых продуктов, PEST-анализ помогает оценить тенденции и изучить потенциальный рынок. С помощью такого анализа можно изучить только внешние факторы. Компания не в силах повлиять на них, однако можно предусмотреть возможные варианты действий в тех или иных ситуациях на рынке [4].

Рассмотрим применение такого метода стратегического анализа, как SWOT-анализ, на примере аквапарка «Аквaмир» г. Новосибирск.

Для этого необходимо составить матрицу SWOT-анализа, приведенную в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа

| | Возможности | Угрозы |
|------------------------|---|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Установление льгот для отдельных категорий граждан 2. Широкая рекламная кампания для привлечения посетителей с других регионов | <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление конкурентов на рынке региона 2. Снижение спроса со стороны посетителей |
| Сильные стороны | <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение ассортимента услуг 2. Привлечение новых посетителей | <ol style="list-style-type: none"> 1. Укрепление своих позиций на рынке благодаря современному оборудованию 2. Постоянная работа над имиджем поможет закрепить лояльность существующих потребителей и завоевать новых |
| Слабые стороны | <ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточный опыт рекламы может препятствовать эффективности широкой рекламной кампании из-за её низкого качества 2. Редкое обновление услуг препятствует большой посещаемости аквапарка, даже если устанавливаются льготы | <ol style="list-style-type: none"> 1. Опасность снижения спроса из-за редкого обновления услуг 2. Опасность захвата рынка конкурентами с других регионов |

Таким образом, аквапарк «Аквамир» пользуется достаточно большим спросом со стороны жителей как самого Новосибирска, так и жителей соседних регионов. Это самый большой аквапарк в Сибири, выручка которого составляет более четырех миллионов в год. В «Аквамире» работает хорошо обученный персонал, четко отлажена система безопасности для посетителей. Отдых в данном аквапарке – это хорошая возможность для отстранения от бытовых проблем и проведения своего досуга. Отдохнуть в аквапарке можно всей семьёй, даже с маленькими детьми, ведь здесь имеются оборудованные места для детского отдыха. Изобилие горок и маленьких водопадов привлекает внимание детей. В этом плюс данного аквапарка, поскольку имеется возможность хорошо провести время не толь-

ко родителям, но и их детям, за безопасность которых можно не беспокоиться.

У данного аквапарка имеются различные угрозы, например, появление конкурентов на рынке региона, но при помощи своих сильных сторон и возможностей можно обойти эти угрозы и сохранить свои позиции на рынке. Среди сильных сторон можно выделить большой ассортимент предлагаемых услуг. В «Аквамире» очень много различных горок для любого возраста. Есть возможность кататься как самостоятельно, так и в компании своих друзей или родственников. К тому же есть различные бани, сауны с разной температурой внутри помещения, ледяные бассейны, что не всегда встретишь в других аквапарках. Также в «Аквамире» используются современные установки для развлечений, то есть все горки, бассейны, сауны сделаны из высококачественных материалов. Это создаёт дополнительный комфорт и безопасность для посетителей. К тому же в аквапарке действует система льгот. Например, для пенсионеров действует скидка 10%, для групповых туров – 11 %, для именинников и их гостей – 15 %, для многодетных семей – 25 %, а для людей с ограниченными возможностями – 50 %. Это позволяет сделать посещение аквапарка ещё более доступным для разных групп населения.

Однако у аквапарка имеются и слабые стороны, например, редкое обновление услуг. Это связано с тем, что в аквапарке все оборудования для отдыха имеют большие размеры, являются дорогостоящими, что создаёт препятствие для постоянного их обновления. Руководству просто не выгодно постоянно менять горки и другие установки для развлечений. Несмотря на это, люди всё равно с удовольствием посещают аквапарк, поскольку не у всех имеется возможность часто посещать подобные места, чтобы они успели надоесть.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что организация не имеет возможности жестко контролировать внешнюю среду, но может и должна эффективно приспосабливаться к ней, неустанно следить за ее изменениями, прогнозировать и своевременно реагировать. Внутренняя среда поддается воздействию, её также необходимо постоянно анализировать и в случае негативных изменений нужно пытаться устранять их, используя при этом возможности самой организации и применяя вышеперечисленные методы стратегического анализа.

Список литературы

1. Альберт, М. Основы менеджмента / М. Альберт. – М.: Диалектика / Вильямс, 2021. – С. 404-410.
2. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент: Уч. / Л. Е. Басовский и др. – М.: Инфра-М. – 2018. – С. 35-40.
3. Swsu.ru: Стратегический анализ коммерческих организаций: сайт. – Курск, 2019. – URL: <https://swsu.ru/structura/up/ef/fik/nocfinans/StrategAnaliz.pdf> (дата обращения: 10.03.2023).

4. Третьякова, И. Н. Инновационные технологии как фактор повышения эффективности производства и эксплуатации лифтов / И. Н. Третьякова // Инновации в технологиях и образовании: Сборник статей участников VIII Международной научно-практической конференции: в 5 частях, Белово, 05-06 марта 2015 года. Том Часть 5. – Белово: Филиал «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева» в г. Белово, Великотырновский университет им. Святых Кирилла и Мефодия, 2015. – С. 331-335.
5. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д. В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М – 2022. – С. 253-256.

Троянова Александра Андреевна, студент гр. ЗБ-МУБ19-3
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
департамента менеджмента
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Под бюджетированием понимаются процессы формирования плана, отражающего ключевые этапы реализации действий, требующие стоимостной оценки и определения затрат на каждый поставленный этап проекта [1]. Как правило, в рамках бюджетирования составляется план бюджета, реализуется его исполнение, контроль и периодический анализ исполнения с целью выявления уязвимых мест и внесение корректировок в финансовую составляющую проекта. Бюджетирование проектной деятельности требует высокой степени точности, что позволит сформировать перспективы реализации проекта, определить его будущую результативность, рентабельность и прочие относительные показатели [2, 5].

В бюджетировании реализуется деятельность по составлению планов счетов, которые формируют структуру бюджета проекта. Вне зависимости от источников привлечения финансовых ресурсов, бюджет демонстрирует по каким направлениям эти денежные средства будут распределяться в рамках разрабатываемого проекта [3].

Таким образом, из сформированной цели можно сформировать ряд задач процесса бюджетирования:

- Планирование и контроль доходов и расходов бюджета проекта.
- Эффективное распределение ресурсной базы проекта.
- Своевременное исполнение обязательств, связанных с проектной деятельностью.
- Ликвидация кассовых разрывов и профилактика дефицита бюджета в рамках проектной деятельности.

- Координация действий всех субъектов проекта.
- Контроль за достижением целей проектной деятельности.

Важно отметить, что в зависимости от классификации бюджета, реализуются отдельные процессы управления финансовыми ресурсами в проекте [4]. На рисунке 1 представлены основные виды бюджетов.

В первую очередь выделяют 2 основных вида бюджетов: операционный и финансовый.

Операционный бюджет представляет собой совокупность требуемых финансовых ресурсов по определенному направлению проекта, например, на строительство, оплату труда наемного персонала, закуп оборудования, управленческие расходы и так далее.

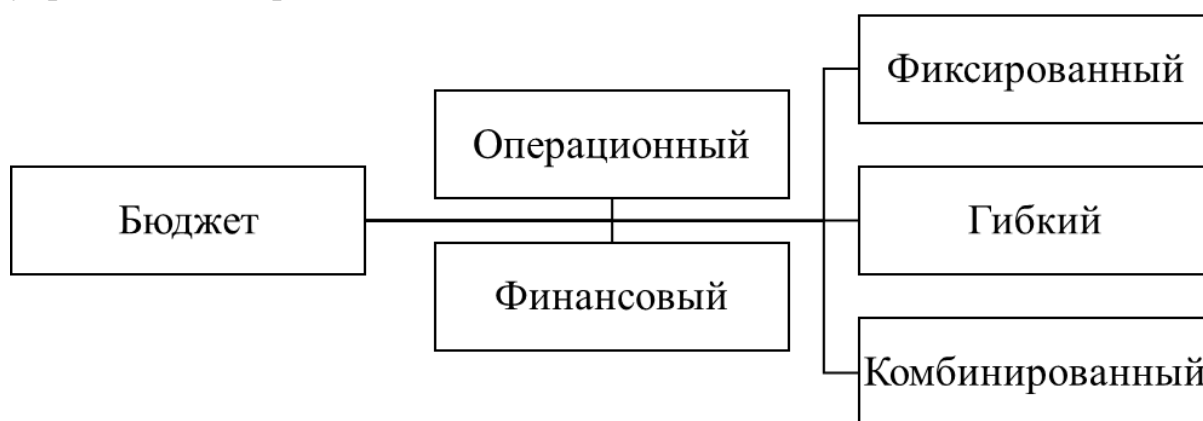


Рисунок 1 – Виды бюджетов [1, 7]

Финансовый бюджет отражает совокупность всех операционных бюджетов по проекту, то есть демонстрирует итоговую сумму расходов на реализацию конкретного проекта [6].

Кроме того, как представлено на рисунке 1, как операционные, так и финансовый бюджеты могут также классифицироваться по трем видам:

Фиксированный бюджет – рассчитанная сумма расходов устанавливается единожды и не может быть изменена в дальнейшем (существуют строгие ограничения бюджета).

Гибкий бюджет – может изменяться руководством проекта в процессе его реализации, что позволяет изменять статьи расходов проекта.

Комбинированный бюджет – объединение подходов фиксированного и гибкого бюджетов, что подразумевает установление фиксированного бюджета на начальном этапе и его корректировки в дальнейшем с определенной периодичностью при переоценке затрат на проект.

Современные исследователи отмечают высокую эффективность комбинированного бюджета в рамках реализации проектной деятельности, поскольку проект реализуется в динамических условиях и в целях повышения его конечной результативности существует необходимость изменения бюджетов в отдельных случаях [8, 9].

Многие зарубежные и отечественные авторы множество раз подтверждали целесообразность и высокое значение бюджетирования в рам-

ках не только проектной деятельности, но и при рациональном и эффективном управлении предприятием, в особенности для инновационных организаций, которые стремительно развиваются на рынке, формируя высококонкурентные проекты, продукцию или услуги [10].

Как правило, множество факторов влияет на процесс бюджетирования проекта, однако масштабность проекта является одним из наиболее заметных в рамках изменения объема и форм распределения финансовых ресурсов.

В первую очередь, отметим, что с увеличением масштабов проекта, увеличивается, как количество, так и наполненность решаемых задач, что увеличивает требуемых объем расходов, труда и управленческого воздействия на данные стороны проекта. При этом, чем более инновационный проект, тем сильнее ощущается кратность роста затрат на его реализацию [4, 6].

На практике, измерение требуемых затрат на проект внутри производственного или коммерческого предприятия могут быть соизмеримы с фондом оплаты труда за отчетный период персонала подразделения, в котором реализуются инновации. Однако, при увеличении охватов инновационной деятельности, затраты на проект начинают кратно возрастать и уже соизмеряются со стоимостью определенных основных фондов предприятия. Если в первом случае возмещение и исполнение таких затрат возможно за счет, имеющихся финансовых ресурсов целевого предприятия, то при значительном росте масштабов проекта зачастую привлекаются дополнительные источники финансирования, например, заемные средства или привлечение целевых инвестиций.

Последние десятилетия, как на российском рынке, так и за рубежом сформировали показательный опыт периодической дестабилизации рынка, что связано и с экономическими циклами, и с нестабильностью в рамках международных взаимодействий. Полагаясь на ключевые принципы формирования бюджета, ни один специалист не может с точностью прогнозировать динамику рынка на долгосрочную перспективу, что и формирует необходимость в корректировке бюджетов, полагаясь на ситуационный подход. Однако, если речь идет о крупномасштабных проектах, то увеличить бюджет на значительную часть финансовых ресурсов крайне сложно в краткие сроки, поэтому большинство инновационных проектов изначально закладывает дополнительные расходы в форме «управленческих резервов», которые в среднем равняются 5 %. Важно понимать, что чем масштабней проект, тем значительней становится сумма «5 %» в денежном эквиваленте, отсюда следует, что масштаб проекта в любом случае прямо пропорционален росту бюджета, при это с большим коэффициентом с каждым разом [3, 8, 9]

Таким образом, можно сделать вывод, что масштаб проекта напрямую влияет на процесс бюджетирования, затрагивая множество аспектов этой деятельности, от составления планов, до исполнения бюджета.

Список литературы

1. Бейсенбаева, А. Бюджетирование проектов как определение плана затрат / А. Бейсенбаева, А. Абдимолдаева, Т. Болатжанулы // International Independent Scientific Journal. – 2021. – № 27-2. – С. 7-9.
2. Коряков, А. Г. Современные тенденции динамики секторов экономики Архангельской области / А. Г. Коряков, С. Г. Басалов, Д. Н. Баранов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 19.
3. Растворцева, С. Н. Повышение конкурентоспособности экономики моногорода как субъектов региональной экономики / С. Н. Растворцев, Н. А. Череповская, И. В. Манаева // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 7 (67). – С. 139-149.
4. Коряков, А. Г. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятиях российского химпрома / А. Г. Коряков, О. И. Жемерикин // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 9 (62). – С. 37-42.
5. Трифонов, И. В. Использование процессно-ориентированного подхода в менеджменте логистики / И. В. Трифонов, А. А. Щадных // Инновационное развитие экономики. – 2022. – № 5 (71). – С. 174-181.
6. Управление экологической безопасностью угледобывающего предприятия / В. Г. Михайлов, Н. Н. Голофастова, А. Г. Коряков, Т. В. Галанина // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2017. – № 3 (121). – С. 183-189.
7. Бобрышев, А. Д. Технологии разработки и реализации проекта совершенствования организационного механизма для обеспечения устойчивости компании / А. Д. Бобрышев // Страховое дело. – 2011. – № 10 (225). – С. 16-22.
8. Коряков, А. Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства / А. Г. Коряков // Российское предпринимательство. – 2012. – № 15 (113). – С. 26-30.
9. Голубев, С. С. Методы и модели решения задач классификации при инновационном прогнозировании научно-технологического развития с использованием интеллектуального анализа «больших данных» / С. С. Голубев, Е. П. Дюндик, Е. В. Скубрий // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2018. – № 4 (18). – С. 8-16.

Ускова Алина Дмитриевна, студент гр. МБб-201
Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ПРОДАЖИ КЕДРОВОГО ОРЕХА

Кедровый орех, как ценное пищевое сырье, имеет высокий потенциал на рынке продуктов питания и здорового образа жизни. Тем не менее, для компаний, занимающихся продажей кедрового ореха, сохранение и увеличение конкурентоспособности на этом рынке представляет собой сложную задачу, требующую системного подхода и инновационных решений. В данной статье рассматриваются ключевые стратегии и методы, которые могут помочь компаниям укрепить свои позиции на рынке кедрового ореха.

Рынок продажи кедрового ореха является конкурентным и динамичным. Постоянно меняющиеся потребительские предпочтения, а также изменения в климатических и экологических условиях производства могут повлиять на доступность и качество кедровых орехов. Для компаний, занимающихся этим бизнесом, важно разработать стратегии, которые позволят им оставаться на плаву и даже расширять свое воздействие на рынок [1].

1. Диверсификация продуктов.

Один из способов увеличить конкурентоспособность компании на рынке кедрового ореха – это расширить ассортимент продукции. Кедровый орех может быть использован в различных формах: от натуральных орехов до кедровых масел и добавок для пищи. Разработка новых продуктов и упаковок, а также добавление функциональных свойств, таких как антиоксидантные или противовоспалительные свойства, может привлечь новых потребителей и увеличить объем продаж.

2. Улучшение качества продукции.

Качество кедровых орехов играет решающую роль в привлечении и удержании клиентов. Компании должны внимательно следить за процессом сбора, обработки и хранения орехов, чтобы предоставить продукцию высшего качества. Это также включает в себя соблюдение стандартов безопасности пищи и экологических норм.

3. Экологизация производства.

С учетом растущего интереса к устойчивости и экологии, компании на рынке кедрового ореха должны активно внедрять экологические практики производства. Это может включать в себя снижение отходов и эффективное использование ресурсов.

4. Маркетинг и продвижение.

Создание уникального бренда и активное продвижение продукции на рынке являются ключевыми элементами повышения конкурентоспособно-

сти. Компании должны инвестировать в маркетинговые и рекламные кампании, а также использовать средства социальных сетей и онлайн-продаж для привлечения новых клиентов [2].

В Кемеровской области у данной отрасли есть большой потенциал для выхода на зарубежный рынок, так как здесь есть необходимые ресурсы [3].

Начать экспортный путь компании, занимающейся переработкой кедрового ореха, нужно с аренды леса и прохождения государственной экспертизы в Росприроднадзоре для того, чтобы доказать законность рентабельность компании.

Перед отправлением продукта за рубеж необходимо изучить все нормы ввоза данной категории товара в конкретные страны, а также получить российский государственный фитосанитарный сертификат [4].

Рынок продажи кедрового ореха представляет собой интересную возможность для компаний, однако требует усилий для поддержания и увеличения конкурентоспособности. Развитие инновационных стратегий, улучшение качества продукции и устойчивых практик, а также активное продвижение бренда могут помочь компаниям успешно конкурировать на этом рынке и расширить свое влияние.

Список литературы

1. Чернышов, А.В. Подходы к системе принятия управленческих решений на основе финансовых показателей / А.В. Чернышов, А.Н. Малюгин // Сборник материалов XII Всероссийской научно-прак. 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>.
2. Особенности коммерческой и инновационной деятельности в оптовой торговле: учебное пособие / Воронежский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова; Э. П. Лесникова, Т. И. Максимова, С. Н. Нечаева, Е. Б. Трунова – Воронеж : Издат. центр РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – С. 73.
3. Малюгин, А. Н. Конкурентные возможности малых городов / А. Н. Малюгин // 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.
4. Едемская, С. В. Стратегия развития оптовой торговли. Структурно-функциональный подход: учебник / С. В. Едемская, А. И. Панов. – 2-е изд., стер. – Нижний Новгород: Вестник. – 2021. – С. 8.

Ускова Алина Дмитриевна, студент гр. МБб-201
(КузГТУ, г. Кемерово)
Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях современной экономики, насыщенной конкуренцией, повышение конкурентоспособности предприятия становится жизненно важным. Одним из ключевых факторов, способствующих достижению этой цели, является совершенствование бизнес-процессов. Данная статья рассматривает важность оптимизации и улучшения бизнес-процессов для укрепления конкурентных позиций предприятия на рынке, а также предоставляет практические рекомендации по их реализации.

Современные рыночные условия подразумевают быстрое развитие технологий, изменение потребительских предпочтений и высокую степень конкуренции. В этой среде предприятия должны постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы, чтобы оставаться конкурентоспособными и эффективными. Совершенствование бизнес-процессов является ключевым фактором, способствующим достижению этой цели [1].

1. Анализ и определение ключевых процессов.

Первым шагом к совершенствованию бизнес-процессов является их анализ и идентификация ключевых процессов, которые оказывают наибольшее влияние на результативность предприятия. Это позволяет сосредоточить усилия на наиболее значимых областях.

Для определения основных бизнес-процессов рекомендуется нанять консультанта, который опишет данные процессы: наименование и цель, исполнитель или владелец инструмента, ресурсы, вход, выход [2].

2. Установление целей и стандартов.

Для каждого ключевого бизнес-процесса необходимо установить конкретные цели и стандарты производительности. Это позволит измерить результаты и оценивать эффективность улучшений.

Цели могут быть установлены исходя из двух позиций: постепенные или кардинальные изменения.

При первом подходе организационная структура не разрушается, изменения вносятся точечно, чтобы улучшить то, что и так работает. Бюджет на данные цели, как правило, небольшой.

При установлении целей, направленных на кардинальные изменения, вся организационная структура компании перестраивается, старые подразделения упраздняются [3]. Необходим большой бюджет на реализацию данных целей, однако они способны вывести предприятие из кризиса.

3. Автоматизация и оптимизация.

Использование современных информационных технологий и систем автоматизации позволяет оптимизировать бизнес-процессы, уменьшить

ручное управление и улучшить точность выполнения задач. Эффективное использование данных и аналитики также играют важную роль.

Оптимизация производится 2-мя методами: «Здравый смысл» и «Бережливое производство».

При осуществлении метода «Здравый смысл» удаляются дублирующиеся операции, автоматизируются часто повторяющиеся операции, все операции стандартизируются, назначается параллельное выполнение задач, процесс ускоряется.

При внедрении метода «Бережливое производство» исключается производство излишков, нерациональные действия сотрудников сводятся к минимуму, сокращаются перемещения работников для сохранения времени, выпускаемая продукция страхуется на предмет появления возможных дефектов, обеспечивается достаточный объем ресурсов [4].

4. Обучение и развитие персонала.

Вовлечение персонала в процесс совершенствования бизнес-процессов через обучение и развитие помогает создать культуру постоянного улучшения. Сотрудники должны быть знакомы с новыми методами и инструментами, способствующими оптимизации процессов.

5. Мониторинг и анализ результатов.

Совершенствование бизнес-процессов – это долгосрочный процесс, и его результаты должны регулярно анализироваться и проходить мониторинг [5]. Необходимо проводить оценку эффективности улучшений и вносить коррективы, если это необходимо.

Совершенствование бизнес-процессов является неотъемлемой частью стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Правильное управление бизнес-процессами позволяет улучшить эффективность, снизить издержки и повысить качество продукции или услуг. В результате предприятие становится более конкурентоспособным и готовым к вызовам современной экономики.

Список литературы

1. Харкив, А. А. Бизнес-процессы. Управление организацией через процессы : учебное пособие / А. А. Харкив, Е. Б. Ситникова. – 1-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Питер, 2019. – С. 49.
2. Громов, А. И. Управление бизнес-процессами: современные методы: монография / А. И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт. – Люберцы: Юрайт, 2016. – С. 367.
3. Шёнталер, Ф. Бизнес-процессы. Языки моделирования, методы, инструменты : учебное пособие / Ф. Шёнталер. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – С. 264.
4. Ширяев, В. И. Управление бизнес-процессами: учебно-методическое пособие / В. И. Ширяев, Е. В. Ширяев. – Москва: Финансы и статистика, 2014. – С. 464.
5. Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление: учебник / В. Г. Елиферов. – Москва: НИЦ Инфра-М, 2013. – С. 319.

Хлебтунов Михаил Александрович, студент гр. П-22
Научный руководитель – Саблин Кирилл Сергеевич, к.э.н., доцент
(РГИСИ, г. Кемерово)

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

Государство в экономике выполняет определенные функции, которые являются одними из ключевых аспектов в развитии и поддержке экономической и социальной стабильности в социуме. Данные функции направлены на обеспечение справедливости, защиту интересов населения и создание условий для устойчивого развития экономики. Одной из основных экономических функций государства является регулирование рыночной деятельности. В частности, это выражается в разработке и утверждении правовых основ экономики, определении приоритетов макроэкономического развития, реализации социальных и культурных ценностей, регулировании экономической деятельности [2]. Иными словами, государство формирует правовую базу (институциональные рамки), которая структурирует отношения между участниками рынка. Это позволяет обеспечить конкуренцию, предотвратить сползание экономической системы к монополизации и защитить интересы потребителей. Отдельная функция государства в экономической сфере заключается в регулировании отраслей экономики посредством предоставления льгот и субсидий для развития инноваций, науки, техники и технологий. Немаловажной экономической функцией также выступает производство общественных благ.

Кроме экономических функций, государство также выполняет социальные функции [1]. Ключевой из них выступает обеспечение социальной защиты населения. Создание и поддержание дальнейшего функционирования системы социального обеспечения ведет к установлению выплат пенсий, пособий по безработице, медицинскому страхованию и другим формам поддержки для граждан в сложных жизненных ситуациях. Не стоит забывать и о том, что государство играет значимую роль в налаживании системы предоставления образовательных и медицинских услуг. Оно осуществляет мониторинг и регулирует сферу здравоохранения, обеспечивая доступность медицинской помощи для всех слоев населения. Таким образом, роль государства в современной смешанной экономике заключается в обеспечении стабильности и справедливости, защите интересов населения и создании условий для экономического и социального развития.

Одной из важнейших сфер, которые регулирует государство, выступают исполнительские искусства. В современном мире они рассматриваются одним из ключевых драйверов социально-экономического развития. Мировой опыт показывает, что в широком понимании, исполнительские искусства содержат многочисленные формы культурного самовыражения, которые отражают творческое начало человека, и которые также встречаются во многих других областях нематериального культурного наследия.

Исполнительские искусства – это особая форма искусства, в которой артисты выступают перед аудиторией, показывая свои таланты и навыки. Они варьируются от вокала и инструментальной музыки, танцев и театра до пантомимы, песенных стихов. Музыка, возможно, является наиболее универсальным из исполнительских видов искусства и встречается в каждом обществе, чаще всего как неотъемлемая часть других форм исполнительского искусства и других областей нематериального культурного наследия, включая ритуалы, праздничные мероприятия или устные традиции. Традиционные театральные представления обычно сочетают в себе актерское мастерство, пение, танец и музыку, диалог, повествование или декламацию, но могут также включать кукольный театр или пантомиму. Однако эти искусства – нечто большее, чем просто «представления» для публики. Они также могут играть решающую роль в культуре и обществе, например, как песни, исполняемые во время сельскохозяйственных работ, или музыка, являющаяся частью ритуала. Необходимо отметить, что многие формы исполнительского искусства сегодня находятся под угрозой. По мере того, как культурные практики становятся стандартизированными (унифицируются), от многих традиционных практик отказываются.

Экономическая роль исполнительских искусств заключается в их значимости для социально-экономического развития. Они создают рабочие места, расширяют налоговую базу. Кроме того, они способствуют развитию туризма и привлечению инвестиций в культурную индустрию. Многие страны разрабатывают программы и меры поддержки исполнительских искусств, такие как гранты, стипендии и налоговые льготы [3].

Социально-культурная роль исполнительских искусств заключается в их влиянии на общество и культуру. Они служат средством самовыражения и коммуникации, позволяют людям выразить свои эмоции и идеи, способствуя формированию национальной идентичности, укреплению культурных ценностей и традиций. Развиваются творческие способности, улучшаются коммуникативные навыки и культивируется чувство эстетики. Многие страны организуют фестивали, концерты и другие мероприятия, чтобы показать свою культуру и привлечь туристов, развить дестинации. Примерами могут выступить Венецианский карнавал, карнавал в Рио-де-Жанейро, фестиваль Марди-Гра в Новом Орлеане. Это создает новые возможности для развития инфраструктуры, гостиничного бизнеса и других отраслей экономики.

Исполнительские искусства имеют важное значение как для экономики, так и для социально-культурной сферы, и являются неотъемлемой частью повседневной жизни, приносят радость и вдохновение. Каким образом государство оказывает влияние на сферу исполнительских искусств? Государство играет важную роль в регулировании и финансировании исполнительских искусств. Оно разрабатывает нормативные акты и программы поддержки, чтобы обеспечить развитие и процветание этой сферы. Исполнительские искусства «подпитывают» экономику страны/регионов, что отражается в использовании человеческого капитала и культурных ре-

сурсов для повышения экономической жизнеспособности в неблагополучных регионах. Исполнительские искусства содействуют гражданской активности. Создание ярких общественных пространств ведет к положительному имиджу страны/региона и местного населения. В современных условиях качество жизни часто называют основным фактором глобальной конкурентоспособности, а также способности того или иного региона привлекать и удерживать лучшие таланты со всего мира для жизни, работы и воспитания детей. Раннее знакомство с искусством улучшает результаты обучения и укрепляет уверенность, креативность и дисциплину у детей, воспитывая у них чувство эмпатии, творческое решение проблем и самовыражение. Поэтому государство считает необходимым поддерживать и развивать эту сферу.

В то же время, исполнительские искусства часто рассматриваются как роскошь для обществ, не обладающих достаточными ресурсами для их поддержки. Одной из фундаментальных закономерностей экономики исполнительских искусств является так называемая «болезнь издержек». Их функционирование ведет к появлению благ, обладающих социально значимым характером [5]. При их производстве возникают положительные внешние эффекты, определяющие достоящий даром прирост благосостояния для невольных потребителей, которые не доплачивают производителям. Тем не менее, государство и частные спонсоры поддерживают сферу исполнительских искусств.

Еще одной причиной финансирования исполнительских искусств со стороны государства является экономическая выгода. Исполнительские искусства выступают неотъемлемой частью креативной индустрии и креативной экономики [4]. Помимо этого, развитие исполнительских искусств, как и креативных индустрий в целом, способствует прямому и косвенному развитию смежных секторов экономики. Государство осознает, что развитие исполнительских искусств может стимулировать экономический рост и создавать новые возможности для развития других отраслей. Оно предоставляет гранты и стипендии художникам, финансирует организацию фестивалей и концертов, содействует развитию образования в сфере искусств.

Исходя из всего вышесказанного, финансирование исполнительских искусств имеет свои выгоды для государства в экономическом и социально-культурном плане. Оно способствует сохранению культурного наследия, формированию национальной идентичности и укреплению культурных ценностей. Кроме того, оно создает рабочие места и стимулирует экономический рост. Поэтому государство активно регулирует и финансирует исполнительские искусства, чтобы обеспечить их развитие и процветание.

Список литературы

1. Беляева, Ю. Н. О социальных функциях государства / Ю.Н. Беляева // Журнал российского права, 2016. – № 1. – С. 99 – 106.

2. Гусев, С. А. Экономические функции государства в условиях рыночной экономики / С. А. Гусев // Вестник Университета. – 2015. № 5. – С. 59-62.
3. Музычук, В. Ю. Должно ли государство финансировать культуру? – М.: Институт экономики РАН, 2012. – 60 с.
4. Рубинштейн, А. Я. Культура и государство: новый взгляд / А. Я. Рубинштейн // Обсерватория культуры. – 2008. – № 2. – С. 42-50.
5. Тамбовцев, В. Л. Причины «болезни издержек» Баумоля: низкая производительность или культурные стереотипы? / В. Л. Тамбовцев // Журнал НЭА. – 2012. – № 2. – С. 132-134.

Чепелева Кристина Викторовна, доцент кафедры «Логистика»,
к.э.н., доцент.

(Красноярский ГАУ, г. Красноярск)

ЭКСПОРТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ КЛАСТЕР КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ МАСЛОЖИРОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА АПК СИБИРИ

Развитие масложировой промышленности в РФ позволило масличным стать востребованной культурой. Базу для развития масложирового подкомплекса РФ создают высокие урожаи масличных культур в регионах РФ, в том числе в регионах Сибири (Сибирского федерального округа (СФО)). С 2016 по 2021 гг. валовый сбор масличных культур регионов СФО увеличился в три раза, основной масличной товарной культурой является яровая рапс. Основная товарная позиция масложировой продукции реализуемой на экспорт – масличное сырье. В 2022 г. экспорт за рубеж семян рапса организациями и предприятиями АПК СФО занял второе место (после Северо-Западного федерального округа). Более половины объемов данной продукции (55 %) приходится на организации Новосибирской области. Основными регионами Сибири, производящими зерновые и масличные и экспортирующими их, являются Алтайский и Красноярский края, Омская и Новосибирская области. В результате, Сибирь обеспечивает 35 % всего экспорта семян рапса из РФ и 31 % экспорта масличного льна.

Ситуационный и портфельный анализ агроэкспорта СФО показал, что продукция масложирового подкомплекса АПК СФО занимает особое место среди других товарных категорий, имеет устойчивую рыночную позицию и в стратегической перспективе может обеспечить стабильную доходность макрорегиону. Целевое видение масложирового подкомплекса АПК СФО в долгосрочной перспективе в рамках Стратегии роста агроэкспорта округа стать одним из макрорегионов-лидеров развития экологизированного производства продукции масложирового подкомплекса АПК РФ, обеспечивающего продовольственную безопасность страны, трансформирующегося от производства масличного

сырья к производству и выводу на внутренний и внешние рынки уникальной, качественной и безопасной масложировой продукции [1-5].

По данным ФТС, за анализируемый период с 2019 г. по 2021 г. экспорт масложировой продукции СФО увеличился на 90 млн долл. США в стоимостном объеме и сократился на 115 тыс. тонн в физическом и в 2021 году составил 346,9 млн долл. США и 459 тыс. тонн соответственно. Среди регионов лидеров СФО, которые вносили существенный вклад в объём экспортной выручки от реализации масложировой продукции Алтайский край, Новосибирская и Омская области (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика экспорта масложировой продукции* субъектов СФО 2019-2021 гг., млн долл США

| Субъект СФО | 2019 г. | | 2020 г. | | 2021 г. | | 2021 г. к 2019 г. |
|----------------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------------------|
| | млн долл | % | млн долл | % | млн долл | % | млн долл |
| Алтайский край | 115,8 | 45,1 | 153,3 | 36,5 | 130,7 | 37,7 | 14,9 |
| Красноярский край | 13,2 | 5,1 | 31,3 | 7,5 | 4,9 | 1,4 | -8,4 |
| Иркутская область | 16,7 | 6,5 | 22,4 | 5,3 | 15,1 | 4,4 | -1,6 |
| Кемеровская об- ласть | 3,4 | 1,3 | 14,8 | 3,5 | 4,1 | 1,2 | 0,7 |
| Новосибирская об- ласть | 38,2 | 14,9 | 91,9 | 21,9 | 81,9 | 23,6 | 43,7 |
| Омская область | 66,7 | 26,0 | 85,9 | 20,4 | 96,6 | 27,8 | 29,9 |
| Томская область | 2,5 | 1,0 | 18,4 | 4,4 | 9,7 | 2,8 | 7,2 |
| Республика Алтай | 0,2 | 0,1 | 0,8 | 0,2 | 3,2 | 0,9 | 3,0 |
| Республика Хакас- сия | - | - | 1,4 | 0,3 | 0,7 | 0,2 | 0,7 |
| Республика Тыва | - | - | - | - | - | - | 0,0 |
| ИТОГО: | 256,9 | 100 | 420,2 | 100 | 346,9 | 100 | 90,0 |

*ТН ВЭД (1201, 1204-1207, 1507, 1512, 1514, 1517, 2304)

Товарная номенклатура масложировой продукции регионов СФО включала масличные культуры и продукты их переработки. Основные экспортные направления поставок масложировой продукции регионов СФО – это страны Азии, СНГ, отдельные Европейские страны.

В целом, анализ стабильности спроса показал, что масложировая продукция регионов СФО на внешних рынках не имеет устойчивого спроса и большинство анализируемых ТН ВЭД входят в категорию товаров с изменчивым объемом продаж. При этом динамика мирового импорта масличных культур, продуктов их переработки и масложировой продукции в целом демонстрировала стабильность объемов импортных поставок. Структура мирового импорта продуктов масложирового подкомплекса претерпевала изменения, но демонстрирует отчетливую тенденцию к росту

спроса на готовую масложировую продукцию. Ситуацию в СФО можно объяснить нереализуемой региональными сельскохозяйственными товаропроизводителями стратегии охвата внешних рынков и как следствие отсутствие долгосрочных контрактов с зарубежными партнерами на реализацию масложировой продукции [6]. Существенной проблемой является консолидация грузов масложировой продукции субъектами АПК, которая выражается в формировании партий продукции меньшего объема чем требуется для разовой поставки, а также в обеспечении регулярной доставки продукции заказчику на целевой рынок.

В целях формирования устойчивости и масштабирования поставок готовой масложировой продукции с добавленной стоимостью требуется объединение усилий субъектов АПК СФО. В рамках кластерного подхода предлагается создание экспортно-ориентированного субкластера масложирового подкомплекса АПК Сибири. Выбор кластерного подхода обусловлен стратегической повесткой развития Сибири до 2030 г., где особая роль отведена АПК. Среди факторов, способствующих развитию экспортно-ориентированного субкластера масложирового подкомплекса АПК в СФО могут стать ежегодный рост производства масличных культур и резервы по увеличению посевных площадей, дозагрузка имеющихся производственных мощностей масложировой промышленности и планы по вводу новых в соответствии реализуемыми инвестиционным проектами, а также открытость макрорегиона для доступа на рынок Китая – крупнейшего импортера масложировой продукции РФ [7].

Используя метод АБС-анализ определены регионы СФО, приносящие наибольший вклад в объем экспортной выручки от реализации масложировой продукции. Субъекты СФО классифицированы в рамках субкластера масложирового подкомплекса АПК в категориях производственные, сырьевые, перспективные центры (рис. 1).

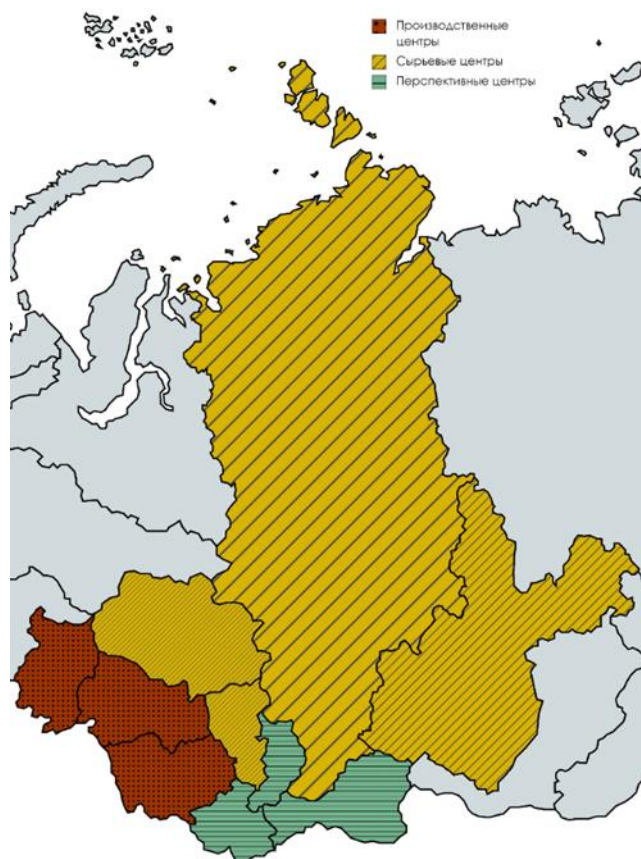


Рисунок 1 – Состав субкластера масложирового подкомплекса АПК Сибири

На рисунке 1 представлены центры субкластера масложирового подкомплекса АПК Сибири: производственный (Алтайский край, Новосибирская и Омская области), сырьевой (Красноярский край, Иркутская, Кемеровская, Томская области), перспективный (республики Хакассия, Алтай, Тыва). При определении категории региона СФО в субкластере учитывались динамика уже экспортируемой масложировой продукции, валовые сборы масличных культур и уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций масложировой промышленности. Перспективные центры обозначены исходя из будущей их специализации в категориях сырьевые или производственные. На текущий момент доля таких регионов в экспортной выручке не велика и идет определение их вклада в развитие масложировой подотрасли АПК СФО.

Для дальнейшего развития масложирового подкомплекса АПК Сибири и повышения конкурентоспособности масложировой продукции необходимы создание комплексной стратегии развития агроэкспорта макрорегиона исходя из хозяйственной специфики, географического положения и конкурентных преимуществ АПК регионов СФО, а также формирование соответствующих механизмов ее реализации. В качестве организационно-экономического механизма может выступать экспортно-ориентированный субкластер масложирового подкомплекса АПК СФО, который может стать инструментом трансформации отношений его

участников для реализации поставленных стратегических задач, которые труднореализуемы в отсутствии условий интеграции. Объединение и взаимодействие участников субкластера позволит эффективнее использовать резервы АПК регионов округа и создавать новые источники экономического роста территорий Сибири.

Список литературы

1. Стадник, А. Т. Развитие пищевых и перерабатывающих производств в регионе: перспективные направления / А. Т. Стадник, С. А. Шелковников, Э. М. Лубкова, Г. С. Ермолаева // Экономика сельского хозяйства России. – 2022. – № 3. – С. 32-39.
2. Колесняк, А. А. Инструменты адаптированного управления аграрным предприятием в новых условиях / А. А. Колесняк, Н. М. Полянская // Парадигма устойчивого развития агропромышленного комплекса в условиях современных реалий: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию создания ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2022. – С. 132-134.
3. Самохвалова, А. А. Концепция управления АПК региона на инновационной основе / Самохвалова А. А. // Продовольственная политика и безопасность. – 2022. – Т. 9, № 1. – С. 79-92.
4. Рудой, Е. В. Улучшение качества питания жителей Сибири путем производства биологизированных функциональных продуктов / Рудой Е. В., Петухова М. С., Лаврищев И. Е. // Достижения науки и техники АПК. – 2022. – Т. 36, № 11. – С. 86-90.
5. Лубкова, Э. М. Стратегические приоритеты развития пищевых и перерабатывающих производств в промышленных регионах / Э. М. Лубкова, Г. С. Ермолаева // Теория и практика стратегирования: Сборник избранных научных статей и материалов V Международной научно-практической конференции, Кемерово-Новокузнецк-Мариинск-Москва. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. – С. 98-106.
6. Чепелева, К. В. Возможности и перспективы Сибирского федерального округа в международной торговле продукцией АПК / К. В. Чепелева, С. А. Шелковников // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2022. – № 4. – С. 22-30.
7. Чепелева, К. В. Экономическая эффективность и перспективы развития масличного производства в Красноярском крае / К. В. Чепелева, С. А. Шелковников, Л. А. Овсянко // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2023. – № 1. – С. 16-25.

Шахрай Елизавета Владимировна, студент гр. МУБ-201
Научный руководитель – Зубова Анастасия Васильевна, преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И ФОРМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

На сегодняшний день, динамичность социальных изменений в обществе увеличивается вместе с интенсивностью современной жизни и развитием информационных технологий, а проблема прогнозирования дальнейшего развития социально-экономических тенденции становится особенно острой.

Управленцы должны уметь просчитывать большое количество сценариев и принимать на их основе эффективные решения с учетом постоянно растущих факторов. Отсюда возникает необходимость в поиске и применении наиболее профессиональных методов принятия управленческих решений.

Основываясь на принципе «взаимного влияния рыночной структуры», действия предприятий, эффективности функционирования рынка, государственного и международного регулирования отраслевых рынков, институтов гражданского общества цели, миссии и инструменты регулирования отраслевых рынков получают теоретическое обоснование.

В первую очередь необходимо дать определение понятию отраслевой рынок. **Отраслевой рынок** – рынок, в котором сосуществуют и взаимодействуют целая совокупность предприятий, которые конкурируют за место на рынке, и выпускающих наиболее схожую продукцию по потребительскому назначению, затрачивая при этом различного рода ресурсы.

Стратегия регулирования отраслевых рынков – это процесс, при котором государство или другие регулирующие органы принимают меры для контроля и управления экономической деятельностью в определенной отрасли. Целью регулирования является обеспечение справедливой конкуренции, защита интересов потребителей и обеспечение стабильности отрасли [1].

Такая стратегия по совершенствованию производственного процесса должна приводить к повышению производительности труда у отдельных хозяйствующих субъектов и всеобщей результативности отраслевого рынка.

Для решения подобной задачи стоит взять во внимание инструментарий стимулирования инноваций – государство может предоставлять финансовую поддержку и стимулы для развития инноваций в отрасли. Примерами могут являться [1]:

- поиск актуальных, ведущих областей на мировых аренах и региональных рынках товаров и технологий;
- инвестирование в инновационные идеи;

– внесение изменений в области регистрации патентов, лицензий и иных исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности;

– налоговые льготы или субсидии для исследований и разработок или государственные гранты.

Помимо всех существующих инновационных элементов процесс регулирования отраслевых рынков подразумевает традиционные устремления регулирующего воздействия, такие как, антимонопольные и конкурентные [1].

Главенствующая миссия данных направлений – обеспечение на отраслевом рынке условий совершенной конкуренции между хозяйствующими субъектами.

Антимонопольное регулирование – направление регулирования, которое направлено на предотвращение монополистической деятельности и снижение негативного влияния монополий на рынок [1].

Стоит сказать, что антимонопольное регулирование включает контроль над слиянием и поглощениями, накладывает вето на злоупотребление доминирующим положением на рынке и применение санкций в случае нарушений антимонопольного законодательства.

Наиболее остро это могут ощущать структуры традиционных рынков и существующих в форме олигополии (малое число фирм и большое число покупателей) или те, что выделяются наличием естественной монополии (трудновоспроизводимые составляющие производства, нефть или редкие металлы) [1].

Нельзя не отметить, что в данном вопросе особую значимость представляет деятельность государственных структур. Государство оказывает непосредственное влияние на экономические отношения активно используя прямые и косвенные методы регулирования. Зачастую *прямые методы* государственного воздействия не содержат финансовых стимулов. Например, [2]:

– разработку стратегических целей развития экономики страны и их принятия, планирования с целью дальнейшей реализации в государственных планах и подпрограммах;

– составление государственных заказов и контрактов на поставку определенной продукции, выполнение работ, оказание услуг;

– государственную поддержку этих программ и заказов;

– юридически закрепленные нормативные требования сертификации качества продукции;

– составление реальных запретов о выпуске некоторых видов продукции.

Следует понимать, что государственные структуры могут требовать от предприятий получения лицензий для осуществления деятельности на отраслевом рынке. Лицензирование позволяет контролировать качество

продукции или услуг, а также обеспечивает соблюдение определенных стандартов и требований.

Косвенные методы государственного регулирования, как правило, оказывают непосредственно влияние на экономические интересы хозяйствующих субъектов, базируясь на товарно-денежные отношения [2].

Говоря иначе, госструктуры прибегают к «Фискальной политике». Государство может использовать налоговые меры для регулирования отраслевых рынков. К косвенным методам можно отнести следующие [2]:

- механизм налогообложения, предоставление налоговых льгот;
- объем платежей за используемые ресурсы;
- повышение налоговых ставок для снижения нежелательной активности на рынке;
- установление валютного курса и условий обмена валют;
- таможенное регулирование экспортно-импортных операций.

Регулирование отраслевых рынков требует баланса между поддержкой конкуренции и защитой общественных интересов.

В связи с этим, регулирование отраслевых рынков и влияние государства на это процесс играют важную роль в обеспечении справедливой конкуренции и развитии экономики. Эти меры позволяют создать условия для инноваций, роста производительности и улучшения общей результативности отраслевого рынка, не нарушая конкуренцию и защищая интересы потребителей.

Список литературы

1. Регулирование функционирования отраслевых рынков // Образовательный портал «Справочник». – Дата последнего обновления статьи: 04.04.2023. [сайт] URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/regulirovanie_funkcionirovaniya_otraslevykh_rynkov/ (дата обращения: 04.10.2023).
2. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / сост. Г.Х.Федюкова. – Ульяновск: УлГТУ. – 2018. – 86 с.

Школьникова Нина Николаевна, к.э.н., доцент
(ФГБОУ ВО СКГА, г. Черкесск)

Школьников Евгений Александрович, аспирант
Школьников Михаил Александрович, аспирант
(ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева», г. Саранск)

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ПОЛИТИКИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕКРЕАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОГО РЕГИОНА

Проблемы повышения конкурентоспособности региональных экономических систем в условиях обострения конкуренции территорий являются предметом особого внимания государственных органов власти.

Уровень конкурентоспособности региона характеризует его положение среди регионов – конкурентов с использованием системы индикаторов. Рост конкурентоспособности региона означает рост устойчивости его экономики [1].

Механизм государственного регулирования конкурентоспособности является одним из ключевых инструментов ускорения экономического развития страны. При этом, важно подчеркнуть, что региональный аспект приобретает все большую актуальность [2].

«Конкурентоспособность регионов России определяется множеством факторов, обусловленных природными, климатическими, ресурсными, культурными особенностями тех или иных территорий. Конкурентная позиция региона будет благоприятной, если отвечает таким качественным параметрам, как устойчивость, надежность, стабильность, привлекательность для инвесторов» [3].

Ценные преимущества повышения конкурентоспособности имеют регионы, обладающие рекреационным потенциалом. Развитие рекреации, как правило, рассматривается в качестве одного из условий стабилизации региональной экономики. Рекреационный потенциал является частью совокупного экономического потенциала региона. Конкурентоспособность региона означает способность экономики территории обеспечить высокий уровень и качество жизни населения, возможность реализовать имеющийся экономический потенциал с целью достижения устойчивого роста экономики региона. Однако развитие экономики, интенсивное использование рекреационных ресурсов негативно отражается на состоянии окружающей среды. При планировании и прогнозировании туристического потока необходимо учесть имеющуюся экологическую емкость данной территории как меру максимального техногенного воздействия. Превышение критических значений показателя приводит к нарушению экологического равновесия и деструктивным изменениям природной среды.

«Развитие экономики должно происходить без растущего давления на природную среду. Основную деятельность по защите окружающей среды несут региональные власти и предприятия-природопользователи» [4].

«Увеличение потока посетителей сказывается на экологическом состоянии природных систем, что вызывает необходимость в поиске факторов снижения антропогенной нагрузки» [5].

Главная цель обеспечения роста конкурентоспособности региона – повышение качества жизни населения. Риски ухудшения состояния окружающей среды в регионах с рекреационным профилем экономики из-за роста потока туристов должны быть компенсированы мобилизацией средств на проведение природоохранных мероприятий с целью улучшения экологической обстановки. Это мероприятия, направленные на улучшение экологической обстановки (установки очистных сооружений, систем

утилизации отходов, создание природных парков и т.д.), а значит, на улучшение качества окружающей среды и жизни населения.

Актуальной проблемой природосбережения на сегодняшний день является вопрос поиска финансовых средств и механизмов для создания и устойчивого функционирования природоохранных и рекреационных территорий. Современная практика государственного финансирования природоохранных мероприятий предполагает участие в этом процессе бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ.

Основными приоритетами и целями государственной политики в сфере охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности являются решение социально-экономических задач, обеспечивающих рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды для комфортного проживания населения.

Северо-Кавказский федеральный округ обладает исключительными конкурентными преимуществами: природно-климатические условия, трансграничное положение, международные транспортные маршруты, энергоизбыточность, высокая плотность населения и пр.

Наличие уникальных рекреационных ресурсов в каждом из субъектов СКФО значительно повышает возможности роста конкурентоспособности экономики за счет развития туристической сферы. Однако следует иметь в виду, что интенсивное использование рекреационного потенциала требует помимо прочих затрат значительного увеличения расходов на сохранение окружающей среды принимающего региона. Важно обеспечить эффективное сочетание двух типов природопользования: природоохранного и рекреационного, что позволит снизить остроту экологической ситуации и сохранить от истощения и деградации природный и культурный потенциал территории.

Наличие высококонкурентных рекреационных ресурсов в регионах Северо-Кавказского федерального округа вызывает потребность увеличения объемов финансирования природоохранных мероприятий.

Затраты на природоохранную деятельность по регионам Северного Кавказа за период с 2019 по 2021 гг. представлены в таблице 1. В целом, по Северо-Кавказскому федеральному округу расходы возросли на 2,2 млрд руб., или на 21,4 %. Экономическая обстановка в стране в 2020 г. была осложнена вспышкой коронавирусной инфекции, что вызвало вынужденное отвлечение финансовых ресурсов из бюджета на поддержку организаций и населения. Очевидно, в связи с этим, общая сумма средств, направленных на охрану окружающей среды по СКФО в 2020г. была на уровне 2019 г. В разрезе регионов величина средств, выделяемых на природоохранные мероприятия, колеблется. Лидирует Ставропольский край, который является наиболее привлекательным для сотен тысяч рекреантов, прибывающих на курорты Кавказских Минеральных Вод для оздоровительных и туристических целей. Поэтому, объем расходов на сохранение природной среды по Ставропольскому краю кратно превышает аналогичные затраты по остальным субъектам СКФО и составляет в 2021 г. 5,8 млрд

руб., то есть, около 50 % общих затрат по округу. Большой интерес вызывают у туристов рекреационные комплексы Республики Северная Осетия – Алания, Карачаево-Черкесской Республики, Кабардино-Балкарской Республики. Развиваются туристические отрасли прочих субъектов СКФО. Возрастание антропогенной нагрузки требует увеличения расходов на компенсацию нанесенного ущерба. Исчерпаемость рекреационных ресурсов определяется порогом нагрузки на них, выше которого ресурсы либо существенно меняются в сторону меньшей привлекательности, либо деградируют.

Таблица 1 – Расходы на охрану окружающей среды по регионам Северо – Кавказского федерального округа [6]

| Субъекты СКФО | Сумма, млн руб. | | | Прирост (уменьшение) за 2021 к 2019 гг., (+,-) | |
|---|-----------------|-------|-------|--|--------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | млн. р. | % |
| | | | | | |
| Республика Дагестан | 558 | 803 | 572 | +14 | +2,5 |
| Республика Ингушетия | 449 | 63 | 581 | +132 | +29,4 |
| Кабардино-Балкарская Республика | 417 | 623 | 926 | +509 | +122,1 |
| Карачаево-Черкесская Республика | 608 | 743 | 812 | +204 | +33,6 |
| Республика Северная Осетия – Алания | 1816 | 1047 | 2699 | +883 | +48,6 |
| Чеченская Республика | 973 | 1130 | 894 | -79 | -8,1 |
| Ставропольский край | 5282 | 5805 | 5775 | +493 | +9,3 |
| Северо-Кавказский федеральный округ-всего | 10103 | 10215 | 12260 | +2157 | +21,4 |

Распределение расходов на природоохранную деятельность в разрезе федеральных округов РФ показано на рисунке 1.

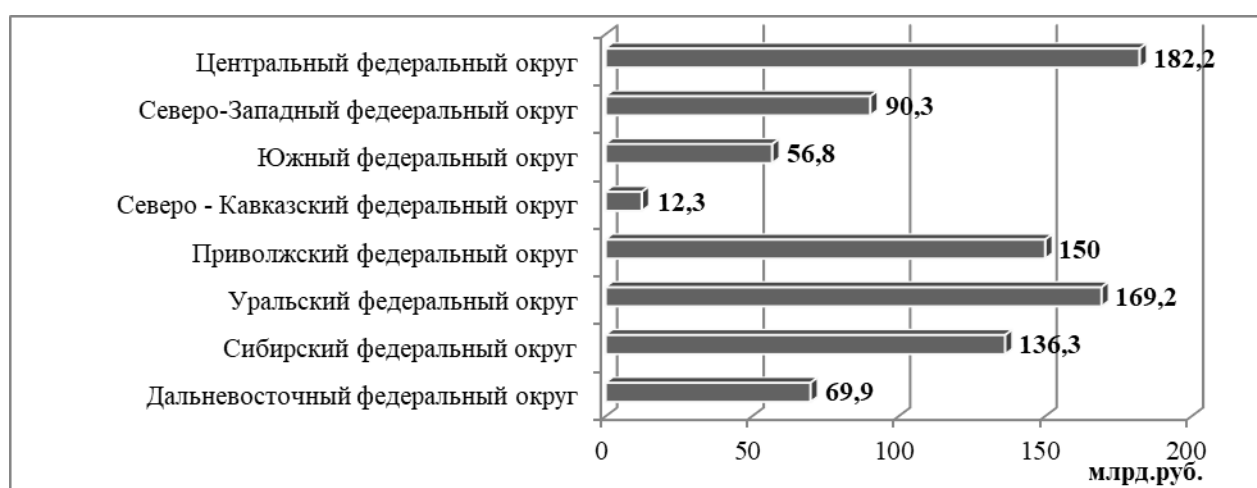


Рисунок 1 – Расходы на охрану окружающей среды по федеральным округам Российской Федерации в 2021 г. [6]

Неравномерность определяется численностью населения, площадью территории, наличием рекреационных объектов и прочими

факторами. При этом, в субъекты Центрального федерального округа в 2021 г. была направлена максимальная сумма (182,2 млрд руб.), а в субъекты Северо-Кавказского федерального округа – минимальная (12,3 млрд руб.). Однако, по всей видимости, масштабы притока рекреантов в регионы Северного Кавказа требуют увеличения бюджетных и внебюджетных расходов на сохранность уникальных природных ресурсов макрорегиона.

Современное состояние рекреационных ресурсов пока не отвечает требованиям их эффективного использования. Основной причиной является сохраняющаяся тенденция ограничения финансовых поступлений на природоохранную деятельность. Кроме того, осуществляемый в настоящее время контроль за качеством окружающей природной среды и эксплуатацией природных и рекреационных ресурсов недостаточно эффективен. В целях совершенствования природоохранной деятельности с 2019 года реализуется Федеральный проект «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма», в рамках которого проводятся мероприятия по реализации «государственной политики, направленной на защиту и воспроизводство природно-экологического потенциала Российской Федерации, повышение уровня экологического образования и экологической культуры граждан» [8].

Очевидно, «механизм рационального природопользования (который отвечает не только за эффективное использование природных ресурсов, но и за минимизацию негативного воздействия на окружающую среду в регионе) нуждается в реформировании» [7]. Необходим тщательный подход к вопросу нормирования воздействия на окружающую среду, своевременная индексация ставок природоохранных платежей и пр.

Развитие туризма в рекреационно ориентированных регионах способствует увеличению доходов бюджета, ослабляет проблемы занятости, оказывает мультипликативный эффект на развитие сопряженных отраслей, стимулирует активизацию природоохранной деятельности и, в конечном итоге, приводит к росту конкурентоспособности территории и повышению качества жизни населения.

Список литературы

1. Чернявская, С. А. Теоретическое исследование и анализ конкурентоспособности в региональной экономике / С. А. Чернявская, Н. И. Потебняк, Д. А. Архипов // Восточно-европейский научный журнал. – 2018. – № 4-3 (32). – С. 38-42.
2. Голованова, Л. А. Оценка конкурентоспособности региона в контексте её регулирования / Л. А. Голованова // Вестник ТОГУ. – 2022. – № 3 (66). – С. 87-98.

3. Кострова А. А. Повышение конкурентоспособности как фактор экономического развития регионов / А. А. Кострова // Вестник Тверского государственного университета. – 2019. – № 2. – С. 266-275.
4. Анализ эколого-экономического состояния региона: проблемы и перспективы развития / В. А. Губачев, В. Н. Чумакова, Д. В. Лайко Д.В. [и др.] // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 8-2. – С.106-112.
5. Радыгина, Е. Г. Экономические аспекты снижения антропогенной нагрузки на особо охраняемые природные территории / Е. Г. Радыгина, В. Г. Благодатских // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 8. – С. 2193-2208.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2022: Стат. сб. / Росстат. – М., 2022. – 1122 с.
7. Кузнецов, А. П. Проблемы эффективности финансирования в области охраны окружающей среды региона / А. П. Кузнецов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 10 (41). – С. 48-52.
8. Федеральный проект «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» https://www.mnr.gov.ru/activity/np_ecology/federalnyy-proekt-sokhranenie-biologicheskogo-raznoobraziya-i-razvitie-ekologicheskogo-turizma/?ysclid=lmovxh94mg523541179

Шор Инна Михайловна, доцент кафедры финансов,
учета и экономической безопасности, к.э.н., доцент
(ВолГУ, г. Волгоград)

ОСОБЕННОСТИ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Волгоградская область входит в Южный федеральный округ Российской Федерации. В ее составе 1494 населенных пункта, в том числе 6 городов областного подчинения, 13 городов районного подчинения, 17 рабочих поселков и 1458 сельских населенных пунктов [1]. Регион имеет высокий научный, промышленный и сельскохозяйственный потенциал, необходимый для достижения поставленных целей и задач социально-экономического развития. Одно из ключевых мест в раскрытии этого потенциала и инфраструктурном обеспечении развития региона в целом занимает государственно-частное партнерство (далее – ГЧП). Благодаря применению этого инструмента региональной экономической политики за 2011-2023 годы в регионе было реализовано двадцать три общественно значимых проектов, из которых девятнадцать проектов были заключены в форме классического ГЧП, а оставшиеся четыре проекта в форме квази-ГЧП. При исследовании отраслевой структуры классических проектов ГЧП видно лидирующие позиции сферы жилищно-коммунального хозяйства и городской среды как в количественном, так и денежном выражении – 53 % и 96 % соответственно. Классические проекты ГЧП

также были реализованы в сферах городского и пригородного транспорта, здравоохранения, экологии и окружающей среды. Что касается проектов в форме квази-ГЧП отметим, что они представлены одним неклассическим концессионным соглашением в отношении городского транспорта и тремя специальными инвестиционными контрактами в промышленности.

Ведущая роль ГЧП в социально-экономическом развитии Волгоградской области закрепляется в различных региональных нормативно-правовых актах. В частности, в стратегии социально-экономического развития региона до 2030 года четко определена установка на применение ГЧП при реализации инвестиционных проектов [2]. ГЧП. В данном аспекте указано на необходимость создания, во-первых, институциональных условий для обеспечения экономического роста региона посредством государственной поддержки реализации концессионных соглашений, соглашений о ГЧП (муниципально-частном партнерстве, далее - МЧП) и контрактов жизненного цикла; а, во-вторых, Цифровой модели региона на основе заключения концессионного соглашения, соглашения о ГЧП (МЧП).

Поддержка ГЧП в Волгоградской области реализуется на трех уровнях: федеральном, региональном и местном. В отношении региональной поддержки отметим нацеленность региона как на совершенствование регионального законодательства в направлении обеспечения эффективного использования «фильтра ГЧП» и привлечения стратегических инвесторов, так и на создание для инвесторов благоприятных условий ведения бизнеса, в частности, посредством налогового регулирования, долевого финансирования инвестиционных проектов, предоставления государственных гарантий областного бюджета, снижения инфраструктурных ограничений. Отдельно подчеркнем, что частным партнерам проектов ГЧП предоставляются налоговые льготы (в частности, концессионерам в виде освобождения от налога на имущество организации и инвестиционного налогового вычета), земельные участки без торгов и льготы по аренде земельных участков. При этом региональные органы власти, принимая решение о поддержке проектов ГЧП, обращают внимание на их социальную, экономическую и экологическую эффективность, а также соответствие приоритетным направлениям инвестиционного развития региона, к которым относятся:

- внедрение ресурсосберегающих, энергосберегающих, природоохранных технологий;
- разработка и внедрение инновационных технологий;
- производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
- производство фармацевтической продукции;
- развитие транспортной инфраструктуры, промышленного, энергетического, агропромышленного, строительного комплексов;
- строительство новых объектов эксплуатации месторождений полезных ископаемых, их добыча и переработка;

– строительство объектов здравоохранения, рекреации, культуры, физической культуры и спорта, социального обслуживания, жилищного строительства, коммунальной инфраструктуры и инженерных сетей в муниципальных образованиях;

– строительство и реконструкция объектов дошкольного образования;

– строительство гостиниц категории «три звезды» и выше и реконструкция объектов капитального строительства для размещения гостиниц, соответствующих категории «три звезды» и выше [3].

Непосредственное участие во взаимодействии с частными партнерами проектов ГЧП принимают Инвестиционный комитет Волгоградской области и Агентство развития Волгоградской области, функции которого осуществляет акционерное общество «Корпорация развития Волгоградской области». Комитет экономической политики и развития Волгоградской области является органом исполнительной власти Волгоградской области, полномочия которого связаны с реализацией проектов ГЧП, в случае если публичным партнером является Волгоградская область [4]. Также в регионе утверждены перечень органов власти и организаций, ответственных за сопровождение проектов ГЧП с указанием ответственных сотрудников, предоставляющих консультации потенциальным инвесторам о возможностях их участия в проектах ГЧП на региональном и муниципальных уровнях, и Порядок межведомственного взаимодействия при разработке и рассмотрении предложений о реализации проекта ГЧП, принятия решения о реализации проекта ГЧП и осуществления мониторинга реализации соглашений о ГЧП [5].

Резюмируя вышесказанное, подчеркнем, что от своевременности и качества оказания поддержки ГЧП во многом зависит уровень привлечения частных инвестиций в регион. При этом крайне важно с помощью такой поддержки, с одной стороны, снимать имеющиеся барьеры в развитии ГЧП и предотвращать возникновения новых, а, с другой стороны, формировать и постоянно поддерживать долгосрочный спрос региональных органов власти на создаваемые частными партнерами инвестиционные объекты.

Список литературы

1. Административно-территориальное деление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.volgograd.ru/volgogradskaya-oblast/administrativno-territorialnoe-delenie.php>.
2. Закон Волгоградской области «О стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2030 года» [Электронный ресурс].
3. Закон Волгоградской области от 02 марта 2010 г. № 2010-ОД «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Волгоградской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/895240642>.

4. Постановление от 27 июня 2016 г. № 329-п «Об определении уполномоченного органа исполнительной власти Волгоградской области в сфере государственно-частного партнерства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://investvolga.volgograd.ru/upload/iblock/e71/329_upolnomochennyy-organ.docx.

5. Постановление Администрации Волгоградской области от 22.01.2018 г. № 21-п «О порядке межведомственного взаимодействия при разработке и рассмотрении предложений о реализации проекта государственно-частного партнерства, принятия решения о реализации проекта государственно-частного партнерства и осуществления мониторинга реализации соглашений о государственно-частном партнерстве» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/3400201801240003>.

Шумилов Алексей Валерьевич, студент гр. ПЭМ-231
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ДЕКАРБОНИЗАЦИЯ И КОНКУРЕНЦИЯ: О СПРАВЕДЛИВОСТИ ПРАВИЛ

Сегодня в мире главным источником CO₂ считают уголь: в процессах добычи, транспортировки и в непосредственном сжигании. Европейский союз следует курсу постепенного отказа от угля, принуждая всеми доступными мерами присоединиться к нему остальные страны. Например, «Придумывается какая-то угроза глобального масштаба, в данном случае климатическая, и начинает отстаиваться. Те, кто с ней не согласен, облагаются дополнительной нагрузкой», – отмечает ведущий аналитик Фонда национальной энергетической безопасности Игорь Юшков. Такая нагрузка может быть в виде введения в перспективе странами Евросоюза трансграничного углеродного регулирования для достижения к 2060 году углеродной нейтральности. А к 2100 году прогнозируется, что угля в мировой энергетике не будет [2].

Но это неопределенное будущее, в современных же геополитических условиях декарбонизацию эксперты рассматривают как инструмент конкурентной борьбы против российских компаний. В рамках сложившейся модели рынка «ни России, ни другим странам СНГ декарбонизация невыгодна, особенно на этапе постковидного восстановления экономик и такого долгожданного роста цен на сырьевые товары». По признанию авторов обзора [6], «можно говорить о несправедливых правилах конкуренции». Но тогда решение проблемы декарбонизации в аспекте конкуренции является по сути одним из вариантов решения дилеммы «справедливость или эффективность». Очевидно, что без участия государства компании с этим не справятся [3]. Принцип, в соответствии с которым задача и цель государ-

ства – защитить свободу своих граждан, их интересы, содержится в гуманистическом понимании справедливости К. Поппером [8].

Российскую экономику в целом ожидает сложная ситуация в условиях нахождения между признанием декларируемых глобальных принципов экологической, социальной ответственности и реалиями углеродоемкой экономики ее ресурсодобывающих регионов-экспортеров. Влияние карбонового фактора в каждом из регионов определяется структурой и масштабами его экономики. Кузбасс как промышленно развитый регион с преобладанием в экономической структуре таких секторов, как топливно-энергетический комплекс, металлургия, химия, формирующих основную часть экспорта, попадает в большую зависимость от декарбонизации. Доля угольной отрасли в экономике региона составляет около 26 %, по-прежнему занимая первое место. Эксперты оценивают, как высокую, степень зависимости Кемеровской области от процессов декарбонизации, достигающую 60-70 % [4].

Помимо давления прочих обстоятельств, которые здесь не рассматриваются, угольная отрасль региона теряет свою конкурентоспособность из-за Парижского соглашения и курса на декарбонизацию [7]. Используется, как известно и политическое давление. Так, с одной стороны, на уровень добычи кузбасского угля повлияют санкции на импорт угля из России, а с другой, санкции на поставки в Россию оборудования для добычи и обогащения угля. В 2014–2022 годах зависимость российской угольной промышленности от импорта оборудования увеличивалась: доля импортного оборудования для добычи и карьерной перевозки угля достигла 80–85 %. [1], что требует более энергичного, ускоренного импортозамещения.

При таких обстоятельствах у региона есть альтернатива: выпасть из мировой декарбоновой трансформации или влиться в этот процесс со всеми его ограничениями. В первом варианте, с учетом введения в перспективе странами Евросоюза трансграничного углеводородного регулирования, необходимостью становится переход на экологически чистые технологии производства товаров и услуг. Это потребует диверсификации всей региональной экономической системы.

Угольный Кузбасс, как и Россия, может снизить свою зависимость от импорта только путем проведения продуманной, эффективной политики технологического и когнитивного суверенитета, основанной на честной конкуренции и инновациях, при императиве соответствующего профессионального образования и последующего корпоративного обучения.

Развитие честной конкуренции как минимум сократит масштабы оттока квалифицированных работников, а как максимум привлечет профессионалов из других регионов и из-за рубежа. Это создаст стимулы для инноваций и инвестиций. Проведение активной политики декарбонизации в России при условии справедливой с политической, моральной и экономической точек зрения конкуренции позволит занять ниши рынка низкоуглеродных товаров в ряде регионов мира, получив доступ к обеспечению современным оборудованием для их производства.

Справедливость конкуренции представляет не только категорию экономики, права, политики, но и социальности, а значит, нравственности и гуманности, так как предполагает равенство всех людей в перечисленных областях. Формальные экономические правила лишь описывают обстоятельства, в которых могут оказаться работники предприятий угольной отрасли. Для использования творческого потенциала этих людей в конкуренции эффективно работающая рыночная экономика должна опираться на «хорошо продуманную систему законов» [9].

Вместе с тем идея справедливости входит в разряд этических проблем, привлекать к решению которых будущих работников необходимо уже в процессе образования [5].

Таким образом, конкуренция как важный элемент рыночной системы функционирует более эффективно и продуктивно, если имеет для этого соответствующий этический фундамент. Без него создать идеальную модель гармонизации конкуренции и декарбонизации, рационального совмещения справедливости права и несправедливости правил, не получится.

Список литературы

1. Башмаков, И. ЦЭНЭФ-XXI. Внешняя торговля, экономический рост и декарбонизация в России. Долгосрочные перспективы. Москва, апрель 2023 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cenef-xxi.ru/uploads/RUS_Vneshnyaya_torgovlya_ekonomicheskij_rost_Perspektivy_463a2412c5.pdf. – [05.10.2023].
2. Боярский, А. Кузбасс в разрезе: как живет угольная Россия, где пока еще делают бизнес миллиардеры // Forbes. 5 мая 2023 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/488213-kuzbass-v-razreze-kak-zivet-ugol-naa-rossia-gde-poka-ese-delaut-biznes-milliardery>. – [05.10.2023].
3. Волобуев, А., Катков, М., Подлинова, А. Декарбонизация как инструмент конкурентной борьбы против российских компаний // Ведомости. 15 июня 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2021/06/14/874114-dekarbonizatsiya-posluzhit>. – [05.10.2023].
4. Гайнанов, Д. А. Типологизация региональных систем России в связи с процессами декарбонизации экономики / Д. А. Гайнанов, Р. Ф. Гатауллин, Р. Г. Сафиуллин // Экономика региона. – 2023. – Т. 19. – № 1. – С. 29-44.
5. Жернов, Е. Е. Этические проблемы цифровизации образования / Е. Е. Жернов, Д. Г. Кочергин // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 4. – С. 64-70.
6. Нефтегазовая отрасль СНГ и глобальная климатическая повестка // Ernst & Young. 9 июня 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ey.com/ru_kz/oil-gas/cis-oil-gas-industry-and-global-climate-agenda. – [05.10.2023].

7. Осокина, Н. В. Проблемы адаптации угольной отрасли России в перспективе декарбонизации мировой экономики / Н. В. Осокина, Е. Е. Жернов // Уголь. – 2023. – № 7. – С. 20–24.
8. Поппер, К. Открытое общество и его враги. Т. 1. – Москва: Феникс, 1992. – 448 с.
9. Хайек, Ф. А. Дорога к рабству. – Москва: Новое издательство, 2005. – 264 с.

Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ И АНАЛИЗА РЫНКОВ В ПОДГОТОВКЕ ЭКОНОМИСТОВ В ВУЗЕ

Развитие современных рынков актуализирует вопросы совершенствования конкурентных стратегий предприятий на основе постоянного мониторинга быстроменяющейся рыночной среды. Перед предприятиями стоит задача реализации конкурентных стратегий с учетом соблюдения основных требований государственного антимонопольного законодательства. Хозяйственная практика требует подготовки профессионалов, в т.ч. руководителей предприятий, обладающих компетенциями, позволяющими им проводить анализ экономических данных, оценивать их полноту, определять рыночные тенденции, разрабатывать конкурентные стратегии предприятий [1], осознанно придерживаться принципов комплаентного поведения в сфере применения государственных антимонопольных норм [2]. Обучение экономистов, ориентированное на хозяйственную практику, выражается в формировании их профессиональных компетенций в процессе изучения экономических дисциплин непосредственно связанных с деятельностью предприятий. В соответствии с Профстандартом: 08.043 «Экономист предприятия», экономист должен уметь разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, а также меры по обеспечению конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Включение учебной дисциплины «Конкурентная стратегия предприятия и анализ рынков» в учебный план бакалавриата по направлению 38.03.01 Экономика для профиля «Экономика предприятий и организаций» в КузГТУ позволяет обучающимся овладеть методологией системного подхода к выявлению и анализу проблем рыночной конкуренции и монополии; выработать навыки разработки конкурентной стратегии предприятия; усвоить основные положения и принципы антимонопольного законодательства на примерах зарубежной и отечественной практики. Изучение теоретического лекционного материала закрепляется обучающимися при выполнении заданий на практических занятиях, а также в процессе самостоятельной внеаудиторной работы и написания курсовой работы. Обучающиеся выбирают темы курсовых работ из предлагаемого их перечня тем,

содержащегося в рабочей программе и отражающего актуальные проблемы развития современных рынков Учебная дисциплина «Конкурентная стратегия предприятия и анализ рынков» рассчитана на два семестра, формой промежуточной аттестации в конце первой части изучения дисциплины является зачет, второй части – экзамен.

Учебный курс, разработанный автором, включает пять основных разделов (каждый раздел состоит из двух – трех тем):

1. Теория конкуренции и развитие конкурентного анализа.
2. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества предприятия.
3. Анализ рынка и деятельности конкурентов.
4. Разработка и реализация стратегии конкуренции.
5. Роль социальной ответственности и государства в формировании конкурентной стратегии предприятия.

Теоретическая часть первой темы «Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию и конкурентную стратегию предприятия» содержит материал, раскрывающий многообразие теоретических взглядов на конкуренцию и монополию, основные концепции конкурентных стратегий предприятий, разработанные зарубежными и российскими учеными на сегодняшний день. Вторая тема первого раздела «Конкурентный анализ и диагностика конкурентной среды предприятия» включает изучение внутренней и внешней среды предприятия, а также методологию (SWOT-анализ, PEST-анализ, модель М. Портера, сценарное планирование) и основные этапы мониторинга конкурентной среды предприятия. Диагностику факторов формирования конкурентной среды обучающимся рекомендуется проводить с учетом оценки: политики государственного регулирования конкуренции; возможности появления новых конкурентов; угрозы со стороны товаров-заменителей; типов рыночных структур; характера влияния потребителей и поставщиков продукции на интенсивность отраслевой (рыночной) конкуренции. Темы второго раздела посвящены управлению конкурентоспособностью предприятия и ее оценке, формированию конкурентных преимуществ предприятия с точки зрения ресурсного и технологического подхода, многообразию критериев их классификации и видов.

Для изучения тем третьего раздела «Анализ рынка и деятельности конкурентов» обучающимся предлагается методологический и фактический материал из практики ФАС России и Кемеровского УФАС., в т.ч. методика проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденная приказом ФАС от 28 апреля 2010 г. № 220) с учетом внесенных в нее изменений в последующие периоды, а также методика оценки конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации (приказ Минэкономразвития России от 11.03.2020 № 130). Как показывает опыт преподавания автором данной учебной дисциплины, особую практическую значимость для выработки обучающимися навыков и умений анализа рынков имеет расчет показателей, характеризующих уровень концентрации товарных рынков. Обучающиеся приоритетно приобретают навыки оценки уровня концентрации товарных рынков на основе расчета показателей: индекса

Герфиндаля-Гиршмана (ИН) и индекса рыночной концентрации, показывающего, например, долю трех крупнейших предприятий на товарном рынке (CR_3). Эти показатели применяются в зарубежной и российской практике антимонопольных ведомств. В Докладе Кемеровского Управления ФАС обучающиеся могут ознакомиться с результатами оценки концентрации ряда товарных рынков в Кемеровской области – Кузбассе на основе индекса CR_3 [3].

При определении географических и продуктовых границ рынков отдельное внимание уделяется фактическим примерам применения методики расчета «Теста гипотетического монополиста». Для закрепления теоретического материала обучающимся предлагается решить кейс-стади на примере зарубежных и российских компаний, в т.ч. разработанных автором и преподавателями Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ, с участием экспертов из корпоративного сектора российской экономики. Решение кейс-стади позволяет обучающимся овладеть методикой анализа деятельности конкурентов, проведения диагностики их целей и намерений. Обучающиеся на примере конкурентного предприятия формируют список его конкурентов, оценивают финансовую стабильность предприятий-конкурентов, строят конкурентную карту исследуемого рынка.

Четвертый раздел предполагает изучение основных стратегий рыночной конкуренции и принципов их выбора предприятиями. Это имеет важное значение для формирования конкурентных преимуществ участников рынков, например, за счет снижения себестоимости, дифференциации продукта, сегментирования рынка, внедрения нововведений, немедленного реагирования на потребности рынка. В пятом разделе выделены две темы: «Формирование социально-ориентированной модели конкурентной стратегии предприятия» и «Государственное регулирование конкуренции и антимонопольное законодательство». В рамках первой темы раскрывается содержание понятия «корпоративная социальная ответственность» бизнеса, определяется роль стейкхолдеров в деятельности предприятия, рассматривается государственно-частное партнерство как направление формирования социально-ориентированной модели конкурентной стратегии предприятия.

В процессе изучения темы «Государственное регулирование конкуренции и антимонопольное законодательство» рассматриваются этапы эволюции антимонопольного законодательства в нашей стране; основные статьи ФЗ Закона «О защите конкуренции»; дается характеристика монополистической деятельности как правонарушения. Обучающиеся выполняют задание суть которого состоит в том, что они должны найти и предоставить информацию для обсуждения в аудитории на практическом занятии о фактах нарушения антимонопольного законодательства. Им предлагается рассмотреть несколько практических дел (от 3 до 5) из практики Федеральной антимонопольной службой (ФАС России) или Кемеровского Управления ФАС, используя информацию официальных порталов.

Отметим, что в более широком аспекте учебная дисциплина «Конкурентная стратегия предприятия и анализ рынков» способствует расширению практики адвокатирования конкуренции ФАС РФ и антимонопольного комплаенса. Для общества важно, чтобы хозяйствующие субъекты осознавали выгоды конкуренции и ограничения, порождаемые монополиями, недобросовестной конкуренцией для всех участников рынков. Адвокатирование конкуренции направлено «на формирование благоприятной конкурентной среды для ведения экономической деятельности не за счет принудительных правовых норм, а путем расширения взаимодействия с другими государственными ведомствами, повышения информированности общественности о пользе конкуренции» [4]. Ряд авторов обосновывает важную роль антимонопольного комплаенса «для реализации принципов добросовестности и партнерства между хозяйствующими субъектами», а также между участниками рынков и антимонопольными органами [4]. Важно сформировать понимание обучающимися сути антимонопольного комплаенса на уровне предприятия (государственного учреждения) как механизма «снижения рисков нарушения антимонопольного законодательства и наступления вызванных такими нарушениями негативных последствий, а также создания дополнительных условий для самостоятельного заблаговременного предупреждения и выявления возможных нарушений антимонопольного законодательства» [5]. Таким образом в процессе преподавания указанной учебной дисциплины в прямой и опосредованной форме формируется понимание обучающимися как будущими сотрудниками предприятий и организаций, действующих на товарных рынках необходимости соблюдения норм конкурентного и антимонопольного законодательства.

Итак, в современных условиях подготовка экономистов в вузах требует более широкого включения в учебные планы бакалавриата специальных дисциплин, формирующих навыки исследования обучающимися проблем конкуренции и анализа рынков с целью адаптации конкурентных стратегий предприятий к меняющимся условиям. Это необходимо для будущей профессиональной деятельности экономистов и руководителей предприятий.

Список литературы

1. Шутько, Л. Г. Проблемы рыночной конкуренции, их роль и исследование в рамках компетентностного подхода подготовки экономистов / Л. Г. Шутько, О. А. Шипилова // Экономика образования. – 2013. – № 6 (79). – С. 69-76.
2. Шутько, Л. Г. Управление конкуренцией и механизмы саморегуляции в современной экономике России / Л. Г. Шутько // Конкуренция и монополия: Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 15–16 октября 2019 года. – Кемерово:

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 200-204.

3. Состояние и развитие конкуренции на товарных рынках Кемеровской области – Кузбасса по итогам 2022 года [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://plan.fas.gov.ru/media/ckeditor/uploads/2023/06/08/42_-2022-1.pdf / (дата обращения: 24.09.2023).

4. Состояние и развитие антимонопольного регулирования в Российской Федерации: монография/ под общей ред. А.В. Молчанова, Д.А. Петрова. Москва, Издательская группа «Юрист», 2021. – 300 с.

5. Антимонопольный комплаенс [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://fas.gov.ru/pages/antimonopolnyj-komplaens>(дата обращения: 24.09.2023).

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 |
| САХАРНЫЙ СГОВОР Н.Е. Кухарская (г. Кемерово) | 6 |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ С.А. Ашванян, А.В. Видякин (г. Кемерово) | 13 |
| САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ Н.В. Дмитриева, Е.А. Завьялова (г. Кемерово) | 18 |
| ОСОБЕННОСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ Т.Б. Иванова (г. Волгоград) | 22 |
| ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ООО «ЯНДЕКС» А.А. Абдукаюмов (г. Кемерово) | 26 |
| ПРЕСЕЧЕНИЕ АНТИКОНКУРЕНТНЫХ СОГЛАШЕНИЙ КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ О.И. Антонова, В.Ю. Цуканова (г. Кемерово) | 29 |
| ВЛИЯНИЕ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА НА ЭКОНОМИКУ И КОНКУРЕНЦИЮ В.А. Арешонкина, А.К. Штерн (г. Кемерово) | 32 |
| МЕРОПРИЯТИЯ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ И УСТРАНЕНИЮ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ А.Н. Баландин, А.С. Кабанов (г. Кемерово) | 35 |
| РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОБОСНОВАНИЮ И ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОЕКТА А.А. Бешенева (г. Новосибирск) | 39 |

| | |
|--|----|
| РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Н.И. Большаков, А.А. Пастушок (г. Кемерово)..... | 43 |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ Т.А. Бородина (г. Красноярск)..... | 47 |
| РАЗРАБОТКА МАТРИЦЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РАБОТ ПРОЕКТА ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Д.В. Бучинскис (г. Москва)..... | 52 |
| КОНКУРЕНТНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Д.Д. Быковский (г. Москва)..... | 55 |
| ТИПОЛОГИЯ ГОРОДСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ ЭКОНОМИКО- МАТЕМАТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ К.В. Востриков, Н.А. Вострикова (г. Кемерово)..... | 59 |
| ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «СОЮЗУПАК» К.Д. Геманова, Д.А. Вертячих, Л.Л. Закамская (г. Кемерово)..... | 64 |
| ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ОТКРЫТИЯ КОМПЬЮТЕРНОГО КЛУБА В ГОРОДЕ КЕМЕРОВО В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ К.Д. Геманова, А.Н. Малюгин (г. Кемерово)..... | 69 |
| ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ООО «ИНТЕРМЕТ ГРУПП» МЕТОДОМ «ЗОЛОТОГО ПРАВИЛА БИЗНЕСА» С.В. Данилюк (г. Кемерово)..... | 74 |
| ТЕХНОПАРКИ – НОВАЯ ФОРМА БИЗНЕС-АЛЬЯНСОВ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ А.А. Даценко (г. Москва)..... | 77 |
| АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕДИНЕННЫХ АРАБСКИХ ЭМИРАТОВ ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ А.В. Дегоян (г. Кемерово)..... | 80 |
| РИСКИ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА ДЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ А.В. Дегоян (г. Кемерово)..... | 85 |

| | |
|--|-----|
| ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ» Н.В. Дорожкина (г. Кемерово)..... | 89 |
| РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ» Н.В. Дорожкина (г. Кемерово)..... | 92 |
| РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ И.А. Дымова (г. Кемерово)..... | 98 |
| АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ Л.Л. Закамская, П.А. Куксова, А.Э. Янковская (г. Кемерово)..... | 102 |
| ВВЕДЕНИЕ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ КАК ФОРМА НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ Е.А. Иванова (г. Кемерово)..... | 107 |
| РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ И КОНКУРЕНЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИИ Е.А. Иванова (г. Кемерово)..... | 110 |
| МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ГОРМАШТЕХСЕРВИС» А.С. Кабанов, Д.С. Хачай (г. Кемерово)..... | 112 |
| МСФО КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ К.С. Касьянова (г. Кемерово)..... | 117 |
| КОНКУРЕНТНЫЙ КРАУДФАНДИНГ В ИСКУССТВЕ: ОСОБЕННОСТИ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ М.А. Качугин (г. Москва)..... | 120 |
| РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЕ РЕГИОНА И.В. Ковалева (г. Барнаул)..... | 124 |
| ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ Е.Н. Козлова (г. Кемерово)..... | 128 |
| ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК НАИБОЛЕЕ АКТУАЛЬНЫЙ СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ В УСЛОВИЯХ РОСТА ЦЕН Е.Н. Козлова (г. Кемерово)..... | 131 |

| | |
|---|-----|
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЯ АНАЛИЗА РИСКОВ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ Э.О. Колесов (г. Москва)..... | 134 |
| ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ П.А. Куксова, А.Э. Янковская (г. Кемерово)..... | 138 |
| ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА БАЗОВЫХ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ Т.В. Куракина (г. Кемерово)..... | 142 |
| ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ К.К. Малышева, В.В. Антропова (г. Кемерово)..... | 148 |
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ РАЗРАБОТКИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР М.С. Мантий, И.В. Лазарева (г. Кемерово)..... | 153 |
| КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В.С. Михайлов (г. Кемерово)..... | 155 |
| СРЕДНЕДУШЕВЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ ЖИЗНИ В СТРАНЕ И РЕГИОНЕ К.А. Никифоров (г. Кемерово)..... | 159 |
| РЫНОК ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ: СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ Ф.О. Опивалов (г. Кемерово)..... | 162 |
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ЗЛУПОТРЕБЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИМ ПРАВОМ Д.В. Пантюхина (г. Кемерово)..... | 166 |
| АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СПРАВЕДЛИВОЙ КОНКУРЕНЦИИ Е.В. Пестерева (г. Кемерово)..... | 168 |
| ФЕДЕРАЛЬНОЕ КАЗНАЧЕЙСТВО КАК ОРГАН ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Н.А. Помогалов (г. Кемерово)..... | 171 |
| МОНОПОЛИЯ И КОНКУРЕНЦИЯ В УГЛЕДОБЫВАЮЩЕЙ СФЕРЕ НА ТЕРРИТОРИИ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА З.А. Прокудина (г. Кемерово)..... | 173 |

| | |
|--|-----|
| ТЕХНОЛОГИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ А.К. Рудюк, Е.С. Метальникова (г. Кемерово)..... | 175 |
| МОНОПОЛИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ М.В. Сальваторе (г. Кемерово)..... | 179 |
| ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ СМЕТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОЕКТА Э.Ш. Сафиуллов (г. Москва)..... | 182 |
| ВЛИЯНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК М.А. Степанова (г. Кемерово)..... | 186 |
| ПОПУЛЯРНЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС WILDBERRIES, КАК ПРИМЕР НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В.А. Сытина, И.В. Шадрина, К.А. Иванова (г. Кемерово)..... | 191 |
| ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ООО «ТРЕСТ» Г. ЮРГА И.Н. Третьякова (г. Кемерово)..... | 195 |
| МЕТОДОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА ПРИМЕРЕ АКВАПАРКА «АКВАМИР» Г. НОВОСИБИРСК) И.Н. Третьякова, А.И. Вегнер (г. Кемерово)..... | 200 |
| НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ А.А. Троянова (г. Москва)..... | 205 |
| ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ПРОДАЖИ КЕДРОВОГО ОРЕХА А.Д. Ускова (г. Кемерово)..... | 209 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ А.Д. Ускова, А.Н. Малюгин (г. Кемерово)..... | 211 |
| РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ М.А. Хлебтунов (г. Кемерово)..... | 213 |
| ЭКСПОРТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ КЛАСТЕР КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ МАСЛОЖИРОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА АПК СИБИРИ К.В. Чепелева (г. Красноярск)..... | 216 |

| | | | | |
|---|--|---|-----------------|-----|
| ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ | ОБОСНОВАНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ | И | ФОРМЫ РЫНКОВ | |
| Е.В. Шахрай (<i>г. Кемерово</i>)..... | | | | 221 |
| РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ПОЛИТИКИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕКРЕАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОГО РЕГИОНА | Н.Н. Школьникова, Е.А. Школьников, М.А. Школьников (<i>г. Черкесск</i>)..... | | | 223 |
| ОСОБЕННОСТИ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ | И.М. Шор (<i>г. Волгоград</i>)..... | | | 228 |
| ДЕКАРБОНИЗАЦИЯ И КОНКУРЕНЦИЯ: О СПРАВЕДЛИВОСТИ ПРАВИЛ | А.В. Шумилов (<i>г. Кемерово</i>)..... | | | 231 |
| АКТУАЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ И АНАЛИЗА РЫНКОВ В ПОДГОТОВКЕ ЭКОНОМИСТОВ В ВУЗЕ | Л.Г. Шутько (<i>г. Кемерово</i>)..... | | | 234 |

Научное издание

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Сборник материалов

*VI Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 25-26 октября 2023 г.)*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 20.10.2023. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 15,3

Тираж 100 экз. Заказ .

КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28

Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4 а.