

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
VII Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 24-25 октября 2024 г.)

КЕМЕРОВО
2024

УДК 339.137.2
ББК 65.011.33

Конкуренция и монополия: сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 24-25 октября 2024 г.) / под общ. ред. Н.В. Кудреватых, Ю.С. Якуниной. – Кемерово: КузГТУ, 2024. – 323 с.

ISBN 978-5-00137-468-8

В сборнике представлены материалы VII 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 978-5-00137-468-8

ББК 65.011.33
© Авторы, 2024
© КузГТУ, 2024



Уважаемые коллеги и участники конференции!

В этом году уже по сложившейся традиции данный сборник публикуется в седьмой раз. Он содержит в себе доклады научно-педагогических деятелей и представителей научного сообщества, специалистов и экспертов в антимонопольной сфере, а также работы молодых авторов.

Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» – это площадка для открытого обсуждения актуальных вопросов антимонопольной практики, а также обмена опытом в данной сфере.

Подчеркну, что 2024 год ознаменован юбилейным событием – Федеральная антимонопольная служба России отмечает свое 20-летие со дня образования. От лица службы и от себя лично выражаю глубокую благодарность участникам конференции за проявленный интерес к данному научному мероприятию и за проделанную работу по подготовке научных исследований и докладов.

Также выражаю признательность программному и организационному комитетам конференции за многолетнюю и плодотворную работу в подготовке и проведении такого важного и значимого мероприятия.

Уверена, что сама конференция и выпущенный по её итогам сборник послужат отличным подспорьем для будущих специалистов в области антимонопольного регулирования и станет незаменимой настольной книгой для педагогов данного направления.

Желаю всем не останавливаться на достигнутых результатах, а продолжать свои научные исследования и продвигать новые идеи справедливой и честной конкуренции на благо граждан и для процветания нашей России!

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 2024 году Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия» проходит уже в седьмой раз!

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, д.ф.-м.н., доц.
А.Н. Яковлев



Уважаемые участники VII 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 – прекрасная площадка для обсуждения и обмена опытом!

В этом году значительно расширилась география участников – Москва, Ростов-на-Дону, Самара, Саратов, Донецк, Белгород, Мариуполь, Таганрог, Луганск, Черкесск, Новосибирск, Томск, Кемерово и др.

Очень приятно, что конференция отличается не только обширной географией, но и демократичным составом участников – от студентов до докторов наук и представителей реального сектора экономики.

Многие участники конференции стали уже постоянными, присылают свои новые, интересные работы и мы ждем их, как старых, добрых друзей!

Поздравляю всех с началом конференции, желаю здоровья и плодотворной работы!

С уважением,
директор ИЭиУ, к.э.н., доцент
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

МОНОПОЛЬНЫЙ ИЛИ КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ В МАЛЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТАХ КУЗБАССА (ОПЫТ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ)

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области (далее – Кемеровское УФАС России) поступило обращение физического лица, проживающего в поселке Тайжина Осинниковского городского округа Кемеровской области – Кузбасса о возможном нарушении антимонопольного законодательства со стороны оператора связи ПАО «Ростелеком», предоставляющего услуги Интернета и кабельного телевидения в указанном поселке.

Заявителем указано, что в поселке Тайжина Осинниковского городского округа провайдером Интернета является только ПАО «Ростелеком», иных провайдеров не имеется. При этом стоимость услуги Интернета и кабельного телевидения, предоставляемого ПАО «Ростелеком» значительно выше стоимости аналогичной услуги у иных провайдеров.

Кемеровским УФАС России были оценены доводы заявителя и в результате проведенного анализа установлено следующее:

ПАО «Ростелеком» при оказании населению услуг доступа к сети «Интернет», руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, включая Федеральным законом от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи), Правилами оказания телематических услуг связи, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2607 (далее – Правила № 2607), Правилами оказания услуг связи по передаче данных, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2606 (далее – Правила № 2606), Правилами оказания услуг связи для целей телевизионного вещания и (или) радиовещания, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 22.12.2006 № 785, Правилами оказания услуг связи ПАО «Ростелеком», размещенными на официальном сайте общества.

Телематические услуги – это комплекс услуг, которые оператор представляет клиентам в части электронных коммуникаций, с присвоением каждому из них кода идентификации (адреса). Это вид связи, основанный на удаленном доступе к информации. К данному виду связи относится и услуга доступа к сети «Интернет», оказываемая Интернет-провайдерами посредством беспроводных и проводных технологий.

В настоящее время услуги широкополосного доступа (далее – ШПД) к сети Интернет оказываются операторами связи (Интернет-провайдерами) посредством следующих технологий:

- беспроводных (UMTC/CDMA, LTE, Wi-Fi, Wi-MAX, GPRS)
- проводных (GPON, xPON, xDSL, Ethernet).

По данным Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Кемеровской области-Кузбассу (далее – Управление Роскомнадзора по Кемеровской области-Кузбассу), установлено, что по состоянию на 01.09.2024 года на территории Осинниковского городского округа, включая пос. Тайжина, и Кемеровской области-Кузбасса в целом операторы связи (Интернет-провайдеры) осуществляют услуги ШПД в сети Интернет с помощью следующих проводных технологий, а именно: xPON, GPON, Ethernet (ETN).

Согласно части 1 статьи 28 Закона о связи тарифы на услуги связи устанавливаются оператором связи самостоятельно, если иное не предусмотрено настоящим Федеральным законом законодательством Российской Федерации о естественных монополиях.

В силу части 2 статьи 28 Закона о связи Тарифы на услуги общедоступной электросвязи и общедоступной почтовой связи подлежат государственному регулированию в соответствии с законодательством Российской Федерации о естественных монополиях.

Кемеровским УФАС России установлено, что телематические услуги, в том числе услуги предоставления выделенного доступа к сети Интернет не относятся к услугам общедоступной электросвязи, тарифы на которые подлежат государственному регулированию. В этой связи ПАО «Ростелеком» устанавливает тарифы на услуги предоставления выделенного доступа к сети Интернет, а также тарифы и тарифные планы для оплаты телематических услуг связи самостоятельно.

Частью 3 статьи 28 Закона о связи определено, что государственное регулирование тарифов на услуги связи (за исключением регулирования тарифов на универсальные услуги связи) должно создавать условия, обеспечивающие операторам связи компенсацию экономически обоснованных затрат, связанных с оказанием услуг связи, и возмещение обоснованной нормы прибыли (рентабельности) от капитала, используемого при оказании услуг связи, тарифы на которые устанавливаются государством.

Тарифы на услугу предоставления доступа к сети Интернет устанавливаются ПАО «Ростелеком» на уровне, обеспечивающем компенсацию затрат, которые оператор связи несет в связи с оказанием услуги абонентам, в том числе, на содержание и эксплуатацию сетей связи, обеспечение межсетевое взаимодействие с другими операторами связи, обеспечение процесса продаж и обслуживания абонентов, функционирование службы

технической поддержки, обеспечение своевременного устранения повреждений и т.д.

Нормы, аналогичные вышеназванным нормам, содержатся в пунктах 44-46 Правил № 2607 и в пункте 40 Правил № 2606.

Правилами оказания услуг связи операторам связи (Интернет-провайдерам) предоставлено право в одностороннем порядке изменять тарифы и (или) тарифные планы на услуги связи, включая оплату телематических услуг связи, но при этом заранее извещать абонентов о предстоящих изменениях.

Подпунктом «б» пункта 33 раздела III Правил № 2607 определено, что оператор связи обязан извещать абонента и (или) пользователя в местах работы с абонентами и (или) пользователями, через свой сайт в сети "Интернет" и (или) информационные системы об изменении тарифов и (или) тарифных планов для оплаты телематических услуг связи не менее чем за 10 дней до введения новых тарифов и (или) тарифных планов.

Аналогичное условие установлено также в подпункте «в» пункта 35 Правил № 2606.

Согласно пункту 22 Правил № 2607 оказание телематических услуг связи с предоставлением доступа к сети передачи данных с использованием абонентской линии осуществляется на основании договора об оказании услуг связи, заключенного в письменной форме.

Между ПАО «Ростелеком» и абонентом-заявителем (далее – абонент) был заключен договор об оказании услуг связи физическим лицам от 17.07.2024 № 642.....967 (далее – Договор).

В пункте 2 Договора указано, что установка абонентского оборудования и услуга доступа к сети Интернет предоставляются абоненту по адресу: 652810, пос. Тайжина, Кемеровской области-Кузбасса, ул. К.....я, д. ..., кв....

В соответствии с пунктом 7 Договора абонент подключен к услуге Домашний Интернет по тарифному плану «ТП «Игровой» Интернет GPON до 500 Мбит/с» и Интерактивному ТВ Wink по тарифному плану SDP ИВТ Пакет телеканалов «Стартовый» и дополнительной услуге Управление просмотром с промо 30 дней тариф - 99 руб., ОТТ – TV Пакет телеканалов viju+тест-драйв 30 дней.

Абоненту была предоставлена услуга «Домашний Интернет» по технологии xPON со скоростью до 500 Мбит/с.

Кроме вышеуказанных услуг абоненту предоставлено оборудование – оптический модем стоимостью 6200,00 руб. (с НДС) с условием реализации в рассрочку, с ежемесячной оплатой 60 руб. (пункт 15 Договора).

С условиями Договора, включая перечень услуг и условия оказания услуг, абонент был ознакомлен и согласен, что подтверждается собственноручной подписью абонента.

Из вышеуказанного следует, что подписанием Договора абонент подтвердил своё ознакомление и согласие со всеми условиями предоставления и оплаты услуг/оборудования (пункт 19 Договора).

Согласно выписке с лицевого счета № 064.....4967 абонента, предоставленного ПАО «Ростелеком» стоимость услуг, предоставляемых абоненту по вышеуказанному Договору с августа 2024 года составляет 1239 руб. с учетом НДС и включает:

- абонентская плата по тарифному плану - 800,00 руб.;
- интерактивное ТВ - 280,00 руб.;
- оптический модем (аренда) - 60,00 руб.;
- ОТТ – TV услуга Управление просмотром - 99,00 руб.

Кемеровским УФАС России выявлено, что тарифы за предоставление доступа к сети Интернет, условия проведения акций, внесение в них изменений для Кемеровского филиала ПАО «Ростелеком» устанавливаются на основании приказов Макрорегионального филиала «Сибирь» ПАО «Ростелеком» (г. Новосибирск) и приказов ПАО «Ростелеком» (г. Москва).

Следует отметить, что ПАО «Ростелеком» в целях продвижения услуг доступа к сети Интернет, принимая во внимание техническую возможность, в рамках периодически проводимых маркетинговых акций предоставляет услуги абонентам по акционным (льготным) тарифам.

Интернет-провайдер имеет возможность предоставить услугу населению пос. Тайжина Осинниковского городского округа по пакетному предложению «Домашний интернет+ТВ» с абонентской платой менее 1080 руб. в месяц, что подтверждается выпиской из Приложения № 3 к приказу ПАО «Ростелеком» от 11.04.2024 № 01/01/1213/24, введенному в действие с 16.04.2024 (далее – Приложение № 3).

В силу Приложения № 3 для населенных пунктов в соответствии с реестром кластера № 5, включая пос. Тайжина Осинниковского городского округа предоставляется пакет услуг «Технология развлечения» (Домашний интернет+ТВ), а именно:

- Интернет+Интерактивное ТВ, с ежемесячной стоимостью 650,00 руб. (с учетом НДС), в том числе Интернет «Технология развлечения» на скорости до 100 Мбит/с, ежемесячно – 370,00 руб. технология ЕТТН;
- Интернет+Интерактивное ТВ, с ежемесячной стоимостью 700,00 руб. (с учетом НДС), в том числе Интернет «Технология развлечения» на скорости до 200 Мбит/с, ежемесячно – 420,00 руб. технология GPON;
- Интернет+Интерактивное ТВ, с ежемесячной стоимостью 800,00 руб. (с учетом НДС), в том числе Интернет «Технология развлечения» на скорости до 300 Мбит/с, ежемесячно – 520,00 руб. технология GPON.

Скидок при подключении услуги населению по пакетному предложению «Домашний интернет+ТВ» с тарифом 1080 руб. в месяц ПАО «Ростелеком» не предусмотрено.

Из вышеуказанного следует, что абонент уже в момент заключения договора с Интернет-провайдером имел возможность выбрать аналогичную пакетную услугу «Интернет+Интерактивное ТВ» с более низкой ежемесячной абонентской платой (тарифом).

Кемеровским УФАС России установлено, что стоимость услуг связи, а именно пакетного предложения «Домашний интернет+ТВ», предоставляемого для населения, проживающего в многоквартирных домах городов: Новокузнецк, Прокопьевск, Калтан, Мыски, Междуреченск, Осинники, включая пос. Тайжина, по состоянию на август 2024 года у ПАО «Ростелеком» является одинаковой.

На основании вышеизложенного Кемеровским УФАС России выявлено, что в соответствии с действующим законодательством тарифы по предоставлению населению услуги доступа к сети Интернет, а также тарифы и тарифные планы для оплаты телематических услуг связи оператором связи ПАО «Ростелеком» устанавливаются самостоятельно. При этом правилами оказания услуг связи операторам связи предоставлено право в одностороннем порядке, изменять тарифы на услуги связи и тарифные планы абонентов с обязательным извещением их не менее чем за 10 дней до введения новых тарифов и (или) тарифных планов.

В соответствии с частью 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей.

Кемеровское УФАС России осуществляет контроль за ценообразованием на потребительском рынке в части проверки обоснованности устанавливаемых хозяйствующим субъектом цен на товары (услуги), в случае, если данный хозяйствующий субъект занимает доминирующее положение. Условия, на основании которых положение хозяйствующего субъекта может быть признано доминирующим, установлены статьей 5 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 1 статьи 6 Закона о защите конкуренции монопольно высокой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование (далее – сопоставимый товарный рынок), при

наличии такого рынка на территории Российской Федерации или за ее пределами.

Операторы связи ведут отдельный учет доходов и расходов по осуществляемым видам деятельности в соответствии с Порядком ведения операторами связи отдельного учета доходов и расходов по осуществляемым видам деятельности, оказываемым услугам связи и используемым для оказания этих услуг частям сети электросвязи, утвержденным Приказом Министерства информационных технологий и связи Российской Федерации от 02.05.2006 № 54 (далее – Порядок).

В силу пункта 16 Порядка операторы связи по результатам ведения отдельного учета доходов и расходов ежеквартально заполняют отчеты, которые должны соответствовать данным бухгалтерской и статистической отчетности операторов связи, по формам, указанным в приложении № 1 к Порядку.

Указанные отчеты на постоянной основе представляются ПАО «Ростелеком» ежеквартально в ФАС России. В формах отчетности не предусмотрено разделение данных по услугам связи в разрезе городов, районов и муниципальных образований. Данные формируются в целом по субъекту федерации.

Следует отметить, что в целях поддержания качества оказываемых услуг и обслуживания на уровне, отвечающем современной тенденции цифровизации всех отраслей экономики и областей жизни, операторы связи осуществляют вложения в развитие сетей, модернизацию средств и сооружений связи, что также учитывается при определении размера тарифов. Кроме того, при определении размера тарифов на услуги связи в конкретном регионе ПАО «Ростелеком» учитывает уровень цен, сложившийся на соответствующем товарном рынке и показатель рентабельности.

По сведениям Управления Роскомнадзора по Кемеровской области-Кузбассу, по состоянию на 01.09.2024 года на территории Осинниковского городского округа Кемеровской области-Кузбасса услуги по предоставлению телематических услуг связи, включая услугу предоставления доступа к сети Интернет для юридических и физических лиц с помощью беспроводных и проводных технологий осуществляли более 10 операторов связи, в том числе: ПАО «Мегафон», ПАО «ВымпелКом», ООО «Т2 Мобайл», ПАО «Мобильные ТелеСистемы», ПАО «Ростелеком», АО «Компания ТрансТелеКом», ООО «Сибирские сети» и другие.

Установлено, что пос. Тайжина входит в состав Осинниковского городского округа, а указанный в обращении адрес Заявителя по ул. К.....я, д. 00, является многоквартирным домом.

Согласно сведениям, содержащимся в электронном справочнике 2 Гис (<https://2gis.ru>) в жилом доме по адресу Заявителя услуги доступа к сети «Интернет» имеют возможность оказать 8 Интернет-провайдеров:

1. ПАО «Мегафон»;

2. АО «Компания ТрансТелеКом» (ТТК) (<https://company.ttk.ru>);
3. ПАО «МТС» (<https://mts.ru>);
4. ПАО «Ростелеком»;
4. «АНЛИМ телеком» (<https://unlimi.ru>);
5. «TelecoMax» (<https://telecomax.ru>);
6. «WiFi-on» (<https://wlfi-on.ru>);
7. ООО «Первые сети»
8. ООО «Альфанет Телеком»

При этом на домашней странице сайта интернет-провайдера «TelecoMax» (<https://telecomax.ru>) указано следующее: «Быстро и бесплатно подключим интернет и ТВ с тарифом дешевле среди всех провайдеров вашего дома».

Другие Интернет-провайдеры из вышеперечисленных предлагают пакетную услугу Интернет+ТВ со скидкой до 30% при скорости до 500 Мбит/с, например, ООО «Альфанет Телеком».

Из вышеуказанного следует, что в границах Осинниковского городского округа, в которые входит пос. Тайжина, услугу предоставления населению доступа к сети Интернет по технологиям GPON, xPON осуществляет несколько операторов связи.

Следовательно, потребитель может выбрать то юридическое лицо – оператора связи, которое предлагает услугу предоставления выделенного доступа к сети Интернет, наиболее приемлемого качества, за наиболее приемлемую цену.

Следует отметить, что отсутствие государственного ценового регулирования на рассматриваемую услугу, предоставляемую юридическими лицами (операторами связи) и частными предпринимателями, а также наличие на неё свободных рыночных цен, предполагает наличие разницы в стоимости данной услуги в географических границах Осинниковского городского округа Кемеровской области-Кузбасса.

Таким образом, обстоятельства, изложенные в обращении Заявителя, о том, что в пос. Тайжина Интернет-провайдером монополистом является только ПАО «Ростелеком» и иных провайдеров не имеется, а значит жители многоквартирного жилого дома, расположенного по адресу: 652810, пос. Тайжина, ул. К.....я, д. 00, не имеют возможности получить услуги доступа в сеть «Интернет» иначе чем у Интернет-провайдера ПАО Ростелеком», не нашли своего подтверждения.

Исходя из вышеизложенного Кемеровское УФАС России пришло к выводу об отсутствии основания для применения мер антимонопольного реагирования в отношении оператора связи ПАО «Ростелеком», оказывающего услугу населению по предоставлению доступа к сети Интернет и услуг связи по передаче данных в границах Осинниковского городского округа Кемеровской области-Кузбасса.

В связи с отсутствием в действиях оператора связи ПАО «Ростелеком» признаков нарушения пункта 1 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции заявителю отказано в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства.

В рассматриваемом случае рынок доступа к сети Интернет оказался конкурентным. Соответственно, ограничения, установленные Законом о защите конкуренции, в этом случае не применимы.

Список литературы:

1. Правила оказания телематических услуг связи, утв. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2607.
2. Правила оказания услуг связи по передаче данных, утв. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2606.
3. Правила оказания услуг связи для целей телевизионного вещания и (или) радиовещания, утв. Постановлением Правительства РФ от 22.12.2006 № 785.
4. Правила оказания услуг связи ПАО «Ростелеком», размещенные на официальном сайте общества: <https://rtk-ru>.
5. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».
6. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи».

Азовцев Данила Анатольевич, студент гр. МУб-231, II курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна,
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕДОБРОСОВЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ

Согласно Федеральному закону «О защите конкуренции» от 18 июля 2009 года № 181-ФЗ, недобросовестная конкуренция охватывает любые действия участников рынка (или групп лиц), направленные на получение конкурентных преимуществ в бизнесе, которые противоречат российскому законодательству, нормам делового оборота, а также принципам честности, разумности и справедливости. Такие действия могут нанести ущерб другим рыночным участникам или повредить их репутации.

В настоящее время выделяются следующие категории недобросовестной конкуренции: дезинформация, порча репутации, путаница с конкурентом, неправомерное использование чужой интеллектуальной собственности и некорректные сравнения.

За случаи недобросовестной конкуренции предусмотрены различные меры ответственности, включающие:

- уголовную;
- административную;
- гражданскую [5].

Если организация предпринимает действия, которые могут быть квалифицированы как недобросовестная конкуренция, она может быть привлечена к ответственности. В таком случае следует обратиться непосредственно к владельцу компании-нарушителя или подготовить претензию до судебного разбирательства. Часто возникают ситуации, когда отдельные работники занимаются недобросовестной конкуренцией без согласия руководства, и в таких случаях проблему можно разрешить через досудебное урегулирование. Для этого необходимо подать заявление в Федеральную антимонопольную службу в соответствии с установленным порядком. Заявление будет зарегистрировано и рассмотрено руководителем службы либо его заместителем, а также руководителем территориального управления или его заместителем (согласно статье 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях). Кроме того, Федеральная антимонопольная служба уполномочена передать дело о защите от недобросовестной конкуренции для рассмотрения в арбитражный суд [4].

Компетенции по защите от неправомерного использования принадлежат следующим органам:

- прокуратура и правоохранительные органы;
- патентное ведомство по вопросам интеллектуальной собственности;
- арбитражный суд и суды общей юрисдикции;
- антимонопольный орган.

Для своевременного, точного и беспристрастного определения недобросовестной конкуренции необходимо учитывать следующие факторы:

- наличие намерения получить преимущество в деталях;
- действия, совершаемые субъектами предпринимательской деятельности, рынка или коммерческими организациями;
- действия осуществлены на одной географической территории, для одного потребителя товаров или услуг и в одинаковое время;
- обязательно присутствие нарушений действующих нормативных актов;
- существование причиненного ущерба или убытков.

Для того чтобы признать действия как недобросовестную конкуренцию, необходимо, чтобы все приведенные условия выполнялись одновременно. С целью предотвращения недобросовестной конкуренции Федеральная антимонопольная служба предпринимает ряд мер: проводит всестороннюю проверку, при необходимости привлекая другие организации для проведения оперативных мероприятий, направляет предупреждения о

недопустимости нарушений, рассматривает дела и выдает предупреждения, а также при необходимости вводит предписания и привлекает нарушителей к ответственности. К методам защиты относятся: подача жалобы в антимонопольную службу или прокуратуру для привлечения к ответственности, оспаривание зарегистрированного товарного знака, используемого в целях недобросовестной конкуренции, а также подготовка и подача исков в суд с требованиями о компенсации ущерба, опровержении ложной информации или прекращении использования информации.

Гражданско-правовая ответственность описана в части 1 статьи 1064 Гражданского кодекса Российской Федерации, в которой указано, что ущерб, нанесённый гражданину или его имуществу, а также ущерб юридическому лицу должен быть полностью компенсирован лицом, его причинившим. Для привлечения к гражданско-правовой ответственности необходимо установить вину правонарушителя, незаконность его действий и причинно-следственную связь между этими действиями и причинённым вредом.

Административная ответственность за подобные правонарушения предусмотрена статьёй 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. О. А. Городов указывает, что объекты указанных административных правонарушений представляют собой «общественные отношения в сфере борьбы с недобросовестной конкуренцией». Субъективной стороной данных деяний является умысел. Ответственность по данной статье включает в себя штрафы, варьирующиеся от 100 000 до 500 000 рублей, а в некоторых случаях возможна дисквалификация.

Уголовная ответственность за недобросовестную конкуренцию возникает согласно статье 178 Уголовного кодекса Российской Федерации при наличии признаков преступного деяния. К числу таких действий относятся раскрытие коммерческой тайны, шпионаж, взяточничество, угрозы, пиратство и другие действия. Санкции за нарушения данной статьи могут включать штрафы, принудительные работы или тюремное заключение на определённый срок.

Для эффективного пресечения недобросовестной конкуренции важно правильно определить признаки такого поведения, установить применимые законодательные нормы, отнести дело к компетенции соответствующего органа, определить круг лиц, которые должны быть привлечены в качестве ответчиков, заинтересованных сторон и свидетелей, а также правильно подготовить материалы для обращения в суд и пресечения недобросовестной конкуренции. В настоящее время выделяют несколько видов недобросовестной конкуренции: создание заблуждений, дискредитация, смещение с конкурентом, использование чужой интеллектуальной собственности, а также некорректные сравнения [2].

За недобросовестную конкуренцию предусмотрены разные виды ответственности: уголовная, административная и гражданская.

Если организация предпринимает действия, которые могут быть охарактеризованы как недобросовестная конкуренция, она может быть привлечена к ответственности. В таком случае возможно обратиться непосредственно к владельцу компании-нарушителя или подготовить досудебную претензию. Часто бывает, что недобросовестная конкуренция осуществляется отдельным сотрудником, о чем руководство не знает, и эту ситуацию можно решить через досудебное урегулирование. Для этого необходимо подать заявление в Федеральную антимонопольную службу согласно установленным правилам [3]. Заявление будет зарегистрировано и рассмотрено руководителем или его заместителем, а также руководителем территориального управления службы или его заместителем (согласно статье 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях). Также ФАС может передать дело о защите от недобросовестной конкуренции в арбитражный суд (в соответствии с частью 2, пунктом 5 части 3 статьи 23.1 Кодекса). При разбирательстве будут учтены все обстоятельства – характер нарушения, статус нарушителя и другие аспекты, указанные в законодательстве (по подпункту «в» пункта 3 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24 марта 2005 года № 5) [1].

Полномочия по защите от неправомерного использования принадлежат следующим организациям:

- прокуратуре и правоохранительным органам;
- патентному ведомству по вопросам интеллектуальной собственности;
- арбитражным и общим судам;
- антимонопольной службе.

Для того чтобы своевременно и точно выявлять недобросовестную конкуренцию, необходимо учитывать ряд факторов:

- наличие умысла на получение конкурентного преимущества за счет детализированного подхода;
- действия со стороны предпринимателей или коммерческих организаций;
- осуществление действий в пределах одних и тех же географических координат, для идентичных потребителей товаров или услуг и в одно время;
- обязательное наличие нарушений действующего законодательства;
- наличие причиненного ущерба или убытков.

Для того чтобы действия могли быть признаны недобросовестной конкуренцией, необходимо выполнение всех предъявленных условий одновременно. Для борьбы с недобросовестной конкуренцией Федеральная антимонопольная служба осуществляет ряд мероприятий: проводит детальную проверку, при необходимости подключает другие структуры для проведения оперативных действий, направляет обязательные уведомления о неприемлемости нарушений, рассматривает дела и назначает предупре-

ждения, выдает предписания и, при необходимости, привлекает к ответственности. Способы защиты включают: подачу жалобы в антимонопольные органы или прокуратуру для привлечения к ответственности, оспаривание товарного знака, зарегистрированного с целью недобросовестной конкуренции, а также подготовку и подачу исков в суд для возмещения убытков, опровержения ложной информации или прекращения использования данных материалов [7].

Гражданско-правовая ответственность обозначена в пункте 1 статьи 1064 Гражданского кодекса РФ, где говорится о том, что ущерб, причинённый физическому лицу или имуществу гражданина, а также имуществу юридического лица, подлежит полному возмещению тем, кто причинил данный ущерб. Для привлечения к гражданско-правовой ответственности требуется установить вину нарушителя, его противоправные действия и причинно-следственную связь между этими действиями и возникшим ущербом.

Административная ответственность за данное правонарушение возникает на основании статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. О. А. Городов подчеркивает, что объектом правонарушений, предусмотренных этой статьёй, становятся «публичные отношения, возникающие в одной из областей борьбы с недобросовестной конкуренцией». Субъективная сторона данного деяния проявляется в прямом намерении. Нарушения по этой статье влекут за собой штраф в размере от 100 тысяч до 500 тысяч рублей, а в некоторых случаях – дисквалификацию [8].

Уголовная ответственность за недобросовестную конкуренцию предусмотрена статьёй 178 Уголовного кодекса Российской Федерации при наличии необходимых признаков преступления. К таким действиям относятся раскрытие коммерческой тайны, шпионаж, подкуп, угрозы, пиратство и многие другие. За нарушения, подпадающие под эту статью, предусмотрено наказание в виде штрафа, принудительных работ или лишения свободы на определённый срок [6].

Для эффективного противодействия недобросовестной конкуренции важно правильно определить ее признаки, установить соответствующие нормы закона, определить, какой орган власти будет рассматривать дело, а также выяснить, кто из участников должен быть привлечен к делу в качестве ответчиков и заинтересованных сторон. Необходимо также определить лиц, обладающих важной информацией. Кроме того, нужно грамотно подготовить все материалы для возбуждения дела и прекращения недобросовестной конкуренции.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации // СПС «Консультант-Плюс»

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года №51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 08.10.2024).

3. Федеральный Закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 №135-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 05.10.2024).

4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 05.10.2024).

5. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный) (2-е издание, переработанное и дополненное) (отв. ред. И.Ю. Артемьев) // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 07.10.2024).

6. Недобросовестная конкуренция: учебно-практическое пособие / О. А. Городов, А. В. Петров, Н. А. Шмигельская; под ред. О. А. Городова. – М.: Юстицинформ, 2020. – 324 с.

7. Паращук, С. А. Понятие и виды недобросовестной конкуренции в проекте изменений законодательства о защите конкуренции // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 06.10.2024).

8. Тотьев, К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): Учебник для вузов. М., 2003. – 477 с.

Алёхин Валерий Викторович, к. э. н., доцент экономического факультета
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону

КОНЦЕНТРИРУЮЩАЯ И ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩАЯ ФОРМЫ КОНКУРЕНЦИИ В АСПЕКТЕ СОВРЕМЕННОЙ НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ФИРМЫ

Конкурентная среда является необходимым фактором, способствующим развитию рыночных отношений, достижению эффективности производства, качественному удовлетворению потребностей по количеству и ассортименту. Конкуренция вынуждает фирмы организовывать свою деятельность так, чтобы затраты на производство снижались, качество продукции возрастало, а их потенциальная доля рынка росла. Это, в свою очередь, влияет на оптимальный размер хозяйственной деятельности.

Теоретические и практические концепции по-разному объясняют факторы, определяющие размер фирмы [3]. Не существует единого концептуального взгляда на данный вопрос. Однако можно заметить некую особенность, которой характеризуется конкуренция между хозяйствующими субъектами и, которая обуславливает размер современной фирмы. Она заключается в том, что конкурентная борьба имеет дуальную природу,

обеспечивающую разнонаправленные тенденции на рынке. Конкуренция – процесс соперничества, представляющий собой совокупность действий участников рынка, приводящий к определённой экономической ситуации в аспектах возможности входа на рынок «новичкам», доминирования отдельных субъектов, уровня монопольной власти. С одной стороны, конкурентное взаимодействие участников рынка обуславливает «вытеснение» слабых игроков, концентрацию производства и укрупнение предприятий и, как следствие, уменьшение количества фирм с ростом рыночных долей остающихся игроков. Но, с другой – конкуренция стимулирует действия участников, делает их активность и управленческие решения более агрессивными. Это способствует увеличению числа фирм, сокращению их рыночных долей, повышению разнообразия и дифференциации производимой продукции, возрастанию сегментирования рынка. Исследование указанных тенденций конкурентных процессов позволила выделить их двойственность, проявляющуюся в формировании 2-х специфических формы конкуренции, соответствующих современному этапу развития экономических отношений: концентрирующую и дифференцирующую. Данный анализ позволяет по-новому осмыслить предпосылки к интеграции бизнеса или, наоборот, к аутсорсингу и атомизации.

Данные формы конкурентных процессов могут доминировать на отдельных рынках, могут перетекать одна в другую. На наш взгляд, именно преобладание той или иной формы конкуренции обуславливает масштаб деятельности предприятия.

На наш взгляд, ключевым критерием, определяющим наличие на рынке одной из указанных форм конкуренции, могут выступать норма прибыли и уровень рентабельности.

Безусловно, крупные бизнес-структуры, в том числе и транснациональные компании, имеют значительные объёмы выручки, что связано с большими объёмами продаж и оборотом. Также наблюдается высокий размер прибыли в абсолютном значении [1]. Однако, для них характерна низкая норма прибыли, поскольку такие компании занимаются производством капиталоемкой и наукоёмкой продукции, что обуславливает большие затраты на её производство. Следовательно, норма прибыли с учетом существующих издержек имеет низкий уровень.

Действительно, анализ деятельности наиболее крупных компаний мира по объёму выручки продемонстрировал, что они отличаются сравнительно низкой нормой прибыли. Низкий уровень нормы прибыли и рентабельности на 1 ден. ед. затрат объективно обуславливают концентрацию производства, т.е. его локализацию в рамках крупного предприятия. Увеличение производственных масштабов в процессе концентрации может совершаться по двум направлениям: горизонтальная интеграция (объединение производств нескольких предприятий, функционирующих в одной отрасли), либо вертикальная интеграция («комбинация разноотраслевых

компаний, производство которых связано едиными технологическими процессами») [2, С.64].

Стоит отметить, что для концентрирующей конкуренции характерен такой процесс, как комбинирование – это объединение в рамках одного предприятия нескольких видов производств, характерных для разных отраслей. Комбинирование имеет свои достоинства, поскольку оно способствует:

- 1) увеличению сырьевой базы;
- 2) снижению материалоемкости продукции благодаря эффективному использованию сырья и отходов производства;
- 3) уменьшению транспортных затрат;
- 4) эффективному использованию основного капитала;
- 5) сокращению длительности технологического цикла;
- 6) развитию концентрации производства и получение прибыли от эффекта масштаба;
- 7) уменьшению отходов производства.

Дифференцирующая же форма конкуренции свойственна сферам экономики с высокими нормой прибыли и рентабельностью. Но при условии ограничений на размер бизнеса. Т.к. такие отрасли привлекают предпринимателей, обладающих относительно небольшим инвестиционным потенциалом и, как следствие – меньший размер производственного капитала и менее значительный товарно-денежным оборотом. В таких отраслях конкурентные процессы, связанные с вытеснением «слабых» и не достаточно эффективных агентов нивелируются лёгким входом фирм-новичков. Сравнительный анализ и основные характеристики данных форм конкуренции приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика дифференцирующей и концентрирующей форм конкуренции

Признаки	Дифференцирующая конкуренция	Концентрирующая конкуренция
Характеристика продукта		
Разнообразие и дифференциация продукта	Высокая	Низкая
Наукоёмкость продукции	Низкая	Высокая
Капиталоёмкость продукции	Низкая	Высокая
Трудоёмкость продукции	Высокая	Низкая
Минимизация издержек	+	-
Эластичность предложения	Высокая	Низкая

Механизм удовлетворения потребности		
Характер хозяйственной деятельности	Мелкосерийный продукт	Массовый продукт
Скорость обратной связи с потребителями	+	-
Выявление «скрытых» потребностей	+	-
Создание условий для развития элементов городского хозяйства и инфраструктуры	-	+
Особенности вовлечения ресурсов и использования факторов производства		
Эффект экономии на масштабе производства	-	+
Стоимость основного капитала	Низкая	Высокая
Численность персонала	Малая	Большая
НТП, создания новых видов товаров, внедрение новой техники и технологий, инновации	-	+
Мероприятия по защите окружающей среды	-	+
Комбинирование и диверсификация производства	-	+
Абсолютная величина прибыли	Низкая	Высокая
Уровень рентабельности	Высокий	Низкий
Управление и реакция		
Форма собственности	Частная	Частная или государственная
Преобладающая организационно-правовая форма	Индивидуальное предпринимательство	Хозяйственные товарищества и общества
Реакция и быстрая адаптация к изменяющимся условиям	Высокая приспособляемость	Временной лаг
Стойкость к колебаниям рыночной конъюнктуры	Реакция посредством «входа-выхода»	Запас прочности и адаптации

Совершенствование методов организации и управления производством	-	+
Структура предприятия	Линейная	Сложная, иерархическая, функциональная
Организация рынка и формы конкурентной борьбы		
Доля фирмы на рынке	Малая	Большая
Входные барьеры	Не значительные	Масштабы производства, сложность технологии, уникальность ресурсов и др.
Монополизация и сетевизация, формирование экосистем	-	+
Динамика слияний и поглощений предприятий	Низкая	Высокая
Поддержка долгосрочных инвестиций и проектов	-	+
Влияние фирмы на рыночную цену	Низкое	Значительное
Потенциал для выхода на внешний рынок	-	+
Динамика демографической структуры фирм	Короткий жизненный цикл фирм	Длинный жизненный цикл фирм
Сегментация рынка	Высокая	Низкая
Преобладающий вид специализации	Предметная	Подетальная, поузловая, стадийная
Преобладающий тип конкурентного поведения	Приспособленческое (копирование)	Креативное (созидательное)
Преимущественные инструменты конкурентной борьбы	Ценовая конкуренция	Неценовая конкуренция
В каком секторе экономики преобладает	Сфера услуг, сервис, производство одежды, косметических и моющих средств, продовольственных товаров, детских товаров, мебели, отделочных материалов, спортивного инвентаря, общественного питания, издательский рынок, рынки услуг	Промышленность, добыча полезных ископаемых, финансовый сектор, программные продукты, финансовые услуги, электроэнергетика, топливная промышленность, рынок авиаперевозок, железнодорожного транспорта

Список литературы:

1. 100 крупнейших компаний России по чистой прибыли – 2023. Рейтинг Forbes. URL: www.forbes.ru/biznes/497814-100-krupnejsih-kompanij-rossii-po-cistoj-pribyli-2023-rejting-forbes?ysclid=m23kglk8cg13977302 (дата обращения: 08.10.2024). – Текст: электронный.
2. Маланина, В.А. Неоклассический и институциональный подходы в обосновании процессов интеграции хозяйствующих субъектов в бизнес-группы // Вестник ТГПУ. – 2005. Выпуск 5 (49). Серия: Гуманитарные науки: экономика. – С. 63-67.
3. Сытник, А.В. Современные тенденции развития финансового планирования. – URL: <https://studylib.ru/doc/2135129/udk-336.144.2-sytnik-a.v.-sovremennye-tendencii?ysclid=lw3bxrqs9886320993> (дата обращения: 05.10.2024). – Текст: электронный.

Ароян Мери Вазгеновна, студент гр. БУАА21о1

Научный руководитель – к.э.н., доцент Вишневер Вадим Яковлевич
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ

В сегодняшних реалиях устоявшаяся монополия в российской экономике является серьёзным вызовом для развития страны в целом. Период трансформации распространён на все сферы российской государственности. Так и экономико-институциональное регулирование монополии не стало исключением. Стремление упомянутой трансформации заключается в том, чтобы обеспечить эффективность и справедливость в экономической сфере. [1]

Периодизация попыток регулирования монополии в экономике Российской Федерации довольно обширна. Её история берёт начало со времён Российской империи. В истории также встречается термин «Золотой век русских монополий», данный термин охватывает конец XIX и начало XX веков. Рассматриваемый временной отрезок показывает генезис российской монополии, который взял своё начало с момента возникновения первого в отечественной истории синдиката.

В различные исторические периоды для регулирования деятельности монополистов были разработаны и принято множество законов и положений, целью которых была борьба с формированием и злоупотреблением монопольными структурами.

Таким образом, одним из самых важных направлений трансформации экономико-институционального регулирования монополистических структур, ведущих свою экономическую деятельность на территории современной России, признаётся повышение эффективности антимонопольной политики с помощью усиления контроля и надзора за монопольными организациями и обеспечение развития и стабильности существования конкуренции на открытом рынке. [2]

Для эффективной антимонопольной политики государство обеспечивает прозрачность работы ФАС (Федеральной антимонопольной службы), созданной в 2004 году.

Рынок маркетплейсов – e-commerce, получил резкое распространение среди всех слоёв населения. Ежегодные исследования иллюстрируют каждодневный рост числа продавцов. Данные показывают, что за год общее количество продавцов на двух маркетплейсов выросло на 64%, относительно общей доли занимаемых продавцами выросла с 13% до 18%, 20% продавцов открыли новую, вторую площадку через год после ведения своей экономической деятельности. [3]

Деятельность ФАС охватывает и нишу маркетплейсов. Расцвет рынка маркетплейсов начался в 2021 году, тогда объём рынка в общей сумме превысил 4 трлн. рублей. Весомость цифровых площадок можно оценить, прибегнув к последним делам, заведённым ФАС против рынков такого типа.

По причине того, что в 2019 году один из крупнейших маркетплейсов (WB) занимал долю рынка равную 31%, было направлено обращение в антимонопольную службу с просьбой объяснить сложившуюся ситуацию. А ситуация такова: согласно Закону о торговле, доля рынке ограничена 25% на территории каждого региона страны, если фиксируется превышение данного показателя, то расширение деятельности предприятия запрещается, а при доле рынка равному и выше 35%, данное предприятие вполне резонно можно признать монополистом. ФАС отреагировал на обращение, разъяснив гражданам, что ограничения в 25% не относятся к деятельности предприятий, чья деятельность размещена на цифровой платформе, т.е. на интернет-магазины.

ФАС работает над повышением эффективности борьбы с контрафактом на маркетплейсах. До этого в июле 2023 года был принят пятый антимонопольный пакет, главной задачей которого является установление прямого запрета для собственников тех или иных цифровых платформ на злоупотребление своим положением на рынке, приводящим в дальнейшем к ослаблению конкуренции и ущемлению интересов других лиц.

Лидирующие позиции на данном рынке занимают Wildberries и Ozon. ФАС обращает активное внимание на деятельность Wildberries. Это можно объяснить тем, что среди поставщиков данного маркетплейса часто бывают спорные ситуации, решение которых порой не регламентировано

нормативно правовыми актами (НПА) страны. В связи с этим фактом можно в лишней раз удостовериться в необходимости нового, инновационного подхода к регулированию ранее неизвестных областей экономики.

Итак, резюмируя вышесказанное, приведём направления трансформации регулирования монопольной деятельности компаний: [4]

1. Усиление антимонопольного регулирования. Это классическое направление, подразумевающее проведение чётко спланированных действий, направленных на борьбу с образованием и развитием монопольных структур, а также на воспрепятствование незаконных соглашений между компаниями, направленных на ограничение конкуренции на рынке. Для этого государство расширяет функции и полномочия антимонопольных органов.

2. Развитие конкурентного рынка. Создание надлежащих условий для всяческого разнообразия действующих участников рынка. Данный пункт реализуется с помощью поддержки субъектов малого и среднего бизнеса, создание понятных условий для «новичков» на рынке. Этого можно достигнуть путём разделения монополии на несколько отдельных фирм.

3. Повышение эффективности и актуальности антимонопольного законодательства. Во-первых, написание НПА на понятном для большинства граждан языке, во-вторых, увеличить регулярность пересмотра НПА, регулирующих экономическую сферу государства по причине периода активных инноваций в этой сфере.

Для выявления нарушений антимонопольного законодательства в Российской Федерации применяются различные, ранее не применяемые, технологии и методы анализа данных, среди которых принято выделять:

– Использование алгоритмов современных вычислительных машин и искусственного интеллекта четвёртого поколения. Представленные технологии помогают автоматизировать анализ больших объёмов данных об экономической деятельности компании, который в последующем упрощает нахождение и пресечение нарушений закона.

– Цифровой мониторинг ценовой политики предприятий. Специализированные программные обеспечения, созданные для отслеживания изменения цен на товары и услуги на рынке, что позволяет своевременно выявить необоснованные колебания цен на рынке.

– Big Data. Анализ больших массивов данных о рыночной деятельности и финансовой отчётности предприятия для выявления теоретически возможных и невозможных нарушений.

– Использование передовых блокчейн-технологий. Для обеспечения должного уровня надёжности представленной о компании информации.

Таким образом, у государства имеются ключевые функции в области регулирования монопольных предприятий, и они чаще всего стабильны

долгое время, однако методы, с помощью которых реализуются функции, меняются довольно часто, в связи с развитием экономики. [5]

Список литературы:

1. Виноградова, Е.Д. Механизмы антимонопольного регулирования в российской экономике / Е.Д. Виноградова, А.П. Сомова // Вестник науки. – 2024. – №7(76). – С. 74-79.
2. Древаль, Л.Н. Антимонопольный комплаенс в Российской Федерации: современное состояние правового регулирования // Вестник Дальневосточного юридического института МВД России. – 2022, – № 3(60). – С 128-133.
3. Паутова, А.И. Функционирование маркетплейсов и антимонопольное регулирование в условиях цифровизации // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2023. – Т. 242. – № 4. – С. 178-194.
4. Пузыревский, С. А. Антимонопольное регулирование в современных условиях: вызовы, задачи и перспективы развития / С. А. Пузыревский // Российское конкурентное право и экономика. – 2023. – № 2. – С. 8-15.
5. Шамонина, И.В. Антимонопольная политика как инструмент государственного регулирования экономики / И.В. Шамонина, А.М. Савина // Инновационная экономика и право. – 2023. – №3(26). – С. 106-114.

Арутюнян Лилит Самвеловна, студентка гр. СУМ-241, I курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕНЦИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: СТРАТЕГИИ УСПЕХА И УНИКАЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ресторанный бизнес является одной из наиболее динамичных отраслей сферы общественного питания. В условиях насыщенной конкуренции важно учитывать множество аспектов, начиная от выбора концепции заведения и разработки меню, и заканчивая обслуживанием гостей и управлением персоналом. На примере ресторана ООО «Арарат», можно рассмотреть, как добиться успеха и расти в условиях жесткой конкуренции.

Ресторан «Арарат» – гостеприимное заведение, которое уютно расположилось на правом берегу реки Томь. Достаточно большая территория позволяет вместить одновременно более 300 человек. Разнообразное меню, приветливые официанты и непревзойденная атмосфера привлекает, позволяя каждому найти свое место на этом празднике жизни [1]. Уникальное

предложение ресторана заключается в сочетании аутентичной армянской кухни и современного подхода к обслуживанию [4]. Основные акценты, на которых строится концепция заведения, – это высокое качество продуктов, атмосферность и разнообразие меню.

Ресторан, основанный на традиционных рецептах, создает атмосферу Армении. Здесь подают такие блюда, как шашлык, долма, люля-кебаб и другие национальные деликатесы, уделяя особое внимание свежести ингредиентов и уникальным способам приготовления, что является одной из ключевых стратегий успеха ресторана «Арагат».

Товарная политика имеет важное значения в повышении конкурентоспособности любого ресторана, поэтому, когда учитываются все факторы, влияющие на его конкурентные позиции, ресторан можно назвать успешным [3].

Для этого проведем анализ оценки конкурентоспособности ресторана «Арагат» на основе концепции «7Р» (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности ресторана «Арагат» на основе концепции «7Р»

Факторы конкурентоспособности	Собственный ресторан «Арагат»	Конкуренты		
		«ParadiseHalls»	«Лазурный берег»	«Love Story»
«1Р» - продукт				
Надежность	4	4	5	4
Безопасность	5	5	5	5
Ассортимент	5	4	5	4
Сумма	14	13	15	13
«2Р» - цена				
Виды скидок	4	4	4	4
Условия расчетов	5	5	5	5
Сумма	9	9	9	9
«3Р» - каналы сбыта				
Степень охвата рынка	5	4	5	4
Эффективность сбытовой сети	5	3	5	3
Доступность	5	4	5	4
Сумма	15	11	15	11
«4Р» - продвижение на рынке				
Каналы рекламы	3	3	4	3
Бюджет рекламы	4	4	4	4
Связи с общественностью	3	3	3	3
Сумма	10	10	11	10
Социальные сети	5	3	5	5
«5Р» - люди				
Подбор	3	3	4	3

Обучение	4	3	5	4
Контроль	4	4	5	4
Сумма	11	10	14	11
«6Р» - процесс				
Последовательность действий	5	5	5	5
Процессы оказания основных услуг	5	5	5	5
Высокотехнологичное оборудование	3	3	3	3
Контроль процесса производства	5	5	5	4
Сумма	18	18	18	17
«7Р» - физическое окружение				
Дизайн	5	5	5	5
Гарантии качества	5	4	5	5
Внешнее оформление	5	5	5	5
Сумма	15	14	15	15
Итоговая сумма	97	88	102	91

Из предоставленных данных можно сделать вывод, что ресторан «Арагат» имеет определенные преимущества и особенности, которые способствуют удовлетворению клиентов и конкурентоспособности заведения. Кухня ресторана является разнообразной там присутствует европейская, армянская и уйгурская кухня. Перечисленные позиции блюд ресторана можно назвать вполне привлекательным [1].

Цены в ресторане «Арагат» по большинству позиций меню такие же или ниже, чем у конкурентов, что является плюсом, так как это более привлекательно для клиентов. Отнюдь не всегда высокие цены могут свидетельствовать о высоком имидже ресторана, как в некоторых конкурирующих ресторанах.

Рестораны «Арагат», «Лазурный берег» и «LoveStory» активно используют различные средства маркетинга, включая рекламу внутри заведения, в социальных сетях и на веб-сайтах. Это помогает привлечь новых клиентов и укрепить имидж ресторан.

Время работы таких заведений общественного питания, является одним из важных критерий конкурентоспособности. Поэтому чем дольше ресторан открыт, тем лучше для клиентов. Таким образом, ресторан «Арагат» (10:30-02:00) и «ParadiseHalls» (11:00-01:00) признаны наилучшими и наиболее удобными временем посещения для посетителей.

Также, что касается месторасположения, ресторан «Арагат», хоть и не находится в центре города и туда тяжело добраться общественным транспортом, но прекрасный вид на реку Томь, удаленность от городского

шума и спокойная атмосфера даёт ему несомненное преимущество перед другими ресторанами.

Учитывая вышеперечисленные аспекты, ресторан «Арагат» имеет потенциал для дальнейшего развития, улучшения конкурентоспособности и привлечения большего числа посетителей. Постоянное внимание к качеству обслуживания, разнообразию меню, маркетинговым коммуникациям и уникальной атмосфере поможет укрепить позиции ресторана на рынке и привлечь новую аудиторию.

Чтобы оставаться успешным в условиях жесткой конкуренции, ресторан «Арагат» может применять следующие маркетинговые стратегии [5]:

1. Цифровые технологии.

Применение онлайн-кассы позволяет не только распечатывать чеки, но и обслуживать дисконтные карты, вести клиентскую базу, проводить удаленный анализ продаж и многое другое. Для ресторана рекомендуется использовать онлайн-кассы с планшетным интерфейсом управления [2]. С их помощью официанты могут сформировать заказ непосредственно в программе и внести его в базу данных. Список заказанных блюд сразу отправляется на кухню и начинается его приготовление. Таким образом, исключаются задержки и ошибки при передаче информации между обслуживающим и производственным персоналом [6].

2. Социальные сети.

Одним из таких самых популярных методов продвижения являются социальные сети. Что касается ресторана «Арагат» рекомендуется обновить группу ВКонтакте (у ресторана есть группа, но информация не обновлялась с 2022 года). На сайте можно будет выкладывать фотографии блюд от шеф-повара, различные новости, связанные с жизнью ресторана, фотоотчет мероприятий и многое другое. А в качестве оценки обслуживания ресторана можно проводить опросы на стене сообщества. У ресторана хорошее количество подписчиков на сайте – 2,3 тысячи человек, что станет хорошей рекламой [4].

3. Имиджевая реклама.

Брендинг продукции путем размещения логотипа, даже на блюдах, является эффективным способом поддержания узнаваемости ресторана. Размещение логотипов в интерьере заведения способствует его продвижению и привлечению новых посетителей [5]. Во время приема пищи и напитков люди расслабляются и наслаждаются процессом. В этот момент логотип закрепляется в их памяти и ассоциируется с положительными эмоциями, в результате чего они запоминают, что удовольствие было получено именно здесь [9].

Таким образом, конкуренция в ресторанном бизнесе постоянно ведет к поиску новых идей и способов привлечения клиентов. Успешные стратегии, основанные на понимании потребностей клиентов, высоком качестве

продуктов и услуг, позволяют ресторану «Арарат» не только выживать, но и расти в условиях жесткой конкуренции.

Список литературы:

1. Доставка еды «Арарат»: [сайт]. – URL: <https://araratkem.ru/> (дата обращения: 14.09.2024). – Текст: электронный.
2. Дорожкина, Н.В. Повышение конкурентоспособности ООО «ГДК» за счет обновления парка карьерной техники / Н.В. Дорожкина, М. Е. Бунин // 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. 55-59. – EDN XMEQVD. – Текст: непосредственный.
3. Конкурентоспособность предприятия общественного питания: [сайт]. – URL: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012000124> (дата обращения: 24.09.2024). – Текст: электронный.
4. Малюгин, А. Н. Анализ тенденций предпочтений потребителей для повышения конкурентоспособности современных организаций пищевой промышленности / А. Н. Малюгин, В. А. Фиофилактова // 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. 156-159. – EDN YLBSMA. – Текст: непосредственный.
5. Маркетинг в ресторанном бизнесе: [сайт]. – URL: <https://core.ac.uk/download/286084803.pdf> (дата обращения: 19.09.2024). – Текст: электронный.
6. Продвижение и её составляющие: [сайт]. – URL: <https://www.akarussia.ru/node/10570> (дата обращения: 12.09.2024). – Текст: электронный.
7. Ресторанный бизнес/Продвижение: [сайт]. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=35410295> (дата обращения: 15.09.2024). – Текст: электронный.
8. Тренды ресторанного бизнеса // РБА новости. Рубрика: новости: [сайт]. – URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-business-trends-2017> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст: электронный.
9. Третьякова, И. Н. Повышение конкурентоспособности предприятия общественного питания ООО «Трест» г. Юрга / И. Н. Третьякова // Конкуренция и монополия: Сборник материалов VI Всероссийской науч-

но-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 25–26 октября 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 195-200. – EDN MONLUU. – Текст: непосредственный.

Беляев Кирилл Игоревич, студент гр. ПЭм-231, II курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Жернов Евгений Евгеньевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ КАК АНТИНОМИЯ: К РАЗВИТИЮ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ВОПРОСА

Проблема теоретического осмысления и практического использования концепции монополистической конкуренции является весьма актуальной в условиях становящейся инновационной техноэкономики [2; 4]. Вместе с новой экономикой меняется парадигма оценки социально-экономического значения моделей монополии и конкуренции. Важными экономическими ресурсами сегодня становятся уникальные научные знания и предпринимательские таланты людей. Личностная природа знаний и талантов сотрудников помогает возникновению монополий. Концентрация когнитивных и производственных ресурсов обеспечивает последним требуемый рынком уровень общей производительности, модернизационной активности, они становятся лидерами в наукоемких отраслях. С ними связаны конкретные социальные выгоды и эффекты для национальной экономики, в первую очередь, возможность использования новейших технологий и техники, обеспечивающих новую индустриальную независимость страны.

Теория монополистической конкуренции – заметная часть экономической школы «Экономикс». В меньшей степени она изучается современной политической экономикой с позиции диалектического подхода. Конкуренция и монополия – противоположности (противоречия) единого явления хозяйствования. Они при этом разделены на два центра, находящихся в постоянном противостоянии. Такое диалектическое противоречие – начало появления и развития любого рынка.

Согласно М.В. Петрищеву, понятие «монополистическая конкуренция» представляет собой гносеологическое противоречие, антиномию-проблему [6]. Проблема антиномий есть проблема противоречий, в которых два положения (тезис и антитезис) признаны логически доказуемыми, равносильными и зиждутся они на одних и тех же основаниях. Р.М. Нуре-

ев, рассматривая марксистскую трактовку, пишет, что «антиномии, по К. Марксу, – это, прежде всего, такое воспроизведение противоречивой действительности, при котором само развитие предмета предстает перед исследователем как противопоставление тезиса и антитезиса» [5, с. 160-161]. В анализируемой антиномии соединены два взаимоисключающих понятия разных явлений. Если монополию и конкуренцию считать единством противоположностей, то их нельзя представить отдельными, существующими друг без друга, чего нет на практике. Есть ли синтез в новом теоретическом понятии «монополия конкуренция»?

Значение антиномии «конкуренция и монополия» для развития теории вопроса ясно показал Р.М. Нуреев [5, с. 160-161]. В отношении антиномий автор правомерно задается вопросом: «Действительно, чем они являются: воспроизведением действительных противоречий, возникающих в ходе развития реального объекта, или только результатом запутавшегося мышления – противоречиями процесса познания, противоречиями-рассуждениями?» [5, с. 160-161]. Есть ли на практике такое явление как монополистическая конкуренция? Примеры монополистической конкуренции на практике приведены в [8].

1. Розничная торговля: различные бренды и модели товаров (одежда, обувь, электроника и бытовая техника) с разными характеристиками, дизайном и ценами.

2. Рестораны и кафе: разнообразные меню, атмосфера и сервис, чтобы привлечь посетителей.

3. Автомобильная индустрия: различные модели и марки автомобилей с уникальными особенностями, стилем и производительностью.

4. Косметическая промышленность: различные косметические товары с разным спектром действия, составом и формулами.

5. Производство электроники: ассортимент электронных устройств, каждое из которых имеет свои особенности и функции.

Из этих примеров видно, что «субъектами рынка монополистической конкуренции могут быть отдельные предприятия малого и среднего бизнеса, обладающие гибкостью, простотой и дешевизной управления» [3].

И как же на практике противостоят друг другу монополия и конкуренция?

Р.М. Нуреев расценивает «роль противоречий действительности <...> как признак богатства теории: все новое и значительное выведено именно из противоречивости явлений» [5, с. 160-161]. Каким же образом можно примирить в теории разрешение действительных противоречий монополии и конкуренции? Если принять за теорию ее словесное изложение, то можно проанализировать «монополистическую конкуренцию» как оксюморон.

Оксюморон, как известно, называют соединением слов, выражающих логически несовместимые понятия, соотносимые с одним явлением.

Таким явлением можно считать, по нашему мнению, *теорию* монополистической конкуренции, а не самих монополию и конкуренцию. Акцент здесь следует сделать на то, что оксюморон описывает объект по-новому, с неожиданной стороны, не соответствующей принятому стереотипу. Для оксюморона характерно нарочитое использование противоречия с целью создания особенного эффекта авторского стиля. С психологической точки зрения, присущей экономике поведения, оксюморон есть способ разрешения неясной и необъяснимой на первый взгляд ситуации. Как разновидности антитезы (фигуры речи, где сравнивают два противоположных признака разных предметов) некоторые исследователи расценивают не только оксюморон, но и парадокс. Из-за различия экспрессивных функций этих составляющих группы противопоставлений, мы будем использовать их далее как самостоятельные стилистические приемы экономического анализа.

Разложение теории монополистической конкуренции (ТМК) в экономике, по методологии К. Маркса, состоит в безусловной защите догматов этой теории, а не в развитии до разрешения ее внутренних противоречий. Причиной разложения ТМК в рамках школы Экономикс является отказ от воспроизведения в теории противоречий действительности. Теоретик попадает в зависимость от видимости (кажимости) явлений, если отражая одну сторону существования и развития объекта, упускает другие.

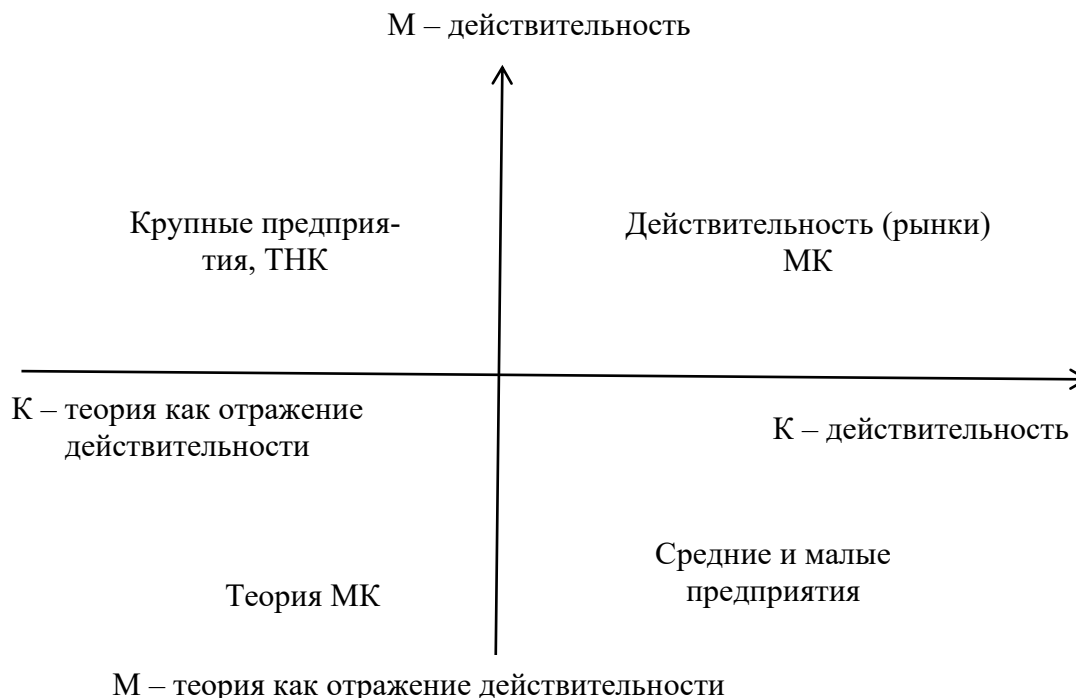
Проиллюстрируем эти теоретические положения конкретным примером монополии и конкуренции крупных, средних и малых предприятий. «В новой индустрии крупные производственные центры (монополисты. – Б.К.) останутся необходимыми. Без них не выпустить корабль, ракету, вагон, локомотив, ядерный реактор <...>. Но они не будут гигантами индустрии советского типа, заводами «полного» цикла с многотысячным трудовым контингентом. Это будут крупные, в том числе сборочные производства, практически безлюдные, полностью автоматизированные и роботизированные, компьютеризированные, информатизированные, частично самовоспроизводящиеся. Такие крупные производственные центры в своей деятельности будут опираться на широкие сети микропроизводителей: мини-фабрик и мини-заводов, фаблабов (конкурентов. – Б.К.) <...>. Именно эти сети будут снабжать производственные центры деталями, фурнитурой, комплектующими и т.д.» [7]. Приведенная в столь развернутой цитате ситуация отражает, на наш взгляд, непрерывное взаимодействие монопольно-конкурентных сил под воздействием новых направлений НТП – информатизации и цифровизации. Последняя объясняет парадоксальную на первый взгляд ситуацию безлюдности на крупных предприятиях, относимых к этой группе, как правило, по численности работающих.

Указывая на положительное влияние монополий на рост экономики, В.И. Бельский, Л.Г. Тригубович предлагают перевести *«акцент в исследовании влияния монополии на экономику и общество с оценки доминирующего положения на анализ конкурентного поведения организации и соци-*

альную значимость осуществляемой ею деятельности» [1, с. 32]. Особую роль в этом процессе они отводят так называемым «подрывным» инновациям. Последние «путем внедрения простых и дешевых решений в низкий ценовой сегмент уже устоявшегося рынка изменяют представление потребителей о показателях качества товаров и услуг, тем самым изменяя характер спроса и создавая предпосылки для организации новой технологической цепочки». В качестве современных примеров авторы приводят «изменение формата применения сотовой связи за счет технологии интернет-телефонии Skype, изменение компанией Google формата информационных и экономических моделей взаимодействия и т. д.» [1, с. 34].

Субъектами цифрового рынка могут быть средние и малые предприятия научной и инновационной сфер. Производимые ими новые продукты нередко остаются на уровне опытных экземпляров. Чтобы довести их до конечного потребителя, необходима кооперация с крупными предприятиями. В хозяйственной практике с СМБ (средним и малым бизнесом) обычно связывают локальные монополии на основе технологической уникальности производства дифференцированных продуктов. «Суть их деятельности нельзя объяснить из традиционного понимания монополизации, хотя в ряде случаев они обладают не меньшей рыночной властью, чем крупные предприятия» [9, с. 51].

В целом описанная картина в рассматриваемой области экономических знаний может быть представлена следующим образом (рис. 1).



где М – монополия, К – конкуренция, МК – монополия конкуренция, ТНК – транснациональные корпорации.

Рисунок 1 – Монополия и конкуренция в действительности и в теории

Итак, теоретический вывод исследования состоит в том, что при изучении конкуренции и монополии любого рынка необходимо отличать действительность и видимость (кажимость). В реальности, на практике противоречиво все. Внутренние противоречия некоторых явлений в принципе неразрешимы изнутри. Хотя нельзя оставлять попыток их разрешить с помощью диалектической триады Гегеля. В данной теме это: тезис-монополия – антитезис-конкуренция – синтез-монополия. Продолжая рассуждать и действовать по парадоксу, следует предположить наличие конкурентной монополии: тезис-конкуренция – антитезис-монополия – синтез-конкурентная монополия.

Изучение возможности создания теории конкурентной монополии – направление дальнейших исследований автора.

Список литературы:

1. Бельский, В. И. Исследование влияния монополии на экономику и общество в современных условиях / В. И. Бельский, Л. Г. Тригубович // Вестник института экономики НАН Беларуси. – 2020. – Вып. 1. – С. 23-39.

2. Жернов, Е. Е. Конкуренция в техноэкономике: к постановке вопроса / Е. Е. Жернов // 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. 88-92. – EDN ZXJENQ.

3. Лымарь, Е. Н. Монополистическая конкуренция в кризисный и посткризисный период / Е. Н. Лымарь // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 15. – С. 64-67.

4. Многоуровневый анализ формирования инновационной экономики: мир-система, регион, предприятие / С. И. Бабкина, Е. Е. Жернов, Н. А. Жернова [и др.]. – Кемерово: ООО «Авторское издательство Кузбассвузиздат», 2014. – 331 с. – ISBN 978-5-202-01270-9. – EDN UZNOZR.

5. Нуреев, Р. М. Очерки по истории марксизма (к 200-летию со дня рождения Карла Маркса). – Москва: КНОРУС, 2020. – 300 с.

6. Петрищев, М. В. «Монополистическая конкуренция» как антиномия-проблема / М. В. Петрищев // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). – С. 62-65. – EDN PDIEGN.

7. Развитие инновационной экономики: анализ, методы и модели // отв. ред. В.И. Суслов, науч. ред. О.В. Валиева. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2020. – 440 с.

8. Руднева, Е. Монополистическая конкуренция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.banki.ru/wikibank/monopolisticheskaya_konkurenciya/. – [06.10.2024].

9. Смирнов, А. В. Монополистическая конкуренция – модель инновационного развития / А. В. Смирнов // Вестник ТвГУ. Серия «Экономика и управление». – 2016. – № 2. – С. 48-53.

Белякова Снежана Сергеевна, студентка гр. ЭОб-211, IV курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Лариса Геннадьевна Шутько
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПРАКТИКА БОРЬБЫ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Конкуренция между компаниями за внимание потребителей достигла невиданных высот [1]. Для того чтобы выделиться на фоне конкурентов и привлечь клиентов используется множество оригинальных методов и форм рекламы. Однако не каждая реклама полностью раскрывает информацию о том товаре, который она рекламирует. Рекламная информация может быть недостоверной, сфабрикованной или же неполной, а в иных случаях даже оскорбительной. Сама подача рекламной информации тоже может отличаться – тут уж кто на что горазд: посты в интернет сетях, баннеры, плакаты, видео-клипы, интеграция в видео у медийных личностей. Выше обозначенные ситуации и проблемы призвана регулировать ФАС РФ. Но для начала рассмотрим, что такое реклама?

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [2]. Под объектом рекламы принимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама [2].

Ответим на вопрос о том, что нельзя указывать в рекламе? Общие требования описаны в ст. 5 Закона «О рекламе» № 38-ФЗ [3]. Перечень условий обширен, в нем среди прочего отмечается, что в рекламе запрещается:

- информация, порочащая репутацию кого-либо, включая конкурентов;
- использование грубых выражений, непристойных образов;
- применение иностранных слов, которые могут исказить информацию. Поэтому рядом с английскими фразами в рекламе часто ставят пояснение с переводом;
- оформление рекламного сообщения таким образом, чтобы оно напоминало дорожные знаки;
- не раскрывать полностью информацию о проводимых акциях. Например, упомянуть о скидке 50%, но умолчать о необходимых условиях для её получения.

В ст. 7 Закона «О рекламе» № 38-ФЗ указаны товары и услуги реклама которых запрещена [4]. В этот список входят:

- наркотические вещества;
- взрывчатые вещества за исключением салютов и другой пиротехники;
- табак;
- услуги по написанию дипломных (ВКР) и научных работ, диссертаций.

Реклама не имеет права пропагандировать агрессию, вводить потребителей в заблуждение, некорректно оценивать свою продукцию по сравнению с аналогами со стороны конкурентов и включать обидные выражения. Однако, соблюдение этих норм становится сложной задачей из-за того, что оценки могут быть субъективными. Как мы видим список сам по себе обширен и настоятельно рекомендуется самостоятельно с ним ознакомиться и особенно, если вы сами что-то намерены рекламировать. Обратите внимание, что одна, даже самая незначительная ошибка, например, шрифт перевода иностранных слов в рекламе, который немного меньше самих иностранных слов, может привести к ненужным проблемам, что уж говорить о более существенных (незаконных) ошибках. В реальной действительности компании ходят по тонкой грани, занимаясь рекламной деятельностью без необходимых нормативных знаний и компетенций. Каждая выявленная ситуация нарушения рекламного законодательства является предметом индивидуального рассмотрения органами ФАС РФ. При необходимости для принятия корректного решения регуляторными органами привлекаются эксперты в области культуры и искусства, проводятся опросы населения.

За нарушение правил по предоставлению рекламы следует соответствующая реакция со стороны правоохранительных органов. Нарушителю предъявляют штраф и обязанность убрать данную рекламу со всех мест и интернет-платформ, на которых она размещалась. Сам размер штрафа устанавливается в зависимости от критериев, установленных по виду рекламируемого продукта или услуги, а также ответственного лица за

данную рекламу (гражданин, должностное лицо или же юридическое лицо). Таким образом, минимальный штраф может достигать 10 тысяч, а максимальный 6 миллионов рублей [5].

Стоит подчеркнуть, что с 8 сентября 2024 года контролирующие органы будут накладывать административные санкции на банковские учреждения за отсутствие предоставления данных о процентной ставке по вкладам и текущем балансе на счетах клиентов. Размер штрафа за каждый отдельный случай сокрытия данной информации за каждого физического лица будет составлять 1000 рублей [6].

Помимо всего прочего, одним из ключевых документов, регулирующих обеспечение здоровой конкурентной среды и предотвращение любых форм недобросовестной конкуренции, является закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», принятый 23 июня 1999 года под номером 117-ФЗ [7]. Этот закон имеет значительное значение в установлении правил игры для всех участников рынка, определяя четкие границы их деятельности и способствуя созданию благоприятных условий для развития конкуренции и защиты интересов потребителей финансовых услуг.

В 2023 году антимонопольные органы страны получили 18 036 жалоб на нарушения в сфере рекламы, начали 3 383 проверки и пресекли 4 353 нарушения. Общее число заведенных административных дел равнялось 3 470. Было вынесено 2 597 постановлений о наложении штрафов на общую сумму 134 429 000 рублей. Антимонопольные органы также вынесли 1 553 предписаний о прекращении нарушений в сфере рекламы. В прошедшем году основные нарушения были связаны с рекламой через сети связи (31,4%) и финансовыми услугами (16,56%). Доля недостоверной рекламы составила 9,1 %, а объем рекламы, вводящей в заблуждение, увеличился до 9,1 %. Нарушения в рекламе товаров, запрещенных к продвижению, снизились до 5,9 %, а объем рекламы алкоголя остался на уровне 4%. Доля недобросовестной рекламы уменьшилась до 1,63%, однако наблюдается рост нарушений в рекламе на транспортных средствах (3,03%). Нарушения в рекламе товаров при дистанционной продаже также увеличились (1,59 %). Неэтичная реклама составила 1,81%, в то время как нарушения, связанные с рекламой игр с рисками, снизились до 0,1%. Только в 1,67% случаев в прошлом году были выявлены проблемы с рекламой инвестиционных инструментов, в отличие от предыдущего 2022 года, когда такие нарушения не фиксировались. [8].

Ярким примером нарушений антимонопольного законодательства является незаконное распространение рекламы через сети связи без согласия пользователей. Примером нарушения в области финансовых рынков является кейс из практики Орловского ТУ ФАС РФ, суть которого в следующем. В соответствии с жалобой частного лица, ПАО «Росбанк» было объявлено виновным в нарушении положений Ч.1 18-й ст. и Ч.1 28-й

ст. ФЗ от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»). ПАО «Росбанк» осуществлял рекламу банковских услуг (сберегательные счета, кредитные карты и вклады), используя рекламные звонки [8] гражданам. Было выявлено, что ключевое условие для законного размещения рекламы отсутствовало. Граждане не давали согласие на рассылку рекламных материалов финансовых услуг от ПАО «Росбанк», что обязательно по действующему законодательству.

Позиция судов, рассматривающих делом и антимонопольного регулятора совпали. Суды пришли к мнению, что распространение информации о финансовых продуктах ПАО «Росбанк» через телефонные звонки абонентам, в отсутствие их согласия – это незаконная реклама. В итоге, в результате разбирательства, ПАО «Росбанк» был оштрафован в размере ста тысячи рублей.

На примере АО «Почта Банк» рассмотрим кейс одного из наиболее распространенных антимонопольных нарушений в сфере рекламы на рынке финансовых услуг в 2023 году. Определим суть незаконной рекламы кредита АО «Почта Банк» под 4% годовых, размещенной на рекламном баннере в виде скроллера. На экране роллерного дисплея была изображен человек с головой вниз и текстом: «Почта Банк 4% годовых, Кредит наоборот, Банк деньги вернет с услугой «Гарантированная ставка». Видеоряд был снабжен пояснительной сноской (рис.1).

«Кредит «суперсмайт промо»; сумма – 1 000 001 – 6 000 000 руб.; срок – 36 – 84 мес.; процентная ставка – 17,9 % годовых; пересчет процентов по кредиту осуществляется при подключении клиентом услуги – «гарантированная ставка» (далее – услуга) и выполнении ее условий при уплате единовременной комиссии за сопровождение услуги в размере 11 % от суммы к выдаче, полном погашении задолженности по кредиту с условием внесения клиентом не менее 12 платежей с даты заключения договора и отсутствии просроченной задолженности в течение всего периода действия договора расходы клиента на уплату процентов по кредиту соответствуют расходам при ставке 4 % годовых. Услуга предусматривает выплату разницы между суммой процентов, начисленных по установленной договором процентной ставке и уплаченных клиентом по договору, и суммой процентов, рассчитанных в каждом платежном периоде по процентной ставке в соответствии с условиями услуги. По желанию клиента по кредиту предоставляются платные дополнительные услуги. Подробная информация – на roshtabank.ru АО «Почта Банк». Лицензия ЦБ РФ № 650»

Рисунок 1 – Кредитные условия по гарантированной ставке [8]

Что было не так в демонстрации кредитного рекламного баннера?
Ответ таков:

– мелкий шрифт текста сноски, выполненный черными буквами на белом фоне на странице баннера, который занимал всего 17% от всей площади рекламы (меньшую часть баннера);

– крупными буквами была выделена информация о «гарантированной процентной ставке» и возврате средств, что сразу привлекало внимание граждан. Эта часть рекламного баннера призвала обратить внимание на «мнимую» выгоду кредита для заемщика. Условия кредита выглядели привлекательными, так как сообщалось следующее: «4% годовых. Кредит наоборот. Банк гарантирует возврат денег». Заметим, что рекламный ролик длился всего восемь секунд.

Аргументы в пользу неправомерности действий банка в данном случае таковы.

1. В соответствии с пунктом 7 статьи 5 Закона «О рекламе» запрещается использование рекламы, которая не содержит важной информации о продвигаемом товаре, его приобретении или использовании, если это приводит к искажению сути информации и вводит потребителей в заблуждение

2. В рекламе кредита АО «Почта Банк» была указана только вызывающая к себе внимание информация о процентной ставке. Не были оговорены другие важные условия предоставления кредита. Информация была искажена, а потребители введены в заблуждение.

Негативный результат для АО «Почта Банк»: нарушение Закона о рекламе в части 3 ст.28 и части 7 ст. 5 и выплата штрафных 350 000 рублей.

Итак, выше рассмотренные кейсы из российской антимонопольной практики показывают, что проблема недобросовестной рекламы актуальна в настоящее время в сфере финансовых услуг и рынков. Только на первый взгляд наиболее привлекательные предложения кредитных продуктов вызывают особый интерес граждан. Однако для привлечения клиентов рекламодатели не всегда используют честные методы и средства, что влечет возможные финансовые негативные последствия для потребителей финансовых, банковских услуг, угрожает их материальному благополучию, способствует распространению практики нечестной рыночной конкуренции.

Список литературы:

1. Шутько, Л. Г. Развитие конкуренции в условиях реформирования российской экономики : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Л. Г. Шутько. – Кемерово, 2000. – 178 с.

2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 23.04.2024) «О рекламе», Статья 3. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе // СПС. КонсультантПлюс : справочно-правовая

система : сайт. – URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/4f41fe599ce341751e4e34dc50a4b676674c1416/ (дата обращения 27.05.2024).

3. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 22.04.2024, с изм. от 24.05.2024), Статья 14.3. Нарушение законодательства о рекламе // СПС. КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/2d50fc1c4013ea9ab20b8b2666c1650b1dc4c982/ (дата обращения 27.05.2024).

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.09.2024) // СПС. КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/deeb3189e859806a5eda495b89553a10d0f9b393/#dst18685 (дата обращения 24.09.2024).

5. Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23.06.1999 N 117-ФЗ (последняя редакция) // СПС. КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23496/ (дата обращения 27.05.2024).

6. Доклад по итогам обобщения правоприменительной практики осуществления антимонопольными органами государственного надзора в сфере рекламы за 2023 год // ФАС России: сайт. – URL:
https://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame (дата обращения 27.05.2024).

Блиничкина Надежда Юрьевна, профессор кафедры экономической теории, доктор экономических наук
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

РОЛЬ МОНОПОЛИИ В ПРОЦЕССЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В развитии теории экономической безопасности в настоящее время наблюдается определенный пробел в той сфере, которая непосредственно связана с микроэкономической теорией и с анализом функционирования базовых микроэкономических механизмов. В частности, хотя монополия и рассматривается многими авторами как серьезная угроза экономической безопасности [1-5], однако эта позиция основывается на специфике пони-

мания роли монополии на рынке и сущности самой экономической безопасности.

Экономическую безопасность принято рассматривать как определенное состояние экономики, в рамках которого помимо стабильности и развития обеспечивается также и эффективность функционирования хозяйственной системы [6, 126]. Монополия в существующих концепциях экономической теории рассматривается как модель рыночных отношений, которой свойственна низкая эффективность. В таком контексте логично предположить, что существование неэффективной с точки зрения рынка монополии должно оказывать отрицательное воздействие на обеспечение эффективности в системе экономической безопасности.

Необходимо подчеркнуть, что, согласно результатам анализа публикационной активности в рамках баз Киберленинки и E-library, большая часть исследований по данной проблематике относится к началу второго десятилетия XXI века (2010-2015 гг.), в то время как сегодня вопросы влияния монополий на экономическую безопасность авторами практически не рассматриваются. Исследователи, работавшие в данном направлении, отмечают угрозу снижения мотивации бизнеса к расширению и повышению качества продукции, замедления научно-технического прогресса [2, 135], наличие общего структурного неравновесия и ценовые диспропорции [4, 94]. Особо следует отметить работу Беловой И.Е., которая оценила динамику показателей экономической безопасности России, отметила существенное расхождение с пороговыми значениями и пришла к выводу, что к подобной ситуации в начале XXI века привела монополизация отечественной экономики, прошедшая в первое десятилетие после распада Советского Союза [1, 12-13].

Указанные заключения делаются на основе тех теоретических положений, которые основаны на результатах микроэкономического анализа деятельности монополий и их влияния на рынок. Однако следует учесть, что эффективность рынка не тождественна экономической безопасности страны. В отдельных случаях наиболее эффективные с точки зрения рынка процессы и явления могут рассматриваться как угроза экономической безопасности. Примером этому может служить предположение о необходимости ухода с рынка фирм в случае снижения спроса на их продукцию, которое напрямую ассоциируется с трудностями малого и среднего бизнеса и его банкротством, что в итоге ведет к возникновению социально-экономического напряжения и полностью противоречит принципам обеспечения экономической безопасности.

Для того, чтобы более точно определить роль монополии в системе экономической безопасности, необходимо провести статистический анализ и определить, существует ли зависимость между показателями экономической безопасности и показателями, характеризующими степень монополизации экономики. Здесь следует отметить, что особенности ведения госу-

дарственной статистики России не представляют данные о степени монополизации экономики в целом и позволяют оценить лишь степень монополизации отдельных отраслей экономики на основе индекса Херфиндаля-Хиршмана за относительно небольшой период с 2018 года. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что в рамках статистики представлены те отрасли отечественной экономики, для которых традиционно характерна наибольшая монополизация – добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, обеспечение электрической энергией, газом и паром.

Для определения возможного воздействия монополизации данных отраслей необходимо провести сравнение динамики степени монополизации с динамикой показателей, характеризующих экономическую безопасность. В качестве последних будут рассмотрены такие показатели как динамика ВВП, являющегося базовым критерием экономической безопасности, а также динамика индекса процветания – комплексного показателя, включающего в себя основные критерии, в наиболее полной мере характеризующие экономическую безопасность страны (значения показателей представлены в таблице 1).

Таблица 1 – Значения показателей экономической безопасности и индекса Херфиндаля-Хиршмана по отдельным отраслям экономики Российской Федерации

Показатель		Год					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Индекс процветания, баллы		63,1	63,9	63,1	60,9	64,2	62,9
ВВП, млрд. руб.		128 912,2	131 745,8	128 249,7	135 773,8	134 080,6	138 973,6
Индекс Херфиндаля-Хиршмана	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	176,33	142,1	136,8	141,76	141	140,51
	Обрабатывающие производства	54,64	248,7	172,1	172,07	160,53	165,88
	Добыча полезных ископаемых	111,8	124,3	110,5	115,32	157,6	154,74

Источник: Составлено автором по данным: Показатели, характеризующие состояние конкурентной среды. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный // Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/55735> (Дата обращения: 07.10.2024); The Legatum Prosperity Index. Advancing the understanding of national prosperity. Текст: электронный // The Legatum University: [сайт]. – URL: <https://www.prosperity.com/rankings> (Дата обращения: 15.08.2024).

Сравнение динамики приведенных в таблице 1 показателей дает следующую картину (рисунок 1).

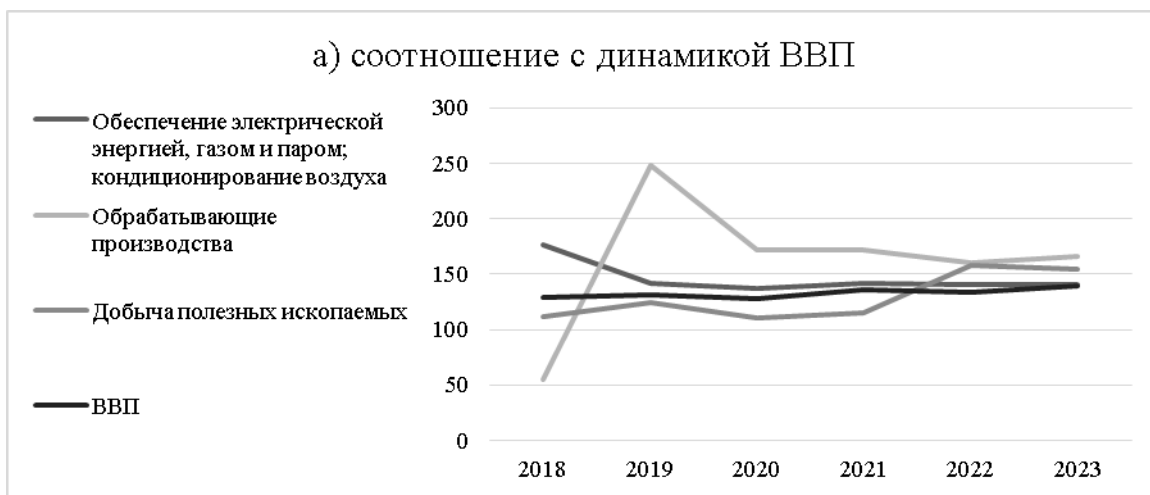


Рисунок 1 – Соотношение динамики показателей экономической безопасности и индекса Херфиндаля-Хиршмана по отдельным отраслям экономики Российской Федерации

Графики, представленные на рисунке 1, наглядно демонстрируют, что не следует однозначно говорить о прямой зависимости между монополизацией экономики и экономической безопасностью, по крайней мере, в настоящее время. Этот вывод подтверждается расчетом коэффициента корреляции по рассматриваемым показателям (таблица 2).

Таблица 2 – Коэффициент корреляции показателей экономической безопасности и индекса Херфиндаля-Хиршмана по отдельным отраслям экономики Российской Федерации

Показатели	Индекс Херфиндаля-Хиршмана		
	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование	Обработка производств	Добыча полезных ископаемых

	воздуха		
ВВП	-0,41047	0,259209	0,697331
Индекс процветания	0,01503	0,130009	0,422917

Источник: Рассчитано автором

В случае соотнесения значений индекса Херфиндаля-Хиршмана со значениями индекса процветания и вовсе не следует говорить о наличие какой-либо зависимости, так как значения коэффициента корреляции близки к нулю. Соотношение с ВВП показывает несколько иную картину в сфере добычи полезных ископаемых, где повышение уровня монополизации ведет к увеличению ВВП и наоборот, то есть по сути в данном случае увеличение степени монополизации сектора способствует обеспечению экономической безопасности.

В целом в настоящее время не стоит однозначно утверждать, что монополизация экономики для России ведет непременно к возникновению угроз экономической безопасности. Однако причина сложившейся ситуации может заключаться не только в объективных процессах воздействия монополий на экономику, но и в результатах антимонопольной политики правительства страны. Сказанное подразумевает, что изменение антимонопольной политики в потенциале может привести к изменению роли монополий в процессе обеспечения экономической безопасности, и существует необходимость проведения полномасштабного исследования данного феномена для выявления закономерностей его воздействия на хозяйственную систему в контексте защиты национальных экономических интересов и регулирования такого воздействия.

Список литературы:

1. Белова, И. Е. Монополия как угроза экономической безопасности России / И. Е. Белова // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. – № 4. – С. 11-14. – Текст: непосредственный.
2. Клименков, И. Н. Ограничение конкуренции как угроза экономической безопасности России / И. Н. Клименков // Закон и право. – 2020. – № 1. – С.134-136. – DOI 10.24411/2073-3313-2020-10033. – Текст: непосредственный.
3. Радюкова, Я. Ю. Естественные монополии в системе детерминант и угроз экономической безопасности национальной экономики / Я. Ю. Радюкова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 8. – С.90-95. – Текст: непосредственный.
4. Радюкова, Я. Ю. Государственное регулирование монополий как элемент обеспечения экономической безопасности страны / Я. Ю. Радюкова, И. В. Белова // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. – №5. – С. 93-99. – Текст: непосредственный.

5. Шалаев, И. А. Реформирование естественных монополий в сфере экономической безопасности / И.А. Шалаев, К.Е. Бурцева, В.П. Брянский // Экономика и социум. – 2017. – №1-2 (32). – С. 964-968. – Текст: непосредственный.

6. Орлова, А. В. Эволюция понятия «экономическая безопасность» / А. В. Орлова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «История. Политология. Экономика. Информатика». – 2012. – № 19 (138), вып. 24/1. – С. 124-131. – Текст: непосредственный.

Буланова Татьяна Игоревна, студент гр. ЦБ и ФТ21о1

Научный руководитель – к.э.н., доцент Вишневер Вадим Яковлевич
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

К ВОПРОСУ О НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКИХ ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Под конкуренцией на товарных рынках понимается состязательность хозяйствующих субъектов, при которой их самостоятельные действия ограничивают возможности каждого из них односторонне влиять на общие условия обращения товаров на рынке. Естественно, что любой хозяйствующий субъект стремится охватить большую долю рынка, привлечь как можно больше клиентов и увеличить свою прибыль. Однако не все субъекты находятся в равных условиях, все они обладают разным набором способностей и возможностей [1].

Конкурируя с другими, субъекты могут прибегать как к добросовестным методам, честным и не нарушающим законы ведения бизнеса, так и к недобросовестным, незаконным или нарушающим нормы морали. При добросовестной конкуренции производители повышают качество продукции или услуги, внедряют инновации, предлагают дополнительные услуги, но в первую очередь они ведут «войну цен»: снижают цены, вводят акции, скидки и т.п. [5].

Методы же недобросовестной конкуренции имеют такие последствия, как нанесение ущерба хозяйствующим субъектам, приводя к убыткам в экономике страны [2]. Именно поэтому законодательство РФ запрещает осуществление недобросовестной конкуренции [3]. Можно также выделить её основные методы, которые указаны в статье 14:

1. Распространение ложных, неточных или искажённых сведений (или дискредитирование репутации конкурентов)

2. Введение потребителя в заблуждение касательно свойств и характеристик товара, искажение информации для преподнесения продукта с более выгодной стороны

3. Некорректное сравнение продукции конкурента со своей

4. Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности, исключительных прав на средства индивидуализации, а также создание смещения, т.е. использование схожих обозначений, наименований, копирование внешнего вида для маскировки товара с более низким качеством

5. Незаконное получение, использование и разглашение информации, которая составляет коммерческую и служебную тайну.

Следует упомянуть, что в пункте 8 статьи 14 данного закона запрещаются и другие, не упомянутые выше, формы недобросовестной конкуренции, что подтверждает факт того, что вариаций недобросовестной конкуренции невероятно много [2].

Основываясь на множестве случаев из практики, к методам недобросовестной конкуренции также можно отнести:

1. Промышленный шпионаж, который может включать в себя прослушку телефонов или офисов, подкуп или переманивание сотрудников.

2. Коррупцию

3. Сговор компаний

4. Шантаж конкурентов

5. Демпинг, т.е. искусственное снижение цен, и т.д.

Еще одним последствием применения методов недобросовестной конкуренции является монополизация рынка. На данный момент функцию контроля за соблюдением антимонопольного законодательства исполняет Федеральная антимонопольная служба, отделения которой можно найти по всей территории страны. При обнаружении акта недобросовестной конкуренции или предпосылок к этому хозяйствующие субъекты имеют право обратиться в одно из них с заявлением.

Несмотря на то, что в нашей стране есть орган, препятствующий распространению недобросовестной конкуренции, она широко распространена в России, и её проявления все также разнообразны.

Например, следующий пример демонстрирует распространение лжи о товаре. Производитель чая «Краснодарский» заявлял, что он производится в Краснодарском крае, но оказалось, основой напитка был чайный лист из Китая, Танзании и Индии. Компания проиграла дело в суде. Данная ложная информация негативно сказалась не только на потребителях, но и на компаниях, реализующих чай именно из Краснодара.

Также примером является случай с «Почтой России». Московское УФАС направило претензии к рекламному слогану компании «Меняемся, чтобы быть ближе. Одна страна, одна почта». Из этих слов следует, что

«Почта России» - это единственная компания, занимающаяся доставкой, при том, что в нашей стране около 30 тысяч курьерских компаний. В итоге «Почта России» проиграла суд. В данном примере идет речь о некорректном сравнении.

Также ФЗ «О защите конкуренции» фиксирует запрет на имитацию или копирование товара конкурента: наименование, дизайн, упаковка и т.п. Так за незаконный нейминг российский завод получил штраф 100 тысяч рублей, когда выпустил напиток со вкусом лесных ягод и назвал его «ICE Ягода». При этом на рынке уже существовал напиток с похожим названием – «АЙСИ Ягода».

Примеров подделок или реплик товаров в России огромное количество, особенно в настоящее время, после ухода с российского рынка большого количества зарубежных брендов.

Следующий пример раскроет суть такого метода недобросовестной конкуренции, как реклама под чужим товарным знаком. Создатель приложения для смартфонов по поиску сервиса для ремонта машин CarFix назвал своё приложение «Ремонтиста». Ища в Интернете данное приложение, пользователи попадали на сайт одноименного российского сервиса по поиску СТО. В итоге на CarFix подали в суд, и в результате компания должна была выплатить 1 млн рублей. Единственным исключением правила об использовании товарных знаков является франшиза. Только так можно использовать известные логотипы и названия. Примерами франшиз являются такие бренды, как «Магнит» и «Пятерочка»

Все, приведенные выше нарушения, составляют лишь малую часть от того, что в действительности встречается на практике. Если подводить выводы всему вышесказанному, то необходимо отметить, что добросовестная конкуренция, как соперничество производителей за нишу, ресурсы и потребителя, т.е. за лучшие условия для производства и реализации продукции, способствует нормальному функционированию рыночной экономики и оказывает положительное влияние на экономическое положение страны. Нечестное ведение конкурентной борьбы приводит к дезорганизации рынка, препятствует стабильному функционированию экономики страны. [4]

Для борьбы с недобросовестной конкуренцией не только в России, но и во всем мире применяются специальные меры, которые можно разделить на те, что направлены на защиту либо восстановление прав, и на те, что стимулируют конкуренция в тех отраслях или рынках, где ее недостаточно. Первостепенной задачей антимонопольных органов и государства должна быть минимизация последствий таких действий для хозяйствующих субъектов и для экономических отношений в целом.

Список литературы:

1. Газзаева, М.Т. Недобросовестная конкуренция на товарных рынках // Право и государство: теория и практика. – 2022. – №5 (209). – С. 76-78.
2. Кулапов, М.Н. Развитие мер по борьбе с недобросовестной конкуренцией в Российской Федерации / М.Н. Кулапов, О.Ю. Кириллова, С.Г. Васин, Т.А. Блинова // Российское конкурентное право и экономика. – 2022. – № 2 (30). – С. 16–27,
3. Рузаева Е.М. Развитие недобросовестной конкуренции как социального явления // Конкурентное право №03/2024. С. 18-21.
4. Сенков, В.А. Недобросовестная конкуренция как угроза экономической безопасности: формы проявления в Российской Федерации / В.А. Сенков, Д.Ю. Домничев, М.В. Карп, И.В. Бардина // Экономическая безопасность. – 2024. – Том 7. – № 6. – С. 1609-1620.
5. Юсупова, А. Ф. Недобросовестная конкуренция: формы и средства борьбы // Вопросы российской юстиции. – 2022. – №17. – С. 465-474.

Бутин Данила Алексеевич, студент гр. с1-ЭБЗ-42

Кизенко Алексей Андреевич, студент гр. с1-ЭБЗ-42

Научный руководитель – к.э.н., доцент Баширзаде Рамила Рафаил кызы
ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет
имени Гагарина Ю.А.», г. Саратов

ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ» КАК ПРИМЕР ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ

Конкуренция – это процесс соперничества между участниками рынка за лучшие условия производства, продажи и потребления товаров и услуг. Конкуренция стимулирует производителей улучшать качество продукции, снижать издержки и внедрять инновации, а также способствует развитию технологий и повышению уровня жизни населения. Под монополией понимается ситуация, когда на рынке присутствует только один продавец товаров или услуг. Монополисты контролируют рыночную цену и доминируют в производстве продуктов, не имеющих аналогов. Монополии могут возникать естественным образом, из-за экономии на масштабах производства или искусственно, благодаря барьерам для входа на рынок других фирм.

Взаимодействие конкуренции и монополии проявляется в различных формах. С одной стороны, монополии стремятся ослабить или уничтожить конкуренцию, устанавливая высокие цены и ограничивая доступ к своим

товарам и услугам. С другой стороны, монополии усиливают конкуренцию, изменяя ее виды и формы проявления. В условиях рынка монополии сталкиваются с конкуренцией между собой, конкуренцией внутри монополий и конкуренцией между монополиями и предприятиями-аутсайдерами. Это приводит к появлению новых видов конкуренции, таких как монополистическая конкуренция и международная конкуренция.

Монополии также способствуют развитию неценовой конкуренции, которая включает стимулирование сбыта, рекламу, размещение продукции и разработку продвижения торговых марок. Большинство фирм при вхождении на рынок с новым товаром или услугой разрабатывают маркетинговые стратегии, направленные на завоевание монопольного положения на рынке. Сегодня большинство экономистов полагает, что рыночное соревнование, то есть вопрос о том, существуют ли достаточно низкие барьеры для входа на рынок, является более важным при оценке социальных издержек монополии. Рынки с несовершенной конкуренцией требуют постоянного мониторинга и регулирования со стороны государства, чтобы обеспечить справедливое распределение ресурсов и защиту прав потребителей. Одной из ситуаций на рынке является естественная монополия. Это состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции из-за технологических особенностей производства. Товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены другими товарами, поэтому спрос на них меньше зависит от изменения цены. Ярким представителем естественной монополии является ОАО «РЖД». Российские железные дороги (РЖД) представляют собой государственную монополию на рынке железнодорожных перевозок в России. РЖД является единственным оператором, который предоставляет услуги по грузовым и пассажирским перевозкам по железной дороге.

Выделим основные аспекты деятельности данной компании:

1. *Государственное регулирование.* ОАО «РЖД» регулируется государством, и его тарифы на перевозки устанавливаются с учетом экономических условий и социальных факторов.

2. *Отсутствие конкуренции.* На рынке железнодорожных перевозок в России отсутствуют другие крупные игроки, что может приводить к недостатку стимулов для улучшения качества услуг и снижения цен.

3. *Инвестиции и развитие.* Как монополия, ОАО «РЖД» несет ответственность за развитие инфраструктуры, включая обновление путей, станций и подвижного состава. Это требует значительных инвестиций, которые могут быть ограничены в условиях бюджетных расходов.

4. *Социальные обязательства.* ОАО «РЖД» выполняет ряд социальных функций, таких как обеспечение доступности транспортных услуг для населения, особенно в удаленных регионах.

5. *Проблемы и критика.* Монопольное положение ОАО «РЖД» подвергается критике за низкое качество обслуживания, высокие тарифы и неэффективность. Некоторые эксперты предлагают рассмотреть возможность частичной либерализации рынка для повышения конкуренции и улучшения сервиса.

6. *Модернизация и инновации.* ОАО «РЖД» активно работает над внедрением новых технологий, таких как автоматизация процессов и цифровизация, что может повысить эффективность работы компании.

Также рассмотрим некоторые статистические данные:

1. *Объем перевозок.* В 2022 году ОАО «РЖД» перевезло около 1,2 миллиарда пассажиров и более 1 миллиарда тонн грузов. Касаясь зарубежных компаний, Deutsche Bahn (Германия) в 2022 году перевезла около 1,3 миллиарда пассажиров и 250 миллионов тонн грузов. В то время как Amtrak (США) обслуживает около 32 миллионов пассажиров в год.

2. *Протяженность сети.* Протяженность железнодорожной сети в России составляет около 87 тысяч километров. Для сравнения, железнодорожная сеть Union Pacific (США) составляет около 51 тысячи миль (примерно 82 тысячи километров), а сеть SNCF (Франция) – около 30 тысяч километров.

3. *Прибыльность.* В 2022 году чистая прибыль ОАО «РЖД» составила около 200 миллиардов рублей.

4. *Инвестиции.* В последние годы ОАО «РЖД» активно инвестирует в модернизацию инфраструктуры, выделяя десятки миллиардов рублей на обновление подвижного состава и инфраструктуры.

5. *Электрификация и устойчивость.* Примерно 50% железнодорожной сети в РФ электрифицировано, но есть планы по дальнейшему увеличению этого показателя. В Европе электрификация достигает более 60-70%, с акцентом на устойчивые технологии и сокращение углеродного следа.

В целом, из вышеприведенной информации можно сделать вывод, что ОАО «РЖД» является крупной компанией, не уступающей по объемам и качеству деятельности зарубежным компаниям. Российские железные дороги (ОАО «РЖД»), как монополист, сталкивается с рядом угроз, которые могут негативно сказаться на их деятельности и на рынке в целом (рисунок 1).

ОАО «РЖД» оказывает огромное влияние на внутренний рынок России, в частности, на такие аспекты, как:

1. *Экономика и грузоперевозки:*

- Транспортировка товаров: ОАО «РЖД» является основным перевозчиком грузов по всей стране, что обеспечивает логистику для множества отраслей, включая промышленность, сельское хозяйство и торговлю.

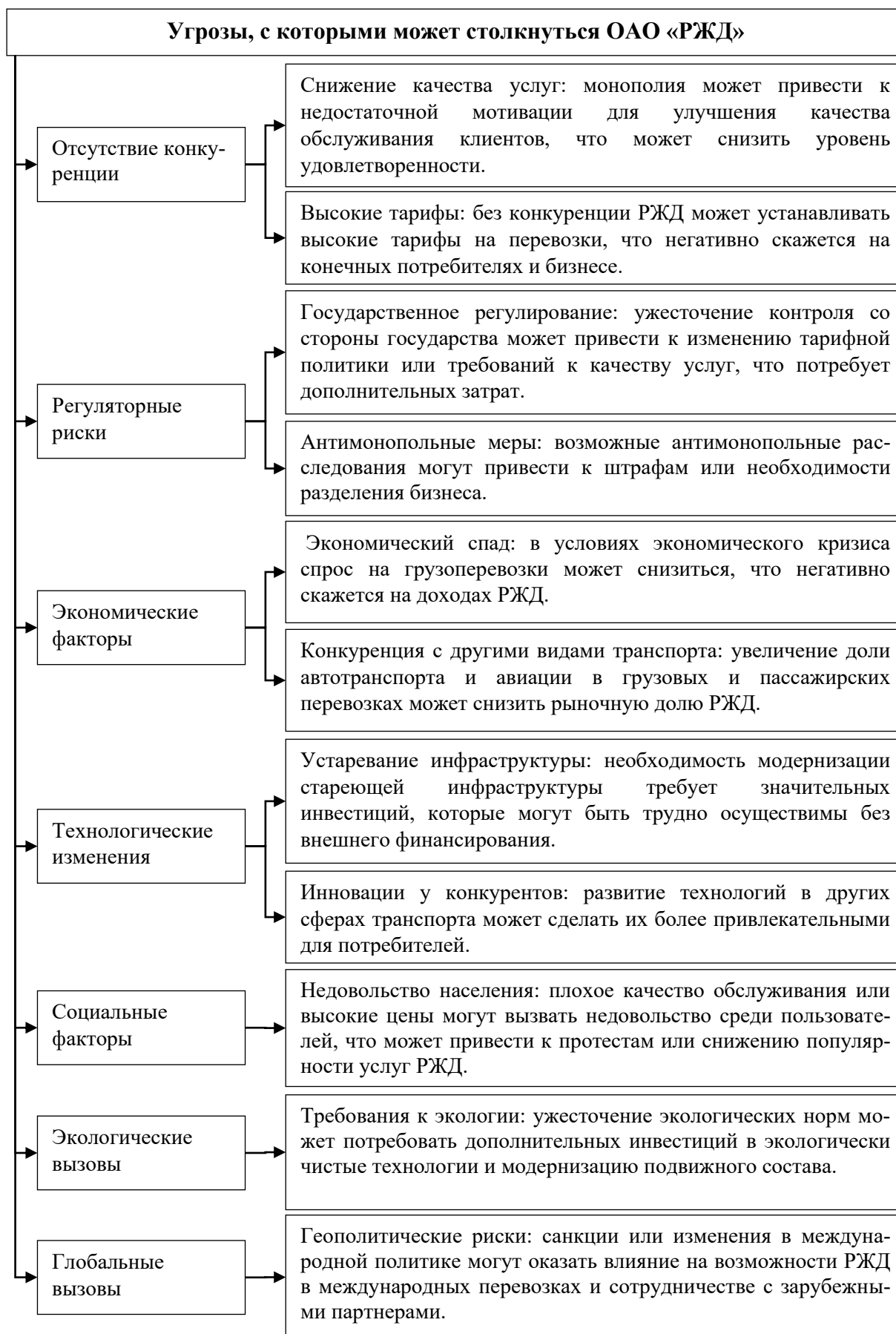


Рисунок 1 – Угрозы, с которыми может столкнуться ОАО «РЖД»

- Цены на товары: тарифы на железнодорожные перевозки могут влиять на конечные цены товаров, что сказывается на инфляции и покупательской способности населения.

2. *Инфраструктура:*

- Развитие регионов: инвестиции в железнодорожную инфраструктуру способствуют развитию удаленных регионов, облегчая доступ к рынкам и ресурсам.

- Создание рабочих мест: строительство и модернизация железнодорожных объектов создают рабочие места как в самой ОАО «РЖД», так и в смежных отраслях.

3. *Конкуренция и рынок услуг:*

- Монополия: отсутствие конкуренции в сфере железнодорожных перевозок может приводить к высокому уровню тарифов и низкому качеству обслуживания.

- Влияние на другие виды транспорта: ОАО «РЖД» также конкурирует с другими видами транспорта, такими как автотранспорт и авиация, что влияет на общую динамику цен и качества услуг на транспортном рынке.

4. *Социальные аспекты:*

- Доступность транспортных услуг: ОАО «РЖД» обеспечивает доступность транспортных услуг для населения, особенно в отдаленных районах, что способствует социальной интеграции.

- Субсидирование: в некоторых случаях государство субсидирует железнодорожные перевозки для обеспечения доступности услуг для населения.

5. *Экологические факторы:*

- Экологичность: железнодорожный транспорт считается более экологически чистым по сравнению с автотранспортом, что способствует снижению выбросов углекислого газа.

6. *Инновации и технологии:*

- Цифровизация: внедрение новых технологий и автоматизация процессов в ОАО «РЖД» могут повысить эффективность работы и улучшить качество обслуживания клиентов.

Эти угрозы требуют от ОАО «РЖД» гибкости и готовности к изменениям, а также стратегического планирования для обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности на рынке. Монополия играет двойную роль в обществе. С одной стороны, монополия может ограничить выпуск продукции и установить более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что порождает неразумное назначение ресурсов и является условием усиления неравенства доходов. С другой же стороны, продукция монополистических компаний имеет отличительную особенность в виде качества, что и предоставило возможность им завоевать преобладающее положение на рынке.

Таким образом, полагаем, что монопольное положение ОАО «РЖД» оправдано, т.к. железнодорожные перевозки – рынок, где наличие конкуренции будет приносить больше ущерба, чем пользу потребителям. Можно сделать вывод о том, что ОАО «РЖД» – яркий пример естественной монополии.

Список литературы:

1. Топалова, Е. И. Монополия: сущность, типы, «за» и «против» монополии / Е. И. Топалова, Т. А. Шолохова // Инновационные научные исследования. – 2020. – № 12-2 (2). – С. 273-278.

2. Гарнов, М. Г. Понятие монополии. Виды монополии. Регулирование монополий / М. Г. Гарнов // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования: сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 27 июня 2018 года. – Пенза: «Наука и Просвещение», 2018. – С. 92-95.

3. Официальный сайт ОАО «РЖД». – Текст: электронный // <https://company.rzd.ru/>: [сайт]. – URL: <https://company.rzd.ru/> (дата обращения: 01.10.2024).

4. Абдуразакова, И. С. Естественные монополии в России и необходимость регулирования их деятельности / И. С. Абдуразакова // Ломоносовские чтения на Алтае: фундаментальные проблемы науки и образования: Сборник научных статей международной конференции, Барнаул, 20-24 октября 2015 года / Алтайский государственный университет. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2015. – С. 102-106.

5. Чанкарова, А. Д. Естественные монополии в Российской Федерации / А. Д. Чанкарова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2020. – № 2(27). – С. 83-85.

6. Алевранов, В. Г. Конкуренция и монополия в России / В. Г. Алевранов, С. А. Мамий // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 12-1 (82). – С. 21-23.

7. Монополия: что это такое в экономике, виды и формы, характерные черты, причины возникновения и примеры монополистов в России и мире. – Текст: электронный // Бизнес-секреты Т-Банка: [сайт]. – URL: <https://secrets.tinkoff.ru/glossarij/monopoliya/> (дата обращения: 01.10.2024).

8. Что такое монополия в экономике и что регулирует антимонопольное законодательство. — Текст: электронный // Совкомблог: [сайт]. – URL: <https://journal.sovcombank.ru/umnii-potrebitel/chto-takoe-monopoliya-v-ekonomike-i-chto-reguliruet-antimonopolnoe-zakonodatelstvo> (дата обращения: 01.10.2024).

9. Сколько россиян путешествует на поездах и какие маршруты самые популярные. – Текст: электронный // Журнал Т-Банка: [сайт]. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/railroad-stat/> (дата обращения: 01.10.2024).

10. Баширзаде, Р.Р. Конкуренция и монополия как основа формирования адаптивных цепочек поставок для логистической системы строительно-жилищного комплекса / Р.Р. Баширзаде // 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. 16-20.

11. Формирование конкурентоспособной российской экономики: проблемы и цифровые возможности / Р.Р. Баширзаде, Е.Г. Жулина, И. В. Кузнецова [и др.]. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью «Амирит», 2019. – 132 с.

Васильева Анастасия Васильевна, студент гр. УЦИ23-1, II курс

Хроян Юлия Эдиковна, студент гр. УЦИ23-1, II курс

Научный руководитель – д.э.н., доцент Коряков Алексей Георгиевич
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Недобросовестная конкуренция – явление, возникающее в рыночной экономике и наносящее финансовый и репутационный ущерб другим участникам рынка. Это явление может принимать различные формы, включая введение потребителей в заблуждение, подделку продукции, клевету на конкурентов и использование чужих товарных знаков. Недобросовестная конкуренция может касаться всех экономических агентов, которые в том или ином виде ведут конкурентную борьбу, однако, наибольшее значение она имеет в конкурентных отношениях между фирмами и коммерческими организациями. Важно отметить, что данный фактор выступает важным элементом в системе обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций [1].

Поэтому производитель несёт ответственность за те меры привлечения клиентов, которые он использует. Главная задача менеджера «получить максимально возможную прибыль без ущерба репутации компании».

Рассмотрим существующие виды и формы недобросовестной конкуренции:

Мошенничество – Введение клиентов в заблуждение путем распространения ложной информации о конкуренте;

Искажение фактов – это обман потребителей относительно качества продукта. Недобросовестное сравнение – попытка представить товар или бренд лучше, чем у конкурентов;

Использование чужой интеллектуальной собственности – использование участником рынка фирменного стиля конкурента для привлечения клиентов;

Кража коммерческой тайны – использование чужой информации в своих целях;

Демпинг – это снижение цен с целью вытеснения конкурентов с рынка. Копирование продуктов, услуг и общедоступных коммерческих аспектов других людей, таких как названия брендов, логотипы и т. д. Данный вид недобросовестной конкуренции можно часто встретить в недружественных странах Северной Америки [2]/

Так же, есть и более «жесткие» виды недобросовестной конкуренции (Рис.1).



Рисунок 1 – Виды «жесткой» недобросовестной конкуренции

Источник: режим доступа: <https://artpatent.ru/articles/obshchie-ponyatiya/nedobrosovestnaya-konkurenciya-ee-vidy-i-sushchnost/>. Дата обращения 01.10.2024

Ущемление деловых и коммерческих интересов фирмы-конкурента может рассматриваться как форма недобросовестной конкуренции. Это

включает в себя действия, которые наносят вред конкурентам или ставят их в невыгодное положение на рынке, например:

- дезинформация;
- нарушение прав;
- неправомерные методы [3].

Следует рассмотреть пример, о том, как выявить недобросовестную конкуренцию: ситуация «дискриминации конкурента».

К сожалению, на рынке нередки случаи, когда безответственные предприниматели создают рекламу, которая сравнивается с продуктом или услугой с конкурента. А это нарушает права владельцев и может быть воспринято как подавление, особенно если сравнение не является объективным или корректным. Это особенно важно учитывать при разработке антикризисных мер, направленных на обеспечение финансовой устойчивости организаций [4].

Возникает вопрос: какая ответственность грозит за недобросовестную конкуренцию?

Выявление недобросовестной конкуренции требует внимательного анализа различных аспектов бизнеса и рынка, поскольку количество ее случаев неуклонно растет год от года (см. табл. 1).

Таблица 1 – Динамика случаев недобросовестной конкуренции

Год	Количество зарегистрированных случаев
2020	250
2021	300
2022	400
2023	400

Источник: режим доступа https://fas.gov.ru/documents/type_of_documents/analytics (дата обращения 01.10.24)

Ответственность за такие действия может быть как гражданской, так и уголовной. Рассмотрим подробнее различные виды ответственности за недобросовестную конкуренцию.

Например:

1. Провести анализ рынка и конкурентной среды, чтобы выявить возможные нарушения:
 - Отследить действия конкурентов, их ценообразование, условия работы с поставщиками и клиентами.
2. Собрать доказательную базу:
 - Сохранить копии рекламных материалов, договоров, переписки, фото.
3. Подготовить жалобу в антимонопольную службу:

- Описать все найденные нарушения со ссылками на доказательства.
 - Указать требования о прекращении недобросовестной конкуренции и возмещении убытков.
4. Рассмотреть возможность судебного разбирательства:
- Проконсультироваться с юристом о перспективах иска.

Компенсация ущерба:

– Ущерб: потерпевшие могут требовать компенсации за ущерб, упущенную выгоду и упущенную выгоду, вызванные неправомерными действиями конкурентов.

– Доказательства: чтобы получить льготы, вы должны предоставить доказательства того, что действия ваших конкурентов были несправедливыми и причинили вам вред.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что недобросовестная конкуренция становится все более актуальной проблемой для бизнеса в России.

Меры противодействия недобросовестной конкуренции характеризуются в каждом конкретном случае уникальностью результата, четко определенными сроками реализации и бюджетными ограничениями. В этом отношении эти меры могут быть оформлены и реализованы на практике как проект, программа или портфель проектов. А значит к ним приложима методология проектного менеджмента. Это, в частности, такие методы, как – управление содержанием проекта, управление сроками и расписаниями, управление стоимостью проекта. Можно также отметить, что при разработке и реализации проекта по противодействию недобросовестной конкуренции важно осуществлять эффективное вовлечение заинтересованных сторон в осуществление этих мероприятий используя модели проектного управления стейкхолдерами. С точки зрения структуры жизненного цикла таких проектов, то она зависит от конкретной предметной области и может быть как итеративно-инкрементальной, так и предиктивной [5].

В заключение отметим, что недобросовестная конкуренция является огромной проблемой, требующей внимания общественности и государства. Честная конкуренция – это основа здорового рынка, она способствует его развитию. Только совместными усилиями мы сможем создать условия для честной конкуренции между бизнесом и защитить интересы потребителей. Вот почему в рамках создания и управления новым проектом/продуктом, необходимо использовать методы продвижения, которые не будут нарушать законодательство РФ, и вовремя отслеживать действия конкурентов, чтобы избежать дискредитации компании со стороны недобросовестных производителей.

Ответственность за недобросовестную конкуренцию может быть многообразной и затрагивать как гражданские, так и уголовные аспекты. Важно понимать, что защита своих интересов на рынке требует активных

действий и готовности использовать все доступные механизмы для борьбы с недобросовестными практиками. Создание честной конкурентной среды не только защищает интересы бизнеса, но и способствует развитию рынка в целом. Разрабатывая меры противодействия недобросовестной конкуренции следует использовать методологию проектного управления.

Список литературы:

1. Коряков, А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
2. Lisin A., Kushnir A., Koryakov A.G., Fomenko N., Shchukina T. Financial stability in companies with high esg scores: evidence from north america using the ohlson o-score // Sustainability. – 2022. – Т. 14. – № 1.
3. Лобова, А.К. Типология антикризисных мер, направленных на обеспечение финансовой устойчивости промышленного предприятия / А.К. Лобова, А.Г. Коряков, К.В. Балдин, А.А. Ефремов, А.Т. Алиев // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 356-360.
4. Коряков, А.Г. Методические аспекты обоснования штатных управленческих решений на российских предприятиях / А.Г. Коряков, М.В. Захарова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2022. – № 7. – С. 24-28.
5. Астафьева, О.В. Проектный менеджмент: базовый курс. учебник / О.В. Астафьева, И.В. Корнеева, А.Г. Коряков, А.А. Латорцев, К.Ю. Мухин, С.А. Полевой, Т.Х. Усманова // Сер. Бакалавриат. – Москва, 2021. – Издательство: «КноРус». – С. 192.

Вегнер Анастасия Игоревна, студентка гр. ПЭмоз-241, I курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Бизнес-процесс представляет собой комплекс связанных действий или задач, которые выполняются для создания определенного продукта или услуги с учетом потребностей клиентов [1].

Управление бизнес-процессами – важнейший элемент эффективного функционирования, развития и роста любого предприятия. Для достижения поставленных целей и задач при использовании минимальных человеческих и финансовых ресурсов все бизнес-процессы предприятия должны

быть описаны и структурированы. Их необходимо внедрить в деятельность предприятия и постоянно контролировать. Регулярная оптимизация дает возможность устранить слабые места и повысить эффективность работы всего предприятия [7].

Бизнес-процесс календарного планирования является одним из ключевых аспектов успешного функционирования бизнеса. Он позволяет оптимизировать использование ресурсов, контролировать их доступность, выполнение конкретных работ и достигать поставленных целей в установленные сроки. Календарное планирование необходимо для упрощения контроля над выполнением задач в рамках конкретного проекта, а также для оценки возможностей их выполнения и упорядочивания работы команды.

Актуальность календарного планирования в условиях деятельности предприятия обусловлена необходимостью обеспечения ритмичности производства, выполнения плановых заданий и устойчивого развития предприятия. Оно позволяет организовать слаженную работу всех звеньев предприятия, использовать ресурсы наиболее полно и эффективно, а также своевременно выпускать продукцию согласно договорным обязательствам [2].

Календарное планирование – это процесс создания и утверждения календарного плана-графика проекта, который включает в себя перечень работ и сроки их выполнения, а также контрольные точки.

Календарный график позволяет:

- определить оптимальную последовательность работ;
- установить даты начала и завершения каждого этапа проекта;
- адекватно оценить загруженность имеющегося оборудования;
- учесть возможные риски и временные задержки;
- упростить контроль за выполнением каждого вида работ [6].

Процесс оптимизации календарного графика можно рассмотреть на примере деятельности ОАО «КОРМЗ». Кемеровский опытный ремонтно-механический завод разрабатывает и выпускает дорожно-коммунальную технику, а также навесное оборудование к тракторам и автогрейдером для обслуживания дорог.

Завод постоянно работает над созданием образцов нового оборудования как для уже существующих машин, так и для машин, находящихся на этапе разработки. Это необходимо для ещё большей привлекательности предприятия и универсальности рабочего оборудования [3].

Для того, чтобы поставлять заказанную продукцию в срок, работникам завода следует изготавливать её по четкому графику с указанием времени каждого этапа работ. А для реального применения созданного графика необходимо его периодически оптимизировать и вносить некоторые ограничения, такие как доступные ресурсы, сроки каждого этапа работ и

имеющийся бюджет. На основе этих критериев предприятие должно проводить оптимизацию календарного графика в три этапа:

- учет доступности ресурсов и возможность изменения их количества

- учет временных рамок;

- расчет стоимости выполненных работ [8].

Оптимизация с учетом доступности ресурсов предприятия должна быть проведена исходя из следующих причин:

- количество доступных ресурсов предприятия меньше требуемых;

- объем работ, который запланирован на определенные сроки, не может быть выполнен за счет имеющихся ресурсов, например, трудовых. Для разрешения такой ситуации применяется метод выравнивания ресурсов. В этом случае менеджеры изменяют степень загрузки ресурсов либо их объем. Далее следует изменить график проекта так, чтобы запланированный объем работы был выполнен в сроки, предусмотренные планом, в зависимости от количества доступных ресурсов. Данная процедура проводится путем переноса требуемых сроков выполнения отдельных видов работ с учетом технологии, которая необходима для их выполнения;

- сроки выполнения работ по плану отличаются от тех сроков, на которые ресурсы были выделены.

Следующим этапом следует проводить оптимизацию календарного графика изготовления каких-либо изделий с учетом временных рамок. Цель данного этапа – обеспечение соответствия сроков проекта требуемым (согласно договору, заключенному с покупателями). Во избежание дополнительных издержек предприятия следует сокращать продолжительность работ. Это можно сделать при помощи следующих методов:

- произвести еще большую детализацию работ;

- переоценить их длительность;

- изменить объем ресурсов, которые выделены на выполнение работы.

Последний этап в процессе оптимизации календарного графика – расчет стоимости выполненных работ. Менеджеры предприятия стараются минимизировать издержки и не допускать излишнего пролеживания деталей, а также увеличивать степень загрузки оборудования [5].

Таким образом, календарное планирование является важным аспектом в управлении бизнесом, поскольку оно позволяет организации эффективно распределять ресурсы, устанавливать приоритеты и контролировать выполнение задач. В процессе календарного планирования определяются сроки выполнения проектов, назначаются ответственные лица и выделяются необходимые ресурсы.

Использование календарного планирования позволяет предприятиям оптимизировать использование имеющихся у них ресурсов, предотвращать конфликты в расписании и повышать эффективность деятельности рабоче-

го коллектива. Это особенно важно в условиях быстро меняющейся бизнес-среды, когда своевременная реакция на изменения становится ключевым фактором успеха [4].

Список литературы:

1. Бизнес-процесс: [сайт]. – URL: <https://bigenc.ru/c/biznes-protsess-ebdb80> (дата обращения: 14.09.2024). – Текст: электронный.
2. Дорожкина, Н. В. Повышение конкурентоспособности ООО «ГДК» за счет обновления парка карьерной техники / Н. В. Дорожкина, М. Е. Бунин // 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. 55-59. – EDN XMEQVD. – Текст : непосредственный.
3. Кемеровский опытный ремонтно-механический завод (КОРМЗ): [сайт]. – URL: <https://www.wiki-prom.ru/5870zavod.html> (дата обращения: 20.09.2024). – Текст: электронный.
4. Малюгин, А. Н. Оценка эффективности работы вспомогательных подразделений организации / А. Н. Малюгин // Россия молодая : Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 18–21 апреля 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 84115.1-84115.4. – EDN AVVFWT. – Текст : непосредственный.
5. Оптимизация и контроль календарного плана : [сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/7409992/page:22/> (дата обращения: 15.09.2024). – Текст : электронный.
6. Разработка календарного плана: [сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/1758467/page:2/> (дата обращения: 12.09.2024). – Текст : электронный.
7. Системы управления процессами для бизнеса: [сайт]. – URL: <https://sky.pro/wiki/profession/sistemy-upravleniya-processami-dlya-biznesa/> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст: электронный.
8. Третьякова, И. Н. повышение конкурентоспособности ООО «Производственная компания Техно-универсал» / И. Н. Третьякова, м. д. триденежкина // 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. – EDN RCJHUZ. – Текст: непосредственный.

Великохатько Светлана Валентиновна, старший преподаватель
Шумаева Елена Александровна, к.гос.упр., доцент
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный технический университет»,
г. Донецк

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ И МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Основным источником экономической власти в современном обществе служит собственность, которая так или иначе вовлечена в предпринимательскую деятельность в ее разнообразных формах. Под экономической властью понимается способность оказывать влияние в рамках экономической системы или через экономические структуры, при которой одни лица, группы или организации имеют возможность менять поведение других экономических агентов с целью достижения экономической выгоды. Контроль над материальными, финансовыми, человеческими, интеллектуальными и другими ресурсами является основой реальной экономической власти, а корпорации выступают в качестве её носителей. В условиях нарастания крупного корпоративного бизнеса, увеличения его масштабов и усиления влияния, традиционные экономические вопросы о чрезмерных размерах компаний, концентрации рынков и вынужденных слияниях теряют свою актуальность [1].

Что касается экономической власти корпораций, она в первую очередь касается ресурсов, принадлежащих самим компаниям. Сущность этой власти заключается в том, что хозяйствующий субъект принимает самостоятельные решения об использовании факторов производства, объемах выпуска, направлениях и условиях сбыта своей продукции и услуг. Эти решения касаются комбинации экономических ресурсов, условий привлечения заемного, арендного и других факторов производства, а также условий найма рабочей силы. Это и есть внутренняя составляющая экономической власти корпорации.

Если рассматривать внешние проявления экономической власти корпораций, то здесь речь идет о способности корпораций поддерживать и укреплять свою конкурентоспособность, увеличивать влияние на внутреннем и международных рынках, диктовать свои правила другим игрокам, поглощать или ослаблять более слабых соперников и, по возможности, влиять на цены и рыночную конъюнктуру. Очевидно, что степень этой власти зависит от масштабов и экономической мощи корпораций. Тенденции в развитии рыночной экономики способствуют концентрации и централизации капиталов и производств, обеспечивая выигреш для наиболее сильных игроков, которые используют свои ресурсы для привлечения новых участников и ресурсов [2].

Современные крупные корпорации, действуя самостоятельно или в сотрудничестве с другими крупными корпорациями, способны завоевать и укрепить свое лидерство на рынке своих товаров. Они могут контролировать объемы производства, разделять рынок по различным критериям, вытеснять менее крупных конкурентов и создавать препятствия для входа на рынок новых участников. Вместо того чтобы вступать в деструктивную конкуренцию, результатом которой может стать резкое снижение цен из-за избыточного предложения, крупные предприятия могут выбрать путь объединения, заключая соглашения или формируя альянсы.

Таким образом, крупный бизнес в лице разнообразных корпораций используют дополнительные механизмы экономической власти, проявляющиеся в доминировании, управлении и организации экономической деятельности в стране, а также целенаправленно влияя на общество. Эти корпорации распространяют свое влияние не только на собственные филиалы, но и на предприятия, имеющие с ними деловые связи, такие как поставщики и партнеры. В итоге рынок, в значительной мере, функционирует исходя из цен, которые устанавливают крупные компании.

Корпорация, в свою очередь, играет роль в изменении рынка в его классическом понимании. Она может непосредственно или в сотрудничестве с другими крупными игроками, пользуясь доминирующим положением в определённых секторах экономики, установить свои правила и влияния на рыночные процессы. Это позволяет ей контролировать и направлять выбор потребителей, тем самым осуществляя влияние на рынок своей продукции в степени, которую определяет ее власть.

Таким образом, в этой сфере власти корпорация демонстрирует свою силу, воздействуя на уровень цен, взаимодействие с поставщиками и потребителями, а также на общую эффективность экономики. Тем не менее, следует различать корпоративную власть и монопольную власть. Эти две категории имеют несколько ключевых различий, которыми не следует пренебрегать:

1) Монополия является единственным производителем на рынке, тогда как корпорация может функционировать в условиях конкуренции, что подразумевает возможность распределения экономической власти.

2) В условиях монополии объектом власти является потребитель, тогда как корпорации могут оказывать влияние на потребителей, другие компании, функционирующие в данной сфере, поставщиков, государственные структуры.

3) Монополия предлагает уникальный товар, не имеющий близких аналогов; корпорации же, как правило, работают в высокотехнологичных и

капиталоемких секторах или охватывают сразу несколько направлений деятельности.

4) В отличие от монополии, корпорация не является единственным собственником информации на рынке, хотя и владеет её в значительных объемах.

5) Преимущества большого производства и эффект масштаба присутствуют как в монополистических структурах, так и в корпорациях, но с различиями в их экономической основе; в монополистическом секторе эффективно лишь крупное предприятие, а для корпорации характерна концентрация ресурсов и капитала.

6) Власть корпораций на рынок также проявляется через инновационную конкуренцию, а также в процессе слияний и поглощений.

Экономическая сила и финансовое превосходство позволяют корпорации занимать лидирующие позиции на рынке. Объединив все имеющиеся ресурсы, крупная компания способна адаптироваться и успешно существовать в любых рыночных условиях, достигая поставленных целей и увеличивая свою прибыль. На рынках, где доминируют монополисты, действуют мощные барьеры, препятствующие входу независимых конкурентов. К числу основных легальных препятствий, существующих в монополистических отраслях, относятся контроль над источниками сырья, владение землей, патенты на научно-технические разработки и предоставленные государством исключительные права [3].

Рыночная власть дает корпорациям возможность оказывать значительное влияние на других участников рыночных процессов, что, в свою очередь, определяет направление развития всей экономической системы. Степень этого влияния характеризует уровень рыночной власти, которой располагает корпорация. Несомненно, стремление реализовать собственные интересы часто приводит к ущемлению прав и интересов других участников экономических отношений [4].

К последствиям корпоративной власти можно отнести следующие:

- концентрация капитала и производственных мощностей, что может привести к образованию монополий;
- создание финансового капитала и возникновение финансовой олигархии в результате объединения банковского и промышленного капитала;
- формирование картелей и монополистических объединений капиталистов;
- разделение территорий с экономической зоной влияния как внутри страны, так и на мировом уровне.

Все вышперечисленное позволяет сделать вывод о том, что экономическая власть корпораций создаёт новый уровень власти, отличающийся от традиционного понимания рыночной власти. В этом

контексте монопольную власть можно рассматривать как один из элементов экономической власти корпорации.

Список литературы:

1. Adams, W. and Brock James W. Efficiency, Corporate Power, and the Bigness Complex // The Journal of Economic Education. – 1990. – Vol. 21, N1. – P. 30-50.

2. Великохатько, С.В. Корпоративная власть: концепция ее формирования и направлений реализации / С.В. Великохатько, Е.А. Шумаева // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 5. – С. 136-140.

3. Азатбек, Т. Монополистическая власть в системе властных отношений / Т. Азатбек // Репозиторий DSpace.ENU: [сайт]. – URL: <https://dspace.enu.kz/jspui/bitstream/data/9396/1/monopolisticheskaya-vlast%27-.pdf?ysclid=m24e09sy4a815445254> (дата обращения: 11.10.2024).

4. Дементьев, В. В. Экономика как система власти. Монография. – Донецк: «Друк-Инфо», 2006. – 404 с.

Вишневер Вадим Яковлевич, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

ВЛИЯНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Процесс конкуренции, основанный на рыночном характере борьбы стимулирует участников к дальнейшей работе, так как расцениваются в качестве справедливых. Напротив, нерыночные факторы или льготы способствуют угасанию конкуренции в связи с отсутствием желания продолжать неравноправную борьбу.

Рыночными факторами, способствующими повышению конкуренции, являются операционная эффективность, лучшие потребительские свойства продукта и клиентский сервис. Если компания будет акцентировать свое внимание на вышеперечисленных элементах, то она сможет максимально удовлетворить потребности клиентов, что окажет позитивное влияние на конъюнктуру рынка.

Источники конкурентного преимущества – индивидуальные условия (определенное расположение, эксклюзивные льготы у поставщиков и др.) и государственные льготы. Такие факторы могут дать преимущество компании, однако окажут дестабилизирующее воздействие на конкурентов, что отрицательно скажется на ситуации конкуренции в целом. Дело в том,

что такие способы нарушают принципы соревновательности. К примеру, акцент на фигурировании государства в уставном капитале. Это может создать ощущение надежности компании.

В связи с острой конкуренцией на кредитном рынке, спектр банковских услуг получил широкое развитие. Для того, чтобы не только выжить, но и привлечь большее количество клиентов банки стремятся к проведению кредитно-денежных операций с максимальной прибылью и минимальными затратами. Диверсификация банковских услуг – это размещение банковских активов среди максимального числа заемщиков для того, чтобы, во-первых, уменьшить возможные потери от несостоятельных клиентов, а, во-вторых, содержать кредитный портфель на необходимом уровне. [1]

Причинами диверсификации кредитного портфеля являются:

1) Снижение риска дефолта. Банк выдает кредиты разным заемщикам в разных отраслях в силу того, что случай невозврата кредита кем-либо из клиентов компенсируется прибылью от других.

2) Увеличение доходности. Широкий ассортимент кредитных продуктов позволяет максимально широко охватить клиентуру, что увеличивает прибыль банка.

3) Улучшение ликвидности. Концентрация только на одной конкретной отрасли приведет к финансовой нестабильности, что приведет к падению ликвидности. И, наоборот, разнообразие источников доходов ведет к ее росту.

4) Улучшение репутации и привлечение инвесторов. Разнообразный кредитный портфель с грамотным управлением обеспечивает стабильность банку. Это повышает доверие со стороны инвесторов, привлекает новую целевую аудиторию. [5]

Стратегии диверсификации:

1) Разнообразие заемщиков (физические лица, малый бизнес, корпорации, государственные учреждения);

2) Разнообразие отраслей (торговля, промышленность, строительство, сельское хозяйство);

3) Виды займа (ипотека, потребительский, автокредиты);

4) Региональность (кредиты предоставляются как внутри страны, так и за ее пределы).

Риски диверсификации:

1) Корреляционный. Происходит в случае связанности или зависимости нескольких отраслей.

2) Концентрация рисков. Концентрация внимания банка на одной отрасли или регионе повышает риск невозврата средств.

Способы диверсификации:

- 1) Географическая (направленность кредитов по регионам внутри страны, между странами, между развитыми и развивающимися экономиками);
- 2) По отраслям (направленность в разные отрасли экономики);
- 3) По типам кредита (корпоративные, жилищные, потребительские и т.д.);
- 4) По размеру займа (малые, средние, крупные).

Отраслевая направленность диверсификации банков – инвестиционный и страховой бизнес. [4] Это связано с возможностью получения дополнительной прибыли без значительных издержек. Реализация продуктов из этой отрасли происходит среди используемой целевой аудитории. Примером могут являться страхование имущества при взятии ипотеки. Дополнительным бонусом является снижение ставки процента по кредиту. Другим примером является предложение держателям пластиковых карт открыть брокерский счет с зачислением подарочных акций на него при прохождении обучения, как это делает АО «Тинькофф Банк».

Конкурентная борьба внутри банковской системы, между банками и небанковскими институтами стимулирует формирование новых видов финансовых услуг. Инновации являются необходимым элементом банковского бизнеса. С их помощью происходит диверсификация банковских услуг. Все большее их число можно получить с помощью личного кабинета через интернет. Благодаря IT-технологиям обработка и передача данных происходит моментально при минимальных издержках. Результатом является уменьшение цен банковских услуг. Например, получение заработной платы на пластиковые карты. Еще совсем недавно комиссия для работодателя была достаточно высокой и доходила до нескольких процентов от суммы операций. На сегодняшний день такая комиссия не только отменена, но и предоставляются дополнительные бонусы клиентам-участникам. Например, льготные условия кредитования, в которые входит более низкий процент и меньшее количество предоставляемых документов. [3]

Диверсификация банковских операций должна соответствовать определенным стандартам для того, чтобы качество продукта отвечало ожиданиям клиентов. Такие стандарты могут включать в себя следующие пункты:

- 1) индивидуальные условия, детально отвечающие пожеланиям клиента;
- 2) методы снижения риска;
- 3) внедрение новинок и их популяризация;
- 4) своевременный ответ на запрос целевой аудитории.

Кроме того, наличие у банка определенных качеств влияет на его конкурентоспособность. К ним можно отнести:

- 1) определенные преимущества продукта, например, его ликвидность, результативность, технологичность;

- 2) помощь в управлении рисками, в том числе наличие потенциала у банка самому управлять рисками клиента;
- 3) базовые отношения – кредитные;
- 4) быстрая скорость принятия решений;
- 5) высокая квалифицированность и гибкость;
- 6) ориентация на клиента;
- 7) компетентное управление.

Диверсификация финансовых услуг позволяет банкам не только уменьшать риски, но и стабилизировать финансовую прибыль. Каждый банк разрабатывает собственную стратегию с учетом имеющихся ресурсов, поставленных целей и планируемых рисков. [2] Важно периодически анализировать и балансировать используемую стратегию с учетом изменений экономической конъюнктуры.

Список литературы:

1. Жилкина, А.Н. Финансовая диверсификация банковской деятельности / А.Н. Жилкина, Е.П. Бондарович, О.А. Ревзон // Экономика и предпринимательство. – 2021. – №11(136). – С. 1138-1142.
2. Калинина, Н.М. Диверсификация финансовых услуг в области PRIVATE BANKING: научный подход / Н.М. Калинина, Е.В. Храпова // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – №2-1. – С. 166-170.
3. Кожина, Е.В. Факторы конкурентоспособности коммерческого банка // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2022. – №2-1. – С. 166-170.
4. Панюсько, А.С. Стратегия диверсификации коммерческих банков как фактор обеспечения устойчивого развития // Банковская система: устойчивость и перспективы развития. – 2021. – С. 158-161.
5. Орлова, Е.В. Механизм и модель диверсификации кредитного портфеля // Проблемы анализа риска. – 2020. – Т. 17. – №1. – С. 78-89.

Вишневер Вадим Яковлевич, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Конкуренции на финансовом рынке свойственна определенная уникальность. Она заключается в том, что финансовые организации работают за счет средств, которые они получили от своих клиентов. В случае, если эти средства не будут возвращены, то это повлечет массовые банкротства

среди физических и юридических лиц. По этой причине существует свод требований и правил, регулирующий деятельность финансовых организаций. [1]

При развитии конкуренции необходимо существование такой среды, в которой потребители влияют на поставщиков финансовых услуг, выбирая тех, кто предоставляет лучшее предложение по определенному набору критериев. Соответственно, среди поставщиков побеждает тот, который организует свою работу с ориентацией на потребителя, то есть клиентоцентричен.

Повышение конкуренции на финансовом рынке положительно сказывается не только на потребителях и поставщиках, но и на всей конъюнктуре экономики в целом.

Эволюция технологий, гармонизация социальных связей, интенсификация потребительских требований является основой роста. Конкурентоспособность на рынке финансовых услуг достигается под влиянием ряда факторов.

Внимание потребителя является центральным моментом, за который соперничают поставщики. Выбирая одно из предложений, представленных на рынке, потребитель становится движущей силой конкуренции. Для осуществления данной задачи необходимо снизить препятствия при смене контрагента или сегрегации потребителей, организовать доступность всей полноты данных с целью осуществления свободного выбора. Затраты при переключении между поставщиками могут быть следующие:

- 1) финансовые (дополнительные комиссии);
- 2) транзакционными (приложение дополнительных усилий для выяснения новых данных);
- 3) психологические (нежелание менять привычные и устоявшиеся отношения с действующими контрагентами).

Вариантом преодоления таких барьеров может быть механизм удаленной идентификации, благодаря которому потребители могут получить онлайн доступ к услугам. Одним из вариантов денежного барьера являются комиссии банков за межбанковские переводы. Соответственно, предпочтение будут отдавать банку с более низкой комиссией.

Составляя предложение финансового плана, поставщики основываются на поведенческих привычках потребителей с целью улучшения процесса предоставления услуг.

Дискриминация может осуществляться по цене, качеству, количеству и другим условиям предоставления финансовых услуг. Примером может являться единая цена на услуги всей группе клиентов. В случае активных действий потребителя цена может быть снижена, что положительно скажется на всех пользователях.

При повышении прозрачности свойств продукта и формировании цен на него, потребитель сможет повлиять на условия предоставления

услуги. Понятная информация, легкий доступ к ней, соответствие потребностям, квалификации и возможностям клиентов – элементы повышения конкурентоспособности при продаже услуг финансового характера. И наоборот, труднодоступность информации затрудняет возможность свободного выбора клиента. Примером может являться сфера эквайринга. Задача, которую требуется решить, является неопределенность при формировании цен. Банки-эквайеры часто устанавливают цены конкретно для каждого клиента. В связи с этим нет возможности провести сравнение между несколькими предложениями. [4]

В случае использования сложной терминологии, запутанного описания потребитель не будет совершать осознанный выбор. Организация, которая предоставляет прямой доступ к необходимым данным для доступного выбора, либо консультирует клиента на всех этапах жизненного цикла продукта или услуги, получит большее количество клиентов и выиграет в конкурентной гонке.

Факторы регуляторной и технологической среды могут оказывать стимулирующее воздействие на конкуренцию. Примером могут быть использование технологических новинок, применение различных способов предоставления услуг, внедрение цифровизации и открытого банкинга. Одним из способов может быть развитие маркетплейсов, которые предоставляют широкий спектр возможностей как потребителям, так и покупателям. Во-первых, это удаленный доступ к финансовым услугам большого количества финансовых организаций, во-вторых, наличие всей полноты информации о проведенных сделках. В-третьих, глобальный доступ к целевой аудитории по России и странам СНГ, не требующая затрат на создание филиальной сети, что поможет в борьбе за клиента с ведущими компаниями рынка. Также маркетплейс даст возможность облегчить смену поставщика для потребителей. Кроме того, развитие открытых интерфейсов (Open API), снизят затраты при обмене информацией между участниками рынка и послужат катализатором при выводе продуктов на рынок. [2]

Сейчас в России действует самостоятельная независимая рейтинговая индустрия, готовится принятие закона о рейтинге как единственном критерии доступа к государственным или квазигосударственным деньгам, что тоже способствует развитию конкуренции. [5]

Понятные правила игры и прозрачность – залог успеха добросовестной конкуренции. Был принят большой блок законов для защиты прав потребителя на финансовом рынке, справедливое регулирование полной стоимости кредита, противодействие навязыванию, введение в заблуждение о стоимости финансовых услуг и недобросовестной рекламы. Была разработана система квалификация инвесторов на финансовом рынке, готовятся уточнения в законе, которые позволят более четко делить инвесторов на квалифицированных и тех, кому такие инструменты и возможности будут недоступны. [3]

Реализация вышеперечисленных мероприятий будет способствовать конкурентному доступу к данным и расширению предложения финансовых продуктов и сервисов потребителям.

Список литературы:

1. Абдулазизова, У. Сокращение участия государства как вектор развития конкуренции на рынке финансовых услуг // Экономическое развитие и анализ. – 2023. – Т. 1. – № 6. – С. 103-107.
2. Белоусов, А. Л. Перспективы развития конкуренции на финансовом рынке в аспекте становления института финансового маркетплейса // Финансы и кредит. – 2021. – Т. 27. – № 6(810). – С. 1381-1394.
3. Кашеваров, А. Б. Практика по делам о недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг / А. Б. Кашеваров, О.С. Сергеева, А.С. Федорова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2024. – № 7. – С. 8-18.
4. Курманова, Л. Р. Антимонопольное регулирование и конкуренция на финансовом рынке Российской Федерации // Инновационное развитие экономики. – 2020. – № 6. – С. 147-152.
5. Щербак, Е. Н. Антимонопольное регулирование на рынке финансовых услуг // Конкурентное право. – 2022. – Т.8(274). – № 2. – С. 224-234.

Вознюк Анна Андреевна, студент гр. ЭБбтс-231,
Крупянко Роман Васильевич, студент гр. ЭОб-221

Научный руководитель – к.э.н., доцент Тюленева Татьяна Александровна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ КОНТРОЛЬНЫХ ПОЛНОМОЧИЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА

Расширение и совершенствование полномочий органов ФАС России в сфере государственного оборонзаказа являются сегодня наиболее актуальными вопросами реформирования антимонопольного законодательства. Это объясняется двумя обстоятельствами. Во-первых, Федеральная антимонопольная служба России является одним из ФОИВ – кураторов данной сферы наряду с Министерствами обороны, промышленности и торговли, Федеральной службой безопасности и Генеральной прокуратурой. Во-вторых, в 2024 году проходит процедуру принятия законопроект о расши-

рени сферы требований антимонопольной службы о прекращении противоправных действий в отношении сделок по гособоронзаказу.

Целями контрольно-надзорной деятельности органов Федеральной антимонопольной службы России в отношении государственного оборонного заказа в настоящее время являются:

- во-первых, стимулирование экономии расходов на выполнение гособоронзаказа и экономии бюджетных средств;

- во-вторых, внедрение инновационных технологий в производственную деятельность в данной сфере;

- в-третьих, устранение барьеров для конкурентной борьбы в сфере государственного оборонзаказа;

- в-четвертых, избегание необоснованного повышения цен посредством регулирования и совершенствования тарифообразования, а также роста эффективности и прозрачности закупок по гособоронзаказу;

- в-пятых, формирование эффективной системы контроля нормативного регулирования гособоронзаказа относительно исполнения порядка устранения правонарушений и возмещения ущерба и внедрения риск-ориентированного подхода при планировании контрольных мероприятий;

- в-шестых, демонополизация рынка гособоронзаказов.

Остановимся подробнее на последнем из перечисленных направлений деятельности ФАС России. Ограничение монополистических тенденции в области государственного оборонного заказа осуществляется следующими способами:

- 1) проведение аудита единственного поставщика по гособоронзаказу и исключения у него данного статуса при выявлении альтернатив:

- выработка алгоритма получения статуса единственного поставщика по гособоронзаказу;

- обнаружение посредников, наличие которых при исполнении гособоронзаказа ведет к росту государственных расходов;

- выявление фактов злоупотребления единственным поставщиком по гособоронзаказу своим исключительным статусом в целях ограничения конкуренции;

- 2) устранение законодательных барьеров при исполнении государственного оборонзаказа:

- пресечение фактов ограничений государственными органами входа на рынок гособоронзаказа путем отказа в лицензировании и предоставлении затребованных документов;

- совершенствование порядка регулирования сертификации и аттестации товаров на рынке гособоронзаказа;

- 3) совершенствование порядка обоснования способов размещения заказов, закрытого статуса конкурсных процедур и количества их участников;

4) устранение барьеров для доступа экономических субъектов оборонной отрасли к результатам интеллектуальной деятельности, правообладателем которых является государство:

- недопущение незаконной передачи таких результатов коммерческим структурам;

- совершенствование нормативных актов в сфере обращения нематериальных активов, относящихся к гособоронзаказу.

Дополнительным шагом в направлении расширения полномочий ФАС в сфере гособоронзаказа стало наделение ФАС полномочиями выдавать предписания о прекращении деятельности или бездействий, связанных с нарушениями нормативных актов по гособоронзаказу. Данные полномочия оно вправе реализовать в следующих случаях:

- во-первых, если участники рынка не предоставят сведения о расходах, которые они осуществили для исполнения государственного оборонзаказа;

- во-вторых, если участники рынка не раскроются в своих отчетных документах обстоятельства, приведшие к изменению цены контракта по гособоронзаказу.

В целях повышения эффективности перечисленных направлений деятельности ФАС России проявила инициативу по внесению изменений в законодательство об административных правонарушениях в целях совершенствования антимонопольного контроля гособоронзаказов. Данная мера стала отправной точкой внедрения механизма «мягкого права» в сфере законодательства о гособоронзаказе, предоставив органам ФАС России полномочия выносить предписания о недопустимости уклонения экономических субъектов от заключения контрактов в данной области. Если участник рынка своевременно и полностью исполнит все пункты выданного предписания, то он освобождается от применения к нему мер административной ответственности. Ранее участникам рынка не предоставлялось такой возможности, и они привлекались к ответственности без возможности исполнения предписания. Если экономический субъект игнорирует изложенные требования ФАС, то кроме штрафных санкций, к нему применяются санкции в виде лишения мер государственной поддержки. Целью данного шага со стороны антимонопольных органов явилось стимулирование участников рынка к своевременному заключению контрактов по государственному оборонному заказу, и формирование предпосылок к пересмотру работы ФАС как контрольно-надзорного органа в направлении движения от устранения нарушений к их предупреждению.

Список литературы:

1. Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена протоколом Президиума ФАС России от 03.07.2019 № 6.

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. – EDN EGCDСУ.

3. Тюленева, Т. А. Совершенствование налогового контроля как средство обеспечения финансовой безопасности Российской Федерации / Т. А. Тюленева // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России : Материалы II Всероссийского форума по экономической безопасности. Выпуск II, Тамбов, 05–06 июня 2019 года. Том 1. – Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», 2019. – С. 284-287. – EDN VDVEУМ.

4. Федеральный закон «О внесении изменений в статью 28.1 КоАП РФ» от 21.12.2021 № 428-ФЗ.

Волков Григорий Алексеевич, студент гр. УЦИ23-1

Земцов Максим Андреевич, студент гр. УЦИ23-1

Карраско Ставровская Сергио Эдуардо, студент гр. УЦИ23-1

Научный руководитель – д.э.н., доцент Коряков Алексей Георгиевич
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ СТРАТЕГИЯХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Современные технологии кардинально изменяют способы управления инвестициями, а одним из ключевых инструментов, обеспечивающих новые возможности, стали смарт-контракты. Смарт-контракт – это программируемое соглашение, выполняемое автоматически при наступлении определенных условий. Его основное преимущество – это устранение необходимости в посредниках и значительное сокращение времени и затрат на проведение сделок. В финансовой сфере и, в частности, в управлении инвестициями, смарт-контракты предлагают множество преимуществ, таких как прозрачность, снижение операционных расходов и автоматизация множества процессов.

Цель данной статьи – проанализировать, как использование смарт-контрактов может повысить эффективность инвестиционных стратегий. В статье будут рассмотрены практические аспекты применения данной технологии, реальные кейсы использования и перспективы её развития.

Смарт-контракты предлагают множество преимуществ, способствующих повышению эффективности инвестиционных стратегий. Основные их преимущества можно разделить на несколько категорий:

Смарт-контракты исключают необходимость в посредниках, что снижает затраты на юридические услуги, аудит и банковские комиссии. Например, традиционные инвестиционные сделки требуют вовлечения нотариусов, юристов или других специалистов, чья работа требует оплаты. Смарт-контракты позволяют исключить эти расходы, так как все условия сделки автоматически прописываются и исполняются в блокчейне.[1],[2] Это снижает затраты и минимизирует ошибки, связанные с человеческим фактором.

Смарт-контракты могут мгновенно исполняться при выполнении всех условий. В традиционных инвестиционных стратегиях процесс выполнения контрактов может затянуться из-за необходимости проверки и подтверждения различных этапов сделки. Смарт-контракты оптимизируют этот процесс и автоматически проверяют выполнение условий и мгновенно выполняют заложенные в них инструкции, например, распределение доходов или передача активов. Это особенно важно в таких сферах, как алгоритмическая торговля, где скорость играет ключевую роль.

Блокчейн, на основе которого работают смарт-контракты, обеспечивает прозрачность всех операций. Любой участник может видеть условия контракта и его выполнение. Благодаря тому, что данные в блокчейне не могут быть просто так изменены, создается дополнительный уровень доверия между сторонами сделки.[5] Для инвесторов это значит, что они могут отслеживать выполнение контрактов в режиме реального времени и быть уверенными в безопасности своих вложений.

Смарт-контракты позволяют инвесторам участвовать в сделках без географических ограничений. Инвесторам больше не нужно быть физически присутствующими в стране или регионе, где находится актив.[6] Это особенно важно для рынков с высокими барьерами входа, таких как недвижимость, венчурные фонды или стартапы, где раньше требовалось физическое присутствие или значительные затраты на посредников.

Расширение применения смарт-контрактов в различных инвестиционных стратегиях

Смарт-контракты могут улучшить некоторые инвестиционные стратегии при помощи, например:

Одним из ключевых применений смарт-контрактов является автоматизация процесса диверсификации портфеля. Инвестор может задать набор условий, таких как допустимый уровень риска, желаемая доходность и стратегии ребалансировки активов. Смарт-контракты обеспечат выполнение этих условий автоматически, перераспределяя активы в зависимости от динамики рынка.

Алгоритмическая торговля, использующая смарт-контракты, становится всё более популярной. В таких стратегиях программируемые контракты могут автоматически выполнять сделки, исходя из заранее определённых условий, например, изменяющейся цены или объёма торгов. Это

позволяет исключить ошибки, совершаемые из-за человеческого фактора, из процесса принятия решений. Алгоритмы могут работать 24/7, мгновенно реагируя на изменения рынка.

Смарт-контракты могут применяться для управления рисками в инвестиционных портфелях.[7] Например, можно запрограммировать контракт таким образом, чтобы при наступлении определённого рыночного события он автоматически закрывал позиции, минимизируя убытки. Кроме того, в сфере страхования смарт-контракты позволяют автоматически выплачивать страховые возмещения при наступлении заранее определённых условий (например, стихийные бедствия или непредвиденные сбои).

Смарт-контракты позволяют переводить физические активы (недвижимость, товары, произведения искусства) в токены, которые можно покупать, продавать и обменивать на цифровых платформах. Это делает инвестиции в такие активы более доступными и ликвидными.[8],[2] Токенизация также снижает барьеры для входа на инвестиционные рынки, предоставляя доступ к долям в крупных активах даже при небольших вложениях. На рис. 1 продемонстрирован принцип работы смарт-контрактов ICO.

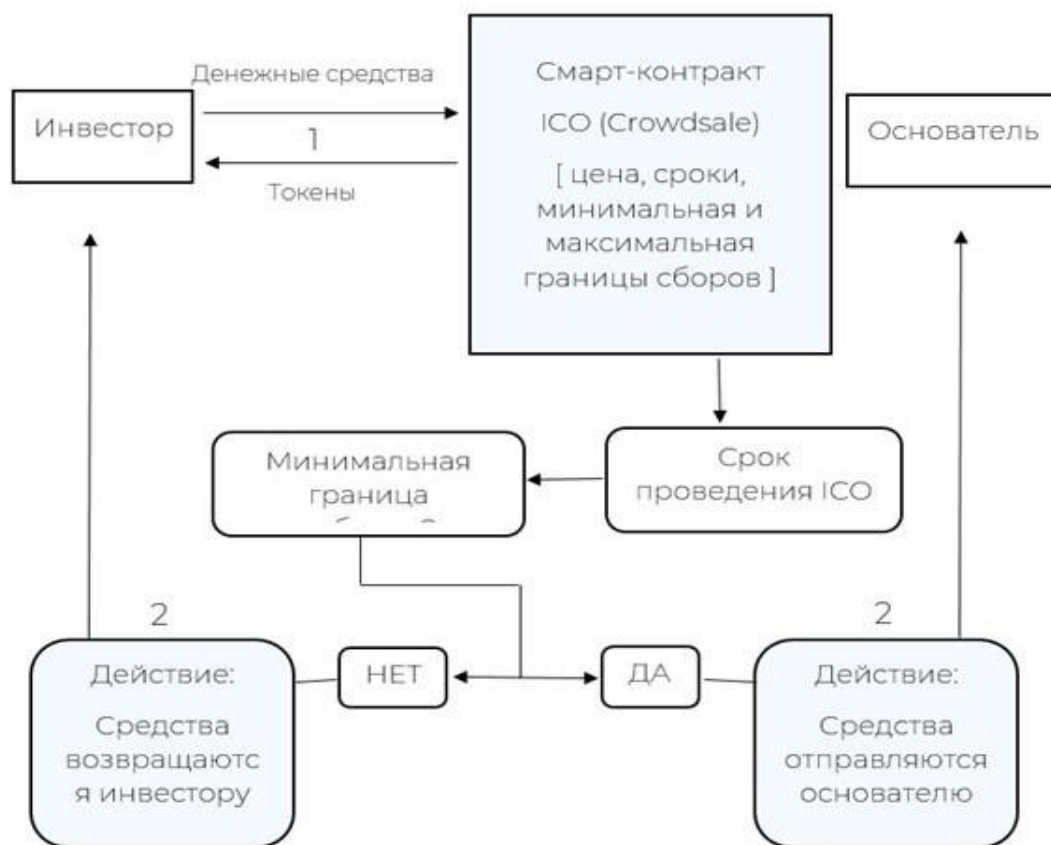


Иллюстрация работы смарт-контракта ICO

Рисунок 1 – Принцип работы смарт-контрактов ICO

Кейсы применения смарт-контрактов в бизнесе

DAO (Децентрализованные автономные организации) – это один из самых известных примеров применения смарт-контрактов для коллективного управления инвестициями. DAO управляются смарт-контрактами, которые автоматически выполняют решения, принятые большинством участников.

Это позволяет значительно упростить процесс принятия решений и исключить человеческий фактор.

Set Protocol – эта платформа использует смарт-контракты для автоматизации сложных инвестиционных стратегий, таких как управление портфелями активов. Инвесторы могут создавать собственные портфели или использовать существующие, управляемые смарт-контрактами, которые ребалансируют активы на основе рыночных условий.

Смарт-контракты в венчурных фондах – в венчурных инвестициях смарт-контракты помогают автоматизировать инвестиционные соглашения и условия распределения долей в стартапах. Это уменьшает затраты на юридическое сопровождение и увеличивает скорость заключения сделок.

Токенизация недвижимости – такие проекты, как Harbor и RealT, используют смарт-контракты для токенизации недвижимости. Инвесторы могут приобретать доли в недвижимости через токены в блокчейне, и получать автоматические выплаты арендной платы и доходов от продажи объектов.

Энергетический сектор – компания Power Ledger использует смарт-контракты для управления сделками по продаже и покупке электроэнергии на децентрализованных платформах.

Это позволяет пользователям автоматизировать обмен энергией на локальном уровне и значительно уменьшить затраты на проведение транзакций.

Смарт-контракты могут использоваться для выпуска и управления корпоративными облигациями.

Это упрощает процесс выпуска ценных бумаг, управления выплатами и автоматизации условий, таких как купонные выплаты и возврат основного долга.[9]

Перспективы развития смарт-контрактов

В ближайшие годы смарт-контракты могут стать стандартом для различных инвестиционных стратегий благодаря следующим перспективам, представленным в табл. 1.

Таблица 1 – Перспективы развития инвестиционных стратегий с применением смарт-контрактов

Перспектива развития	Полезьа для инвестиционной деятельности	Пример компании/страны
Расширение регулирования	Правительства разных стран активно работают над нормативной базой для легализации смарт-контрактов и интеграции их в существующую правовую систему, что в свою очередь помогает компаниям вводить смарт-контракты в свою деятельность	Швейцария активно работает над созданием нормативной базы для легализации и регулирования смарт-контрактов. В 2021 году в стране вступил в силу Закон о блокчейне , который регулирует юридический статус смарт-контрактов. Это позволило использовать их для заключения договоров в таких сферах недвижимости и финансовых услуг на легальной основе, что сделало их более привлекательными для бизнеса.
Увеличение масштабируемости	Технологии блокчейна, такие как Ethereum 2.0, обещают повысить скорость и уменьшить затраты на выполнение смарт-контрактов, благодаря чему откроются возможности для их массового применения.	Ethereum 2.0 , который переходит на Proof-of-Stake (PoS), значительно улучшает масштабируемость блокчейна Ethereum. Это позволяет обрабатывать больше транзакций за секунду и снизить комиссионные сборы за выполнение смарт-контрактов.
Интеграция с традиционными финансами	Использование смарт-контрактов в традиционных финансовых учреждениях, таких как банки и страховые компании, становится все чаще, это создаёт мост между децентрализованными и централизованными финансовыми системами.	JPMorgan создала платформу Quorum , которая использует смарт-контракты для обеспечения прозрачности и безопасности транзакций в банковском секторе. Quorum применялся для управления межбанковскими платежами и автоматизации работы с долговыми инструментами.
Повышение доверия и безопасности	Улучшений технологий блокчейна ведет к тому, что безопасность смарт-контрактов возрастает, это уменьшает вероятность взломов, мошенничества, а также уменьшает риск транзакций	Chainlink , который является децентрализованной сетью оракулов, которая обеспечивает смарт-контракты внешними данными, такими как курсы валют, погодные условия и результаты спортивных событий.
Расширение доступности в разных точках мира	Смарт-контракты предоставляют возможность инвесторам участвовать в глобальных сделках, не сталкиваясь с географическими и юридическими барьерами, которые часто присутствуют в традиционных финансовых рынках. Это означает, что инвестор из любой точки мира может вложить средства в активы (например, недвижимость, акции, искусство), расположенные в другой стране, без необходимости физического присутствия или оформления сложной документации.	RealT , позволяет инвесторам из разных стран приобретать токенизированные доли в недвижимости США. Инвесторы могут получать регулярные выплаты (например, арендную плату) через смарт-контракты без необходимости владеть всей недвижимостью или взаимодействовать с местными агентствами.

Увеличение специализированных инвестиционных рынков	Смарт-контракты стимулируют развитие специализированных рынков, таких как венчурные инвестиции, краудфандинг, токенизация активов и новые виды цифровых активов, которые раньше были менее доступны из-за высоких барьеров входа или сложной структуры.	TokenMarket и Republic , используют смарт-контракты для упрощения процесса привлечения средств через краудфандинг и венчурные инвестиции, облегчая доступ к этим рынкам для розничных инвесторов
Эволюция подходов к управлению рисками	Смарт-контракты позволяют создавать более эффективные и гибкие механизмы управления рисками в инвестиционных стратегиях. Они дают возможность автоматизировать реагирование на рыночные события, минимизировать влияние человеческого фактора и улучшить мониторинг рисков в режиме реального времени.	Платформа Nexus Mutual использует смарт-контракты для страхования рисков, связанных с работой децентрализованных приложений (dApps), это помогает инвесторам минимизировать риски при работе с децентрализованными технологиями.

Смарт-контракты открывают новые горизонты для повышения эффективности инвестиционных стратегий. Они автоматизируют сложные процессы, уменьшают транзакционные издержки и минимизируют влияние человеческого фактора.[10],[2] Несмотря на вызовы, связанные с регулированием и масштабируемостью, перспективы их развития очень обнадеживают. С развитием технологий блокчейн и улучшением нормативной базы можно ожидать, что смарт-контракты станут неотъемлемой частью мирового финансового рынка.

Список литературы:

1. Осмоловская, А.С. Смарт-контракты: функции и применение // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 2.
2. Мамаева, Н.В. Смарт-контракты и их особенности // Наука и образование сегодня. – 2018. – № 2.
3. Грылева, И.В. Смарт-контракты и технология блокчейн // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4-2.
4. Бычкова, Н.П. Смарт-контракты в предпринимательской деятельности / Н.П. Бычкова, В.И. Лаштабега, А.А. Мухина // Деловой вестник предпринимателя. – 2023. – № 1.
5. Туркова, И.М. Смарт-контракты в РФ и зарубежный опыт // Вестник магистратуры. – 2023. – №4-1.
6. Андреева, Ю.А. Создание и тестирование смарт-контракта / Ю.А. Андреева, О.А. Сафарьян // Молодой исследователь Дона. – 2019. – № 3.
7. Трунцевский, Ю.В. Смарт-контракт: от определения к определенности / Ю.В. Трунцевский, В.В. Севальнев // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – № 1.
8. Перепечин, А.А. Методы верификации Смарт-контрактов // Экономика и социум. – 2020. – №5-2.

9. Осмоловская, А.С. Смарт-контракты: функции и применение // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 2.

10. Гашенко, М.Б. Смарт-контракты в Финансовой Сфере России / И.В. Гашенко, М.Б. Хорошунов // Legal Concept. – 2023. – № 2.

Гаськова Ксения Игоревна, студентка гр. ЭОб-221, III курс
Научный руководитель – ассистент Фаляхов Руслан Фаридович
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ГОРНО-ШАХТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ В УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ - КУЗБАСС: ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТИЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА

Импортозависимость в угольной отрасли является актуальной проблемой из-за отсутствия внутренних производственных мощностей или конкурентоспособности. Технологический суверенитет – понятие, которое является относительно новым для современной российской науки. Упоминаний термина становится всё больше с увеличением количества вводимых на Россию санкций, и сейчас, в таких условиях наша страна делает ставку на достижение технологического суверенитета, стать независимыми от импортной продукции и разрабатывать свои инновации [1].

Уголь является одним из самых важных ресурсов на нашей планете. На протяжении веков он выступал в роли одного из первых повсеместно применяемых видов топлива. Угольная отрасль России обладает огромным потенциалом. Запасы угля в России составляют более 150 млрд тн., а его добыча с каждым годом увеличивается. На рисунке 1 представлена динамика угледобычи в России за 10 лет.

По рисунку 1 видно, что добыча угля наращивалась с 2013 года. Увеличение добычи угля произошло с 2013 года по 2019 год на 24,86%. Темп роста продолжался до 2020 года, так как возникшая пандемия COVID-19 оказала влияния на снижение угледобычи. Снижение добычи угля произошло на 9,37%. Из-за пандемии основные производственные показатели угольных предприятий снизились, поставки угля на внутренний и внешний рынок сократились. В этом же году произошёл обвал цен на природный газ, а также проблемы климата и здравоохранения стали более актуальны. С 2020 года снова наблюдается темп роста, и уже в 2023 году добыча угля составила 438 млн тн. За три года увеличение темпа роста произошло на 9,91%.

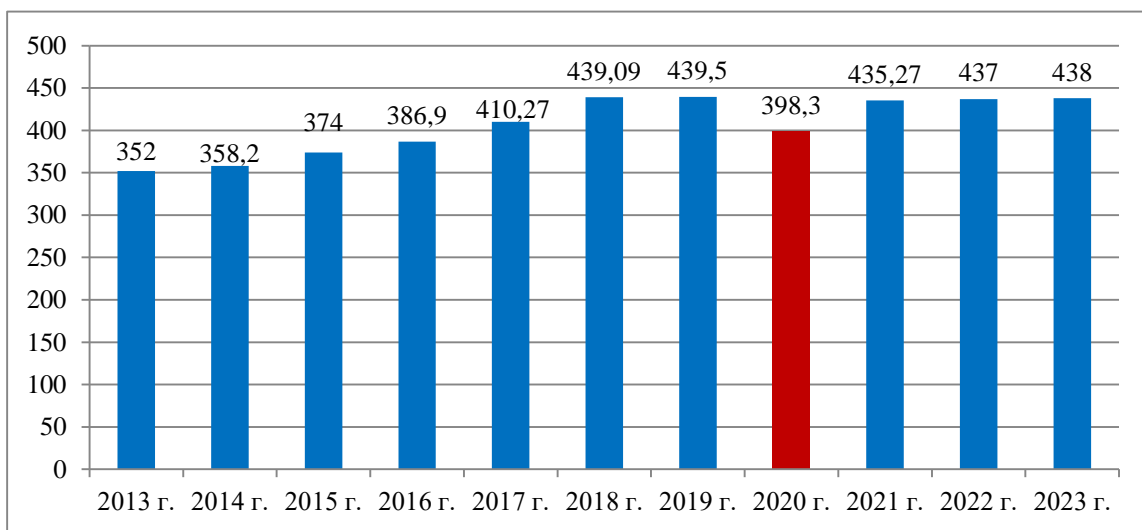


Рисунок 1 – Динамика добычи угля в России за 10 лет, млн тн. [2]

Особую роль в угледобыче России занимает Кемеровская область – Кузбасс. Регион добывает большую часть доли угля, примерно 48,9% за 2023 год, тем самым он является одним из самых перспективных для развития технологий и машиностроения в этой сфере деятельности. Динамика угледобычи в Кузбассе представлена на рисунке 2.

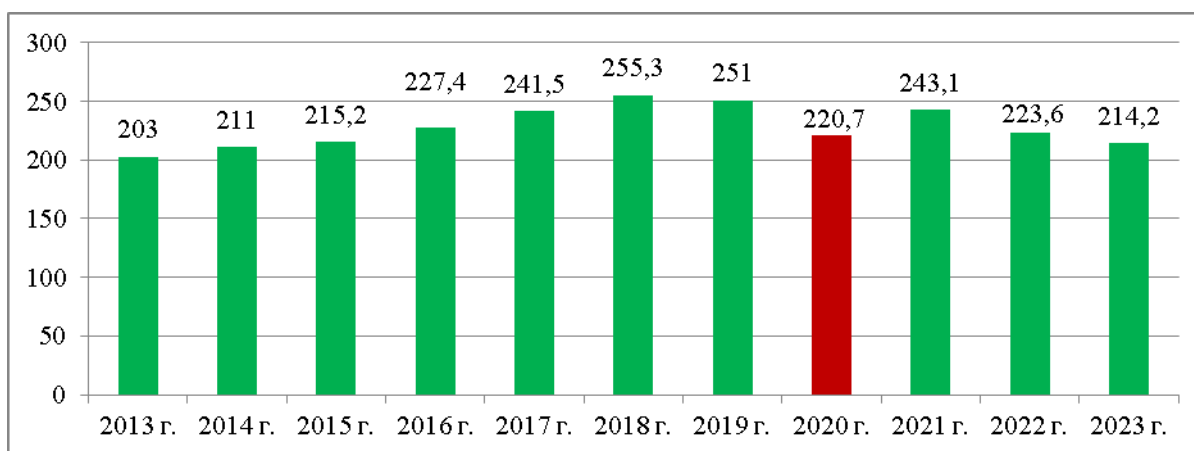


Рисунок 2 – Динамики добычи угля в Кузбассе за 10 лет, млн тн. [3]

Исходя из анализа динамики добычи угля в Кузбассе, можно сказать следующее, что регион на протяжении 10 лет добывал почти половину, а иногда и больше, угля от общего объёма добычи в России. Наивысший показатель по добыче наблюдался в 2018 году – 255,3 млн тн., затем динамика начала снижаться, и на последний год объём добычи составил 214,2 млн тн., что ниже на 0,47% показателя 2015 года.

Снижение угледобычи в России и в Кузбассе также может быть связано с технологическими ограничениями для угольных предприятий.

Из-за введенных санкций прекратился импорт горно-шахтного оборудования с европейского рынка, тем самым приостановилось обновление производственных мощностей. В дальнейшем трудностей с горно-шахтным оборудованием будет возникать больше, если не предпринимать каких-либо мер, поэтому так важно ориентироваться на технологический суверенитет.

В угольной отрасли вопрос о самом эффективном способе добычи угля на сегодняшний день считается практически решенным. При открытом способе добычи угля работы по выемке угля проводятся в угольных разрезах. Над угольными пластами снимают вскрышную породу, затем происходит выемка угля, постепенно углубляя разрез. После открытых работ, когда исчерпывается угольные залежи, на месте разреза проводится рекультивация земли.

При закрытом способе добычи полезных ископаемых предусматривает оборудование подземных шахт и штолен. В шахте работает большое количество оборудования. Работы по выемки угля из пластов обрабатываются комбайнами, а новые стволы прокладываются с помощью комбайна со сверлом. После выемки уголь в первую очередь поступает на конвейер, потом перевозится вагонетками. В Российской Федерации осуществляется 171 угольных предприятий, в том числе 54 шахт и 117 разрезов [4].

Горно-шахтное оборудование, которое используются в шахтах и разрезах, находится не в лучшем состоянии: большая доля горных машин уже выработали свой ресурс (по отдельным видам продукции таких более 50%). Проблема в том, что в российской угольной отрасли большой процент импортного горно-шахтного оборудования. В связи с санкциями, возникли трудности в приобретении нового оборудования. На данный момент ситуация такая, что производства, эксплуатирующие оборудование для шахт, занимаются и его последующим ремонтом. Это приводит к дополнительным нагрузкам, нарушения регламента ремонта, возрастает и доля ручного труда. Поэтому многие специалисты отмечают, что намного выгоднее производить собственное горно-шахтное оборудование, чем его ремонтировать. В таблице 1 представлены данные по импортному оборудованию в угольных компаниях Кузбасса.

Таблица 1 – Доля импортного оборудования на угольных предприятиях

Вид оборудования	импорт, %
Секции крепи	53,6
Очистные комбайны	80,1
Проходческие комбайны	40,0
Погрузочные машины	48,5
Скребковые конвейеры	6,6
Ленточные конвейеры	10,8
Электровозы	65

Дизелевозы	99,6
Вагонетки, толкатели	0
Многоковшовые экскаваторы	100
Одноковшовые экскаваторы	40,4
Погрузчики	93,0
Буровые станки	53,6
Бульдозеры	76,1
Технологические автомобили до 30 тонн	72,6
Технологические автомобили от 31 до 180 тонн	100

Анализ таблицы 1 показал, что наиболее импортозависимым позициями (более 75 % импорта) по горно-шахтному оборудованию являются: многоковшовые экскаваторы и технологические автомобили от 31 до 180 тонн (100 %), дизелевозы (99,6 %), очистные комбайны (80 %). На данный момент импорт очистных комбайнов вырос до 100%, в России нет собственного производства этого оборудования. На угольных предприятиях высокая доля импортного горно-шахтного оборудования, это говорит о том, что у поставщиков оборудования для угольной отрасли нет своей ассоциации, а это неизбежно приводит к сложностям при отстаивании интересов угольного машиностроения в органах государственной власти.

Оборудования на предприятиях при высокой работоспособности быстро изнашиваются, что приводит к частым поломкам и простоям производственного процесса. Скорость изнашивания деталей в оборудовании также зависит от конструктивных, технологических и эксплуатационных факторов. Ремонт горно-шахтного оборудования обходится компании большими затратами, а также проблема в том, что появилось ограничение в возможностях закупать запчасти и комплектующие у западных поставщиков.

Существуют несколько причин, которые приводят к неисправности горно-шахтного оборудования, эти причины подразделяются на виды [5]:

- технологические причины - использование деталей и запчастей, произведенных с нарушением технологического процесса, что в итоге может привести к поломке комбайна;
- конструктивные причины - перегрузки оборудования, возникающие вследствие неправильного проведения расчетов по выбору нагрузки;
- эксплуатационные причины - возможны в результате нарушения технологии использования оборудования.

Именно поэтому производство аналогов импортных запчастей или оборудования целиком собственными силами стало ключевым направлением деятельности по импортозамещению в угольной отрасли России. Для решения сложившейся ситуации преобладания импортных технологий и оборудования в угольной отрасли России и Кузбасса необходимо выполнить ряд последовательных действий:

- разработать перечень по горно-шахтному оборудованию, которые подлежат освоению производителями и оценить экономическую целесообразность их создания;
- организовать взаимодействия научно-производственных кластеров для производства горно-шахтного оборудования;
- разработать технические задания на разработку и производство горно-шахтного оборудования;
- провести испытания изготовленных опытных образцов горно-шахтного оборудования.

Импортозамещение даёт возможность для роста национального рынка и стабилизации социальной обстановки в стране. Для устранения сложившейся ситуации преобладания импортного горно-шахтного оборудования в угольной отрасли России необходима разработка и реализация программы импортозамещения оборудования в угольной промышленности.

Список литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2023 г. № 603 «Об утверждении приоритетных направлений проектов технологического суверенитета и проектов структурной адаптации экономики Российской Федерации и Положения об условиях отнесения проектов к проектам технологического суверенитета Российской Федерации». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/406641957/?ysclid=luw42em7u7262627336> (дата обращения: 07.10.2024). – Текст: электронный.
2. Петренко, И.Е. Итоги работы угольной промышленности России за январь-декабрь 2022 года // Уголь. 2023. №3. С. 21. – Текст: непосредственный.
3. Официальный сайт Министерства угольной промышленности Кузбасса. Деятельность (угольная отрасль) [сайт]. – URL: <https://murk42.ru/ru/> (дата обращения: 07.10.2024). – Текст: электронный.
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. 3,6 млрд рублей будет направлено на реализацию комплексной научно-технической программы в Кузбассе [сайт]. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/nauka/51396/> (дата обращения: 07.10.2024). – Текст: электронный.
5. Почему горная техника выходит из строя: виды ее неисправностей [сайт]. – URL: <https://www.ecmo.ru/mediacategories/obzory-62/pochemu-gornaya-tehnika-vyehodit-iz-stroya-vidy-ee-neispravnostey?ysclid=lvtplmwhd3313564971> (дата обращения: 07.10.2024). – Текст: электронный.

Глобинова Ксения Дмитриевна, студент
Научный руководитель – старший преподаватель
Митюшина Ирина Леонидовна
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Белгород

ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ КОРПОРАЦИИ КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В наше время почти не найти компанию, которая бы не применяла цифровые технологии. Именно благодаря им предприятия остаются конкурентоспособными и оперативно реагируют на перемены рынка.

Сегодня существует множество современных информационных инструментов для увеличения прибыли предприятий. Но большинство корпораций считают самыми эффективными криптовалюты и блокчейн, финансовые деривативы, альтернативные источники финансирования (краудфандинг, ICO) и инструменты управления рисками.

Далее подробно рассмотрим каждый инновационный финансовый инструмент [1]:

1) Криптовалюты и блокчейн-технологии. Всё больше крупных компаний используют криптовалюты и блокчейн в своих финансовых процессах. Криптовалюты помогают в международных платежах, хеджировании рисков, инвестициях и создании корпоративных токенов. Блокчейн повышает прозрачность, ускоряет транзакции, упрощает контроль над цепочками поставок и автоматизирует бизнес-процессы, снижая операционные расходы. Преимущества криптовалют и блокчейна для бизнеса включают высокую скорость обработки данных, низкие комиссии, отсутствие посредников и большую безопасность.

2) Финансовые деривативы. Крупные корпорации применяют различные финансовые производные инструменты, чтобы снизить риск колебаний курсов валют, процентов, цен и других показателей. Благодаря этому, они могут уменьшить нестабильность своих финансовых показателей. Также деривативы используют для арбитражных сделок, дополнительного дохода и оптимизации налогов. Главные плюсы производных инструментов — это их гибкость, точность в управлении рисками, доступ к новым рынкам и возможностям заработка.

3) Альтернативные источники финансирования. Корпорации выбирают инновационные способы привлечения денег, такие как краудфандинг и первичное размещение токенов (ICO). С помощью краудфандинга корпорации собирают средства от множества инвесторов для запуска новых товаров, технологий или бизнес-проектов. А ICO даёт компаниям возможность выпускать свои токены и получать деньги без участия традиционных

посредников. Основные плюсы альтернативных источников финансирования: доступ к новым источникам капитала, быстрое получение средств и привлечение внимания большого количества инвесторов.

4) Инструменты управления рисками. Ведущие компании применяют передовые подходы и технологии для определения, оценки, контроля и уменьшения разных финансовых и нефинансовых рисков. Они задействуют продвинутую аналитику, искусственный интеллект (ИИ), симуляции, стресс-тесты и другие инструменты.

Инновационные финансовые инструменты играют важную роль в развитии бизнеса, обеспечивая гибкость и скорость работы, повышая контроль над рисками и укрепляя стабильность компаний. Таблица 1 показывает, как эти технологии влияют на бизнес-процессы и результаты деятельности [3].

Таблица 1 – Влияние инновационных финансовых инструментов на показатели бизнеса

Инновационный инструмент	Влияние на финансовые показатели
Криптовалюты и блокчейн	- Более высокие показатели ROA и ROE на 12-18%; - Экономия на транзакционных издержках на 7-10%.
Финансовые деривативы	- Увеличение чистой прибыли и EBITDA на 14-19%; - Снижение волатильности финансовых показателей на 20-25%.
Альтернативные источники финансирования (краудфандинг, ICO)	- Ускорение роста выручки на 16-21% в течение 2 лет; - Более высокая доходность на вложенный капитал (ROIC) на 12-17%.
Инструменты управления рисками	- Увеличение чистой прибыли и EBITDA на 10-15% ; - Более высокие коэффициенты финансовой устойчивости на 18-22%.

В свете изложенных фактов становится очевидным, что инновационные финансовые инструменты помогают корпорациям улучшить финансовые показатели и увеличить прибыль. Современные технологии, например, криптовалюты, блокчейн и деривативы, повышают эффективность и снижают риски. Привлечение альтернативных источников финансирования, таких как краудфандинг и ICO, способствует росту доходов и рентабельности. Передовые методы управления рисками делают компании более устойчивыми и прибыльными.

В таблице 2 представлены прогнозы и тенденции развития рынка инновационных финансовых инструментов на 2023–2025 годы. В этот период ожидается активное внедрение цифровых технологий, развитие альтернативных источников финансирования и адаптация регуляторных мер для поддержания стабильности финансового рынка [2, 5].

Таблица 2 – Прогнозы и тенденции развития рынка инновационных финансовых инструментов на 2023-2025 годы

Направление	Прогнозы и тенденции развития
Криптовалюты и блокчейн	<ul style="list-style-type: none"> - Дальнейшее распространение и институционализация криптовалют, особенно в платежах и международных переводах - Развитие блокчейн-технологий для повышения эффективности и прозрачности финансовых операций корпораций -Рост доли компаний, использующих криптовалюты и блокчейн, до 30-35%
Финансовые деривативы	<ul style="list-style-type: none"> - Увеличение спроса на деривативы со стороны корпораций для хеджирования рисков -Развитие инфраструктуры торговли производными финансовыми инструментами, в том числе за счет внедрения технологий -Рост объема рынка деривативов на 12-15% ежегодно
Альтернативные источники финансирования	<ul style="list-style-type: none"> - Дальнейшее увеличение популярности краудфандинговых платформ и ICO для привлечения капитала инновационными компаниями -Развитие нормативной базы для повышения доступности и безопасности таких инструментов -Рост совокупного объема средств, привлекаемых через краудфандинг и ICO, до 25-30 млрд долл. В год
Инструменты управления рисками	<ul style="list-style-type: none"> - Внедрение более сложных систем управления рисками с интеграцией бизнес-аналитики и ИИ -Повышение значимости управления ESG-рисками -Около 60-65% крупных компаний будут использовать передовые методы управления рисками
Ключевые тенденции	<ul style="list-style-type: none"> - Ускоренная цифровизация и технологическая трансформация финансовой сферы -Рост институционального интереса и участия в инновационных финансовых инструментах -Усиление роли регулирования для обеспечения стабильности и безопасности новых финансовых технологий -Повышение внимания к устойчивому развитию и ESG-факторам в корпоративных финансах

Результаты исследования показывают, что в ближайшие три года рынок инновационных финансовых инструментов будет активно развиваться. Криптовалюты и блокчейн станут ещё популярнее, особенно в сфере платежей и переводов. Доля их корпоративного использования вырастет до 30–35 %. Спрос на финансовые деривативы увеличится, а объём рынка будет расти на 12–15 % в год. Краудфандинг и ICO также станут более востребованными, их ежегодный оборот составит 25–30 миллиардов долларов.

Рассмотрим применения инновационных финансовых инструментов на примере компании «СМЕ Group». Она одна из крупнейших мировых финансовых компаний, которая предоставляет услуги по торговле и клирингу. Компания использует широкий диапазон финансовых инструментов: фьючерсы, опционы и своп-контракты, которые позволяют управлять рисками, получать прибыль и осуществлять сделки в различных отраслях.

Благодаря внедрению инновационных инструментов, «СМЕ Group» укрепляет свои позиции на мировом рынке [4].

В таблице 3 представлены основные финансовые показатели «СМЕ Group» за 2021–2023 годы. Эти данные позволяют проанализировать финансовое состояние компании за рассматриваемый период [4].

Таблица 3 – Основные финансовые показатели компании «СМЕ Group» за 2021-2023 г.

Показатель	2021	2022	2023	Относительное отклонение, %	
				2022 к 2021	2023 к 2022
Выручка, млрд.	4,75	5,67	5,85	19,4	3,2
Чистая прибыль, млрд.	1,94	2,16	2,24	11,3	3,7
Валовая прибыль, млрд.	3,24	3,85	3,95	18,8	2,6
Операционная прибыль, млрд.	2,43	2,82	2,91	16,1	3,2

Финансовая деятельность «СМЕ Group» за 2021–2023 годы показывает стабильный рост. В 2022 году выручка увеличилась на 19,4 %, а в 2023 году — ещё на 3,2 %. Это свидетельствует о росте популярности компании и расширении её деятельности.

Чистая прибыль также увеличивается: в 2022 году происходит рост на 11,3 % по сравнению с 2021 годом, а в 2023 году — на 3,7 % по сравнению с 2022 годом. Это указывает на эффективное управление затратами и повышение рентабельности бизнеса.

Валовая и операционная прибыль также растут, что говорит об улучшении операционной эффективности компании. В 2022 году валовая прибыль увеличилась на 18,8 %, а операционная прибыль – на 16,1 % по сравнению с 2021 годом. В 2023 году продолжался рост этих показателей на 2,6 % и 3,2 % соответственно.

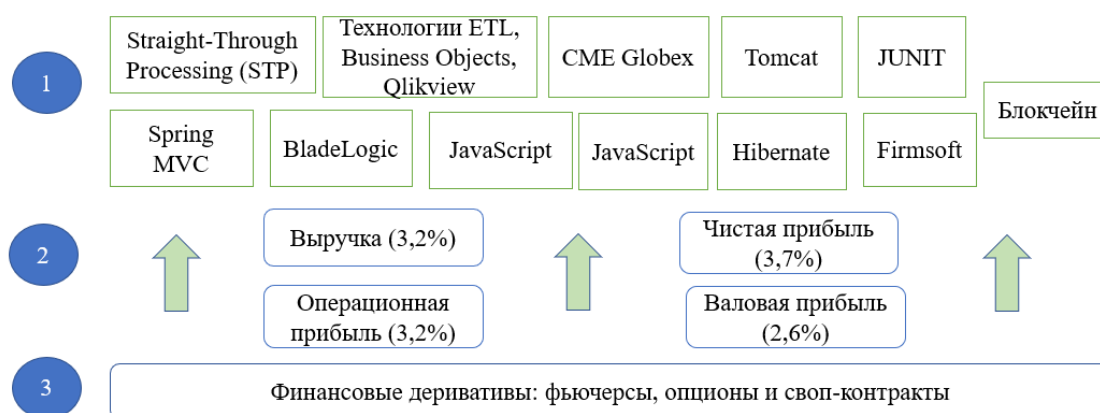


Рисунок 1 – Применение инновационных технологий как фактор увеличения финансовых показателей в компании «СМЕ Group» за 2023 г.

Источник: Составлено автором

Стоит отметить, что использование инновационных финансовых инструментов, таких как фьючерсы, опционы и свопы, помогло компании «СМЕ Group» увеличить доходы и расширить возможности для сделок. Это повысило авторитет компании на мировом рынке и стимулировало рост ключевых финансовых показателей, включая выручку, чистую прибыль и валовую прибыль.

Таким образом, основные тенденции развития рынка – ускорение цифровизации и технологической трансформации финансовой сферы, рост интереса институтов к инновационным инструментам, усиление роли регулирования для обеспечения стабильности и безопасности, а также повышение внимания к устойчивому развитию и аспектам ESG. Рынок инновационных финансовых инструментов ждёт период активного роста и развития, который будет сопровождаться повышением технологичности и регулирования в этой области.

Список литературы

1. Анализ рынка финансовых технологий (FinTech): [сайт]. – 2024. – URL: <https://businessstat.ru/russia/finance/fintech/?yclid=3092198702820884479> (дата обращения: 02.10.2024). – Текст: электронный.
2. Основные направления развития финансового рынка российской федерации на 2023 год и период 2024 и 2025 годов: [сайт]. – 2022. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/143773/onfr_2023-2025.pdf (дата обращения: 02.10.2024). – Текст: электронный.
3. Тренды развития финансового сектора: [сайт]. – 2023. – URL: <https://www.finam.ru/publications/item/trendy-razvitiya-finansovogo-sektora-20230914-1118/> (дата обращения: 02.10.2024). – Текст: электронный.
4. Эмитент СМЕ GROUP INC. – Финансовые показатели и список акций: [сайт]. – 2024. – URL: https://finplan.org/lk/obligations/company_usa/cme_group_inc/ (дата обращения: 02.10.2024). – Текст: электронный.
5. Top 10 Fintech Industry Trends in 2025 | StartUs Insights : [сайт]. – 2024. – URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/financial-tech-trends-innovation/> (дата обращения: 02.10.2024). – Текст: электронный.

Гращенко Татьяна Владимировна, студент гр. ЭПОЭБ21о1
Научный руководитель – к.э.н., доцент Вишневер Вадим Яковлевич
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

ОСОБЕННОСТИ КВАЗИМОНОПОЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ФИРМ НА РЫНКЕ

В современном мире рынок представлен не просто совокупностью бесчисленного числа участников данного рынка, но и всевозможными структурами, которые складываются в условиях постоянной конкурентной борьбы. Так, в силу особой популярности, сговора, стратегической важности отрасли или иных факторов, могут формироваться олигополистические объединения или монопольные фирмы, которые будут контролировать большую часть рынка.

Но подобные неконкурентные объединения не заканчиваются на олигополии и монополии. На рынке может образоваться особая форма соседства с монополией, при которой на рынке есть несколько доминирующих и конкурирующих фирм. Подобная конкуренция называется квазимонополия. Она появляется в силу существующих барьеров, к примеру - огромные затраты на вход. Именно такие барьеры и не дают новым игрокам вступить в конкурентную борьбу с такими фирмами.

Так же, как и монопольные фирмы или неконкурентные объединения, квазимонопольные фирмы имеют огромное значение для экономики. Они влияют на цены, устанавливая их в зависимости от собственных интересов и целей, а эта практика лишает конечного потребителя права выбора в ценовом вопросе. По этой причине квазимонополии представляют собой объект внимания антимонопольных органов, ведь они оказывают прямое влияние на рыночные условия и степень конкуренции.

Как и любая другая рыночная структура, квазимонополия не возникает на ровном месте. Её появлению сопутствуют множество факторов, основными из которых можно назвать:

1. Высокие барьеры входа – к барьерам входа можно отнести инвестиции, сложные технологии производства или наличие ресурсных баз. Подобные затраты могут быть непосильны большинству новых фирм для входа на данный рынок, а потому возникает ограничение конкуренции и, как следствие, появляются условия для возникновения квазимонополии.

2. Неравномерное распределение ресурсов – в вопросах производства важную роль играют ресурсы, и доступ к ним может решить вопрос не просто устройства целой отрасли, но и её наличия. Таким образом, ограниченность доступа к таким ресурсам, как: сырьё, интеллектуальная собственность, технологии, ограничивают и возможность конкуренции. Как следствие – появление квазимонополий.

3. Недостаток информации – в случае появления информационного барьера, например информационного шума или активной дезинформации, потребитель становится ограниченным в доступе достоверной информации о рынке и альтернативных продуктах. Таким образом, они могут отдавать своё предпочтение определённым продавцам.

4. Дифференциация продукта – в ходе конкурентной борьбы, компания может предложить на рынок новый, уникальный продукт или услугу, которую сложно заменить уже имеющимися товарами на данном рынке. Данное новшество может дать фирме особое преимущество и, как следствие, стать фактором появления квазимонополии. Дифференциация может быть обусловлена брендом или уникальными характеристиками товара или услуги.

Особенности квазимонопольного поведения фирмы:

1) Диктат цен: в условиях ограниченной конкуренции или при явном лидерстве одной фирмы в контроле значительной доли рынка, возможна ситуация, что данная компания, используя своё главенствующее положение, будет определять цены на свои товары или услуги. В данном случае, при низкой конкуренции и высоком спросе, компания может повышать цену на товар, не боясь потерять прибыль.

Данная практика может быть основана на различных факторах, таких как: ограниченность ресурсов, сильная марка или патенты, барьеры входа для конкурентов и т.д.

Иными словами, квазимонопольные фирмы имеют значительные рыночные преимущества, которые дают им возможность устанавливать цены в своих интересах.

2) Манипуляция спросом: в отличие от обычных фирм, находящихся в конкурентной среде, в своей деятельности квазимонопольные фирмы часто прибегают к практике манипуляции спросом населения. Данная практика может осуществляться с помощью:

1. Искусственной дифференциации товаров, то есть путём добавления эксклюзивных функций или особенностей нового товара, которые делают их продукт более привлекательным для потребителей

2. Ограничения информации, то есть корпорации могут манипулировать, ограничивать или не пропускать определённую информацию о своих товарах или услугах, с целью создания красивой картинки о производителе или чтобы создать ощущение престижа или эксклюзивности в их потребителях.

3. Искусственного дефицита, то есть компании могут ограничивать количество своих товаров или услуг на рынке, чтобы создать их нехватку и, как следствие, увеличить спрос, а вместе с тем и поднять цену. Данная практика достигается путем ограничения производства или установлением объёма доступного к продаже товара.

3) Влияние на правительство: в силу своего экономического положения, квазимонопольные фирмы имеют серьёзную позицию в экономическом спектре всей страны. Таким образом, голос руководителей данных организаций имеет серьёзный вес не только в вопросах экономического характера, но и в политической жизни. Так квазимонопольные фирмы могут активно заниматься лоббированием, то есть использовать свои ресурсы и влияние для убеждения правительства изменить законодательство и правительственные решения в сторону их интересов. Кроме лоббирования квазимонопольные фирмы могут предоставлять правительству информацию и экспертизу своей отрасли. В силу своей профессиональной деятельности и опыта, они могут быть привлечены к вопросу аналитики и консультации в делах, которые касаются экономической политики и регулирования отраслей.

Как и действия любых других структур на рынке, действия квазимонопольных фирм имеют свои последствия.

К ним можно отнести:

1. Увеличение цен: не смотря на условия конкуренции, фирмы с квазимонопольным поведением часто прибегают к практике повышения цены без должного увеличения качества/объёма товара, тем самым они просто повышают цены своей продукции для увеличения личной прибыли.

2. Ограничение выбора потребителей: в условиях большой занятости рынка и личного влияния, конкурирующие компании могут отказаться от диверсификации своего товарного портфеля во избежание трат на инновации и создание/модернизацию производства. Тем самым, потребители могут столкнуться с ограничением выбора и недостатком разнообразия, в силу слабой или отсутствующей конкуренции.

3. Снижение качества товаров или услуг: компания не только может необоснованно повышать цены, а так же отрешаться от диверсификации производства, но и намеренно сокращать качество своей продукции с целью уменьшения затрат – как следствие, сокращается себестоимость и растёт прибыль.

4. Высокие прибыли: фирмы с квазимонопольным поведением зачастую становятся защищенными от возможных потерь в силу повышенной цены на товар, а так же отсутствия должного уровня конкуренции и наличия товаров заменителей.

5. Сопротивление власти: фирмы с квазимонопольным поведением зачастую пользуются своим экономическим влиянием для оказания давления на представителей власти, будь то подкуп или уговоры.

Квазимонопольные фирмы, как и монополии и олигополии, а так же ряд других неконкурирующих структур, обладают значительной рыночной властью без полной монопольной позиции. Их деятельность может влиять на цены, объёмы производства и другие параметры рынка в свою пользу, что может негативно сказываться на потребителях и конкурентных фир-

мах. А потому данные фирмы подвергаются государственному регулированию и контролю, с целью ограничения деятельности данных компаний.

Список литературы

1. Ведерников, Н.С. Роль олигополии в российской экономике / Н.С. Ведерников, Д.А. Сыромятников // Научные исследования XXI века. – 2021. – № 3(11). – С. 96-100.

2. Вишневер, В.Я. Теоретические подходы к исследованию взаимосвязи конкуренции и монополии / В.Я. Вишневер, А.А. Соловьев // Развитие современной науки и технологии в условиях трансформационных процессов: сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Москва, 13 января 2023 года. – С. 457-463.

3. Комолов, О.О. Теоретические аспекты проблемы монополизации рыночной экономики // Вестник МФЮА. – 2022. – №1. – С. 78-87.

4. Розанова, Н.М. Конкуренция и монополия в цифровой экономике. //Общественные науки и современность. – 2021. – №1. – С. 63-72.

5. Шутько, Л.Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2022. – Т. 10. – № 4. – С. 4-11.

Данилюк Станислав Валерьевич, студент гр. ФКмоз-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Шевелева Оксана Борисовна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

К ВОПРОСУ О СПОСОБАХ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ

Амортизация представляет собой перенос стоимости внеоборотных активов на стоимость товаров, продукции или услуг. Период применения каждая компания определяет самостоятельно, согласно нормативным и внутренним документам, но общий срок эксплуатации должен быть не менее 12 месяцев [1].

Согласно ФСБУ 6/2020 «Учет основных средств» не амортизируются: инвестиционная недвижимость; мобилизационные мощности; а также объекты, по которым свойства не меняются с течением времени (например, участки земли, объекты природопользования и т.п.) [2].

В ФСБУ предусмотрены следующие методы учета амортизации:

1. списание стоимости по периоду использования;
2. списание стоимости согласно объему продукции (работ).

Первый способ подразделяется на:

- а. линейный;

в. способ уменьшаемого остатка.

В налоговом учете, в свою очередь, выделяют линейный и нелинейный способ в виде метода уменьшаемого остатка [3].

Рассмотрим применение методов начисления амортизации на конкретном примере (данные представлены в таблице 1).

Линейный способ предусматривает равномерное списание стоимости основных средств (ОС). При этом используется формула (1):

$$A = П / СИ \quad (1)$$

где А – сумма амортизации за год;

П – первоначальная стоимость ОС;

СИ – период применения объекта ОС в годах.

При применении линейного способа амортизации таблица амортизационных отчислений будет иметь следующий вид (таблица 2).

Способ уменьшаемого остатка предполагает списание по остаточной стоимости ОС определённой доли с учетом коэффициента ускорения [2]. Формула выглядит следующим образом:

$$A = O * K / СИ \quad (2)$$

где А – сумма амортизации за год;

О – остаточная стоимость объекта ОС;

СИ – период применения объекта ОС в годах;

К – устанавливаемый организацией коэффициент ускорения (для различных амортизационных групп коэффициент разный).

Таблица 1 – Данные по основным средствам для применения в расчетах амортизационных отчислений

Наименование объекта	Станок	Трактор	Автомобиль
Первоначальная стоимость тыс. руб.	300	600	1200
Период полезного использования, годы	3	4	5
Ускоренный коэффициент (К)	2	2	3
Максимальный объём работы	15000 изделий	50 гектаров	650000 км
Объём работы по годам	1. 4000 изделий 2. 7000 изделий 3. 4000 изделий	1. 12 гектаров 2. 22 гектара 3. 6 гектаров 4. 10 гектаров	1. 50000 км 2. 100000 км 3. 100000 км 4. 200000 км 5. 200000 км

Таблица 2 – Динамика амортизационных отчислений при линейном методе по годам, тыс. руб.

год	Станок	Трактор	Автомобиль
1	100	150	240
2	100	150	240
3	100	150	240
4	-	150	240
5	-	-	240

При применении способа уменьшаемого остатка таблица расчета амортизационных отчислений по ОС примет следующий вид (таблица 3):

Таблица 3 – Динамика амортизационных отчислений при способе уменьшаемого остатка по годам, тыс. руб.

год	Станок	Трактор	Автомобиль
1	200	300	800
2	66,67	150	266,67
3	33,33	75	88,89
4	-	75	29,63
5	-	-	14,81

Способ списания стоимости согласно объему продукции (работ) заключается в том, что списание происходит исходя из доли произведённых за год продукции или проведённых работ в общей величине запланированного объема продукции (работ) по следующей формуле:

$$A = П * Ф / Об \quad (3)$$

где А – сумма амортизации за год;
 П – первоначальная стоимость объекта ОС;
 Ф – показатель объема продукции (работ) в текущем году;
 Об – общий объем продукции (работ) за весь период применения объекта ОС.

При применении этого способа таблица расчета амортизационных отчислений по ОС примет следующий вид (таблица 4):

Таблица 4 – Динамика амортизационных отчислений при способе списания согласно объёму продукции (работ), тыс. руб.

год	Станок	Трактор	Автомобиль
1	80	144	66,67
2	140	264	133,33
3	80	72	133,33
4	-	120	266,67
5	-	-	266,67

Далее необходимо рассмотреть плюсы и минусы каждого из указанных выше методов.

Таблица 5 – Анализ плюсов и минусов методов начисления амортизации

Линейный	+	Простота расчета	Пригоден при неизменном темпе работы
	-	Не учитывается объем проделанной работы	Не учитывает моральный износ
Уменьшаемого остатка	+	Пригоден при убывающем темпе работы	Наличие ускоренного коэффициента, благодаря которому разные группы ОС амортизируются с разной скоростью
	-	Не учитывается объем проделанной работы	Сложность расчета
Согласно сделанной работе	+	Учитывает объем произведенной работы	
	-	Сложность расчета	Нет аналога в налоговом учете

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, какой метод в каких случаях необходимо применять. Линейный метод подходит, если основные средства используются в одинаковом режиме в каждом периоде или если нет возможности проводить сложные расчеты. Способ уменьшаемого остатка стоит применять в случае, если ОС в начале периода полезного применения используются более интенсивно, чем в конце. Этот способ будет полезен там, где нужно амортизировать разные группы ОС с разной скоростью. А способ пропорционально произведенной продукции (работам) применим в том случае, если динамика использования неоднозначна, но при этом можно соотнести применение объектов ОС и количество проделанной работы.

Список литературы:

1. Кузина, А. Ф. Совершенствование амортизационной политики: проблемы и пути их решения / А.Ф. Кузина, С.В. Кесян, М.И. Ленкова // Вестник Академии знаний. 2018. № 1 (24). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-amartizatsionnoy-politiki-problemy-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 05.09.2024).
2. Приказ Минфина России от 17.09.2020 № 204н (ред. от 30.05.2022) «Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» (Зарегистрировано в Минюсте России 15.10.2020 № 60399).
3. Минкина, А. В. Проблемы учета амортизации основных средств / А. В. Минкина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 48 (338). – С. 521-523. – URL: <https://moluch.ru/archive/338/75643/> (дата обращения: 05.06.2024).

Данилюк Станислав Валерьевич, студент гр. ФКмоз-221, III курс
Абдукаюмов Абдухамид Абдукасим угли, студент гр. ФКмоз-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Куманеева Мария Константиновна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Малое предприятие – это предприятие, обладающее небольшим размером, малым штатом и не высоким доходом.

Согласно закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ компания будет являться малым предприятием, если соответствует следующим параметрам:

1. Годовой доход не превысил 800 млн. рублей.
2. Численность сотрудников не выше 100 человек.
3. У ООО 51% капитала должен быть в собственности у физических лиц или других малых предприятий.

Малое предпринимательство в России появилось в 90-е годы в форме обществ с ограниченной ответственностью. После этого до наших дней малый бизнес в своем развитии прошел 4 этапа.

На первом этапе было характерно объединение людей по интересам. В результате произошло формирование отраслевых компаний, включая малый бизнес в сфере сельского хозяйства.

В 1992-1997 годы начался второй этап для малого предпринимательства. Для него был характерен экстенсивный путь развития, также начинается формирование законодательных актов в области малых предприятий.

В 1996-2003 годы ужесточились требования в области формирования малого бизнеса, что привело к сокращению количества малых предприятий.

С 2003 начался четвертый этап малого бизнеса, который длится до сих пор. На этом этапе вновь количество малых компаний стало расти.

Согласно единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, можно дать следующую характеристику малого предпринимательства в России.

Динамика малых предприятий с 2019 по 2024 год имеет следующую картину (Рисунок 1).

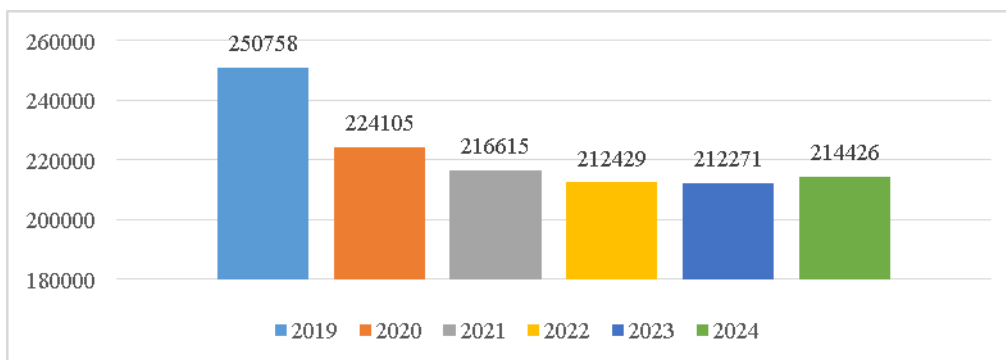


Рисунок 1 – Динамика числа малых предприятий Российской Федерации, 2019-2024 гг., шт.

Как видно из данных рисунка 1, с 2019 г. наблюдалось снижение количества представителей малого бизнеса с 250758 до 212271 (снизилось на 8487 субъектов), затем их количество выросло до 214426. На спад малого предпринимательства могла оказать влияние множество факторов: от общеэкономической ситуации до пандемии COVID-19.

В 2024 г. по федеральным округам малые предприятия распределены в следующей пропорции (Рисунок 2).

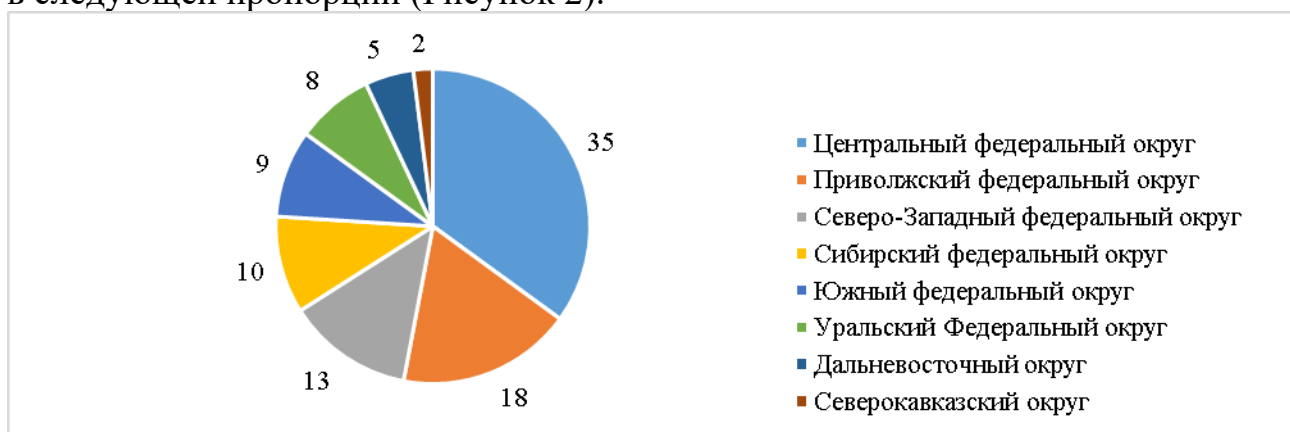


Рисунок 2 – Количество малых предприятий по федеральным округам России в 2024 году, %

Таким образом, наибольшее число представителей малого бизнеса расположено в Центральном федеральном округе (35%) и Приволжском округе (18%), наименьшее – в Дальневосточном (5%) и Северокавказском округах (2%).

В 2024 году ИП составляют 13% в величине малых предприятий [2].

По данным Федеральной налоговой службы с 2019-2023 гг. было открыто и ликвидировано следующее количество малых предприятий (Рисунок 3).

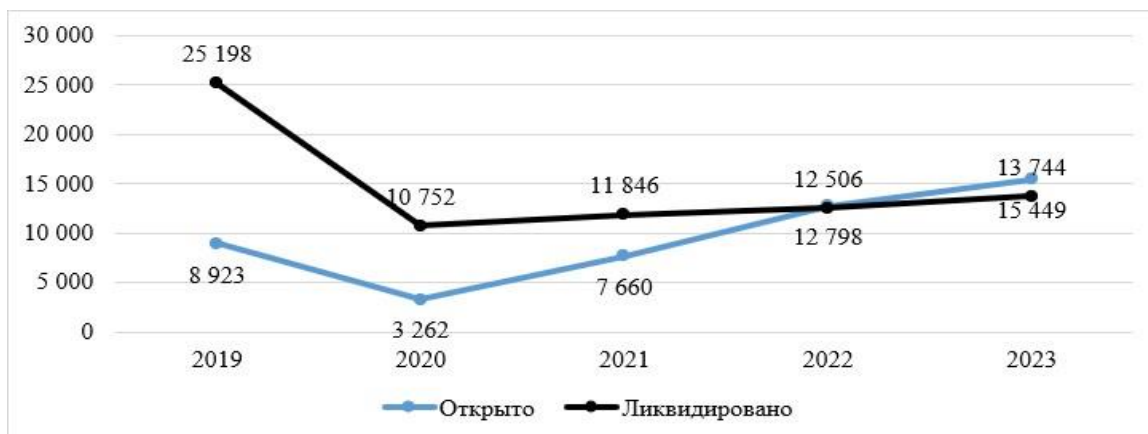


Рисунок 3 – Динамика открытий и ликвидаций малого бизнеса, 2019-2024 гг., шт.

Несмотря на то, что только в последние годы количество открытых малых предприятий стало превышать количество ликвидированных, разрыв между открытыми и закрытыми уменьшался в течение всего периода. Это говорит об улучшении положения малого предпринимательства [3].

По данным Росстата, в период 2019-2021 гг. наблюдалось снижение штата сотрудников малых предприятий, за 2020 год показатель снизился с 11340,5 тыс. чел до 11074,3 тыс. чел, а за 2021 год их количество снизилось до 10652,4 тыс. чел.

Динамика выручки, наоборот, имела тенденцию к росту: за 2020 год показатель вырос с 47 889,8 млрд. до 52 963,9 млрд., а за 2021 год выручка выросла до 63 702,5 млрд. руб.

Динамика прибыли имела тенденцию к росту: за 2020 год показатель вырос с 3 117 млрд. до 3 943 млрд. руб., а за 2021 год прибыль выросла до 5 242,4 млрд. руб.

Таким образом, показатели финансовой деятельности имели тенденцию к росту. Причем прибыль имела более быстрые темпы роста, чем выручка. Если выручка имела в 2020 году прирост 10%, а в 2021 году - 20%, то прибыль имела прирост 26% и 32% соответственно.

Это означает рост эффективности деятельности малого предпринимательства, не смотря на сокращение представителей малого предпринимательства в период с 2019 по 2021 год.

Более быстрые темпы роста прибыли над выручкой привели к росту рентабельности, за 2020 год рентабельность выросла с 7% до 8,1%, а за 2021 год выросла до 8,3%.

Лидирующие отрасли в сфере малого предпринимательства в 2022 году выглядят следующим образом (Таблица 1).

Таблица 1 – Показатели лидирующих отраслей в сфере малого предпринимательства

Показатель	Первое место		Второе место		Третье место	
	отрасль	% к общей величине	отрасль	% к общей величине	отрасль	% к общей величине
Количество малых предприятий	Торговля	31	Строительство	12	Операции с недвижимым имуществом	10
Выручка	Торговля	47	Обрабатывающее производство	12	Транспортировка и хранение	6
Количество сотрудников	Торговля	22	Обрабатывающее производство	15	Строительство	12

Таким образом, самыми популярными отраслями для малого бизнеса являются торговля и обрабатывающее производство.

По результатам проведенного анализа, можно выделить ряд проблем в сфере малого бизнеса:

- 1) большое количество ликвидируемых предприятий, по сравнению с новыми;
- 2) сокращение числа сотрудников на малых предприятиях;
- 3) большой разрыв в количестве малых предприятий между регионами.

На данный момент малые предприятия получают следующие привилегии:

1. Кредитование по пониженной ставке.

Министерство экономического развития постановлением от 30.12.2018 г. № 1764 запустило программу льготного кредитования малых предприятий (проект 1764) малым предприятиям может быть предложена льготная ставка ЦБ плюс 2,75% годовых [5].

2. Предоставление материальной помощи.

Согласно приказу Минэкономразвития от 26.03.2021 № 142 малые предприятия имеют возможность получить грантовую поддержку в размере 100-500 тыс. руб.[6]

3. Налоговые льготы. Малые предприятия имеют разнообразные налоговые льготы по транспортному налогу, земельному налогу, налогу на прибыль и т.д.

Таким образом, несмотря на наличие ряда проблем в развитии малого предпринимательства в России, спектр оказываемой помощи достаточно широк. По мнению экспертов, дальнейший путь для малого бизнеса – замещение иностранных компаний, а также развитие в сфере технологий.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: [сайт]. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения 01.07.2024).
3. Федеральная налоговая служба: [сайт]. – URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (дата обращения 01.07.2024).
4. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 01.07.2024).
5. Постановление Правительства РФ от 30.12.2018 № 1764 (ред. от 20.07.2023) «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и специализированным финансовым обществам в целях возмещения недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2019 - 2024 годах субъектам малого и среднего предпринимательства».
6. Приказ Минэкономразвития России от 26.03.2021 № 142 (ред. от 11.03.2024) «Об утверждении требований к реализации мероприятий, осуществляемых субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, а также физических лиц, применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход».
7. Федеральный закон от 26.03.2022 № 67-ФЗ «О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 2 Федерального закона «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».
8. РИА новости от 23.09.2023: [сайт]. – URL: <https://ria.ru/20231023/msp-1904685844.html/> (дата обращения 01.07.2024).

Дегоян Анаит Вагановна, студент гр. ПЭМ-241, I курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Тюленева Татьяна Александровна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН БРИКС В АНТИМОНОПОЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКОВ

В современных экономических условиях конкуренция играет важную роль в развитии глобальных рынков, поскольку монополизация ведет к замедлению воздействия механизмов повышения эффективности производственной деятельности и распределения благ в условиях ограниченно-

сти всех видов ресурсов. Созданные для избежания данных негативных последствий антимонопольные нормативные акты показали свою эффективность в развитых капиталистических государствах, однако не содержали положений, касающихся антимонопольного регулирования глобальных рынков. [1]

Предпосылками к антимонопольному регулированию глобальной экономики стали нормативные акты Всемирной торговой организации, планировавшиеся в перечне ее законов до 90-х годов XX века. Наличие таких пробелов в международном антимонопольном регулировании открывает широкое поле деятельности крупных международных компаний на мировом уровне по захвату отраслевых рынков, при этом на национальном уровне на осуществление таких действий законодательно существуют жесткие ограничения. Возобновление процесса разработки международного законодательства в современных геополитических условиях трудноосуществимо, поскольку борьба за однополярный мир ограничивает функциональность международных организаций. Разработка норм добросовестной конкуренции в глобальной экономике не выходит за пределы узкого круга государств. [2] В связи с перечисленными причинами очевидна необходимость расширения условий для глобального антимонопольного регулирования рынков, одним из вариантов решения данного вопроса является развитие кооперационных связей государств БРИКС в этой сфере.

Преимуществом глобального антимонопольного регулирования рынков именно этой международной организацией является большая, по сравнению с ВТО или ООН, заинтересованность их участников в диверсификации экономических моделей, чтобы иметь возможность применения разнообразных подходов к разработке технологических, финансовых стандартов и решений, обеспечивая тем самым устойчивость развития мировой экономики в целом.

Достаточно длительное время антимонопольное регулирование не являлось приоритетом развития кооперационных связей участников БРИКС. Причиной тому были стереотипы восприятия данного понятия как некоего свода ограничений поведения на рынке по примеру Чикагской школы антимонопольного права, положения которой показали свою неэффективность в период мирового экономического кризиса 2008 года. Идеи антимонопольного регулирования стали распространяться в мировой экономической практике со второй половины 2010-х годов в новом качестве, когда антимонопольное право стало рассматриваться как один из инструментов установления равновесия в цифровой экономике и минимизации экономических рисков, сопутствующих технологическим и социальным трансформационным процессам.

На текущем этапе развития сотрудничества стран БРИКС в сфере антимонопольного регулирования глобальных отраслевых рынков кооперационные связи применяются ситуативно, то есть участники организации,

разделяя общие принципы, применяют нормы антимонопольного законодательства при наличии жестких злоупотреблений и дисбалансов в конкурентной борьбе в конкретных сложившихся социально-экономических условиях. Началом взаимодействия органов антимонопольного регулирования государств-участников БРИКС официально можно считать 2015 год, когда была сформирована рабочая группа по расследованию преступлений против добросовестной конкуренции на глобальных продовольственных рынках. Результатом деятельности рабочей группы стал анализ глобальных цепочек создания стоимости на рынках семян и удобрений при поддержке представителей научных сообществ участников БРИКС, представленный на антимонопольной конференции в ноябре 2017 года. Полученные выводы позволили компаниям из стран БРИКС проявить активную позицию на данных рынках относительно сделок по монополизации и противодействовать нарушению антимонопольных интересов от слияния крупных агротехнологических корпораций, которое благодаря концентрации технологий и капитала угрожало конкурентной борьбе на сельскохозяйственном рынке на глобальном уровне, а также на уровне рынков участников БРИКС. Благодаря усилиям рабочей группы, конгломерат поделился комплексом уникальных технологических селекционных проектов и дал обязательства соблюдать антидискриминационные принципы работы с цифровыми сервисами. [3]

Предпринятые усилия показали БРИКС успешность и эффективность международного сотрудничества национальных антимонопольных служб и научного сообщества, и данные результаты уже к 2018 году привели к открытию Антимонопольного центра БРИКС, в котором централизуются все усилия по антимонопольному регулированию, и учреждению его рабочей группы антимонопольных ведомств, представившей годом позднее отчет с описанием основных проблем и вызовов трансформационных процессов в цифровой экономике, препятствующих развитию конкуренции на глобальных рынках, и тенденциях их развития. [3]

Кроме того, ярким примером взаимодействия участников БРИКС в антимонопольной сфере можно назвать совместную работу в сфере противодействия монополизационным процессам на фармацевтическом рынке в отношении сделок по разработке и производству антиковидных вакцин и патентных лекарств. Ее результатов явился пересмотр точек зрения на системы лицензирования лекарственных средств для установления паритета интересов общества и патентного права. [4]

Другим направлением кооперации стран БРИКС в сфере антимонопольного регулирования рынков является сотрудничество при применении норм законодательства в ходе анализа трансграничных сделок по монополизации, сопровождающееся активным привлечением представителей юридического сообщества, защищающего интересы государств и хозяйствующих субъектов. Данное взаимодействие пока находится на началь-

ном этапе своего развития и носит, как и сотрудничество ученых и национальных конкурентных органов, ситуативный характер.

Таким образом, сотрудничество стран-участников БРИКС в сфере антимонопольного регулирования глобальных отраслевых рынков имеет огромный потенциал своего развития, приносит неоспоримые выгоды всем участникам, так как противодействует нечестной конкуренции, сглаживает монополизационные процессы. В настоящее время оно находится на начальном этапе своего развития, выразившимся в точечном характере принятия антимонопольных мер и направления усилий, отдельных совместных проектах представителей научного сообщества, правоведов и конкурентных органов государств-участников.

Список литературы:

1. Tyuleneva, T. A. Raiding as a Treat to Economic Security of Kuzbass Coal Mining Enterprises / T. A. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : 3rd International Innovative Mining Symposium, IIMS 2018: Electronic edition, Kemerovo, 03–05 октября 2018 года. Vol. 41. – Kemerovo: EDP Sciences, 2018. – DOI 10.1051/e3sconf/20184104016. – EDN XVTRYT.

2. Tyuleneva, T. A. Improvement of Measures to Counteract Raider Acquisition of Kuzbass Coal Mining Enterprises / T. A. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : 3rd International Innovative Mining Symposium, IIMS 2018: Electronic edition, Kemerovo, 03–05 октября 2018 года. Vol. 41. – Kemerovo: EDP Sciences, 2018. – DOI 10.1051/e3sconf/20184104019. – EDN XVTRSP.

3. Андреев, Ф. Запрос на справедливость. Страны БРИКС задают тренды мировой антимонопольной политики. URL: <https://rg.ru/2022/01/24/> (Дата обращения: 26.09.2024).

4. ФАС: взаимодействие практикующих юристов способствует развитию сотрудничества стран БРИКС в области защиты конкуренции. URL: <https://fas.gov.ru/news/33476/> (Дата обращения: 26.09.2024).

Дорожкина Наталья Валерьевна, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ПАРТЕНР-98»

Предприятия торговли являются важными элементами рыночной инфраструктуры. Главным критерием, влияющим на экономическую эффективность хозяйствующего субъекта сферы торговли оборудованием и запасными частями, является успешность осуществления коммерческой деятельности.

В ходе исследования была дана оценка конкурентоспособности региональной торговой организации ООО «Партнер-98», которая работает на рынке более 26 лет. Основным видом деятельности Общества с ограниченной ответственностью «Партнер-98» является торговля оптовая прочими машинами, приборами, аппаратурой и оборудованием общепромышленного и специального назначения [1].

Размер уставного капитала имеет минимальную величину, имеется интернет-сайт с адресом samarina@partner98.ru. Участниками Общества являются 4 физических лица, по виду предпринимательства ООО «Партнер-98» относится к семейному бизнесу.

Единоличным исполнительным органом Общества является директор.

ООО «Партнер-98» имеет статус малого предприятия и включено в 2016 году в реестр МСП. Основными заказчиками ООО «Партнер-98» являются: АО «Кемвод», МУП «ПТХ», ООО «ПКС», ООО «Водоканал», ООО «БКС».

В структуре управления выделены следующие подразделения: аппарат управления, отдел продаж, сервисный центр, бухгалтерия, и три обособленных подразделения в г. Новокузнецк, г. Ленинск-Кузнецкий, г. Севастополь.

Динамика основных экономических результатов деятельности ООО «Партнер-98» за три последних года представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей

Показатели	2021 год	2022 год	2023 год	Абсолютные изменения 2023 к 2021	Темп роста, % 2023/2021
Выручка, тыс. руб.	385623	186907	179377	-206246	46,52
Себестоимость продаж, тыс. руб.	342565	173767	191515	-151050	55,91
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	43058	13140	-12139	-55197	-28,19
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	25127	10570	-10407	-35534	-44,42
Рентабельность продаж, %	11,17	7,03	-6,77	-17,94	-
Численность работников, чел	17	19	22	5	129,41
Выработка 1 работника, тыс. руб. на чел.	22684	9837	8153	-14531	35,94
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	10981	16582	19245	8264	175,26
Среднемесячная з/п 1 работника, тыс. руб.	53,83	72,73	72,90	19,07	135,43
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	4794	5010	5010	216	104,50
Фондоотдача, руб./руб.	80,44	37,30	35,80	-44,64	44,50
Фондовооруженность труда, тыс. руб./чел.	282	264	228	-54	80,85
Фондорентабельность, %	524	210,98	-207,72	-731,72	-
Коэффициент износа, %	50,00	24,67	45,11	-4,89	-
Среднегодовая стоимость акти-	148964	163859	145940	-3024	97,97

вов, тыс. руб.					
Средняя величина дебиторской задолженности на конец года, тыс. руб.	90663	110347	90791	128	100,14
Средняя величина кредиторской задолженности на конец года, тыс. руб.	61618	62182	46048	-15570	74,73
Длительность одного оборота дебиторской задолженности, дн.	86	216	185	99	215,12
Длительность одного оборота кредиторской задолженности, дн.	58	122	94	36	162,07
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,18	0,43	0,50	0,32	277,78
Коэффициент текущей ликвидности	2,27	3,06	3,15	0,88	138,77

Согласно выполненным расчетам, в целом за три года выручка сократилась на 206246 тыс. руб. или на 53,5 %, и составила в 2023 году 179377 тыс. руб., что отрицательно характеризует деятельность ООО «Партнер-98». Такая динамика в большей степени связана с введением санкций и сложностями закупки импортного оборудования, снижением спроса покупателей. Доля выручки в общем объеме доходов сократилась в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 2,7 %, при росте доли прочих доходов, а в 2023 году увеличилась на 1,4 % и составила 98,5 %.

Анализ использования основных средств позволяет определить, насколько продуктивно они используются и какова степень обеспеченности производства данными основными средствами [3].

В структуре основных средств 100 % приходится на активную часть основных средств. Состояние основных средств характеризуется коэффициентом годности, который в 2022 году резко увеличился и составил 75,3 %, за счет приобретения новых объектов. В 2023 году состояние ухудшилось, коэффициент износа увеличился до 45,1 %, что показывает неудовлетворительное техническое состояние. Динамика показателей эффективности использования основных средств свидетельствует о том, что фондоотдача сократилась более чем в 2 раза. Наблюдается отрицательное изменение фондовооруженности труда, сокращение составило на 20 %. Фондорентабельность резко сократилась в 2022 году по сравнению, а в 2023 году из-за получения убытка был рассчитан показатель убыточности основных средств. Все это свидетельствует о снижении эффективности использования основных средств. Незначительный объем основных средств свидетельствует о зависимости от арендодателей и активном использовании в своей деятельности арендованного имущества.

В ходе анализа была дана оценка динамики трудовых показателей. Отмечается рост численности работников на 5 чел., при негативном снижении показателя производительности труда более чем в 2,78 раз. Однако увеличилась средняя заработная плата в месяц, в 2023 году она составила

72,9 тыс. руб., темп роста которой составил 135,43 %. В структуре кадров доля женщин сократилась за три года с 35,3 % до 27,3 %. Женщины в компании выполняют учетные функции (главный бухгалтер, ведущий бухгалтер, бухгалтер, менеджер по продажам), все руководящие должности заняты мужчинами. Доля руководителей в 2023 году составила 36,4 %, а доля специалистов 63,6 %. Специалистами являются менеджеры (их доля 39,8 %), инженеры сервисного центра (их доля 13,6 %), специалист по информационным технологиям (их доля 4,5 %), сотрудники бухгалтерии (доля 5,7 %). Использование трудовых ресурсов организации характеризуется как неэффективное.

Анализ расходов включает в себя процесс сбора, классификации и анализа данных о расходах с целью снижения затрат, повышения эффективности и мониторинга контроля и соблюдения требований законодательства. Динамика уровня затрат на 1 руб. выручки отрицательна, так как значение показателя увеличилось с 0,8883 руб. в 2021 году до 1,0677 руб. в 2023 году. При проведении вертикального анализа расходов было установлено, что в структуре расходов наибольшую долю имела себестоимость продаж, которая увеличилась за три года на 2,4 % и составила 99,4 %. Доля прочих расходов уменьшилась с 2,9 % до 0,6 %.

Оценка изменений структуры себестоимости по элементам затрат, показала, что доля материальных и прочих затрат за три года сократилась на 9,3 % и составила в 2023 году 86,4 %, это говорит о том, что в себестоимости наибольшую долю имело покупное оборудование. Доля расходов на оплату труда и страховых взносов возросла за анализируемый период на 6,8 %, а амортизации лишь 0,5 %.

Финансовые результаты за 2022 год по сравнению с 2021 годом ухудшились: прибыль от продаж сократилась на 29918 тыс. руб., прибыль до налогообложения на 20529 тыс. руб., а чистой прибыли на 14557 тыс. руб. Это может означать, что спрос на оборудование, реализуемое ООО «Партнер-98» уменьшился. В 2023 году по сравнению с 2022 годом тенденция сохранилась, все показатели прибыли ухудшились и имели отрицательные значения. Так убыток от продаж составил 12139 тыс. руб., убыток до налогообложения и чистый убыток составил 10407 тыс. руб. В целом за три года конечный финансовый результат ухудшился на 35534 тыс. руб.

Соответственно в 2022 году по сравнению с 2021 годом сократились все показатели рентабельности: рентабельность активов на 10,4 %, рентабельность оборотных активов на 10,9 %, рентабельность продаж на 4,1%. В 2023 году все показатели эффективности имели отрицательное значение из-за полученных убытков. Убыточность продаж составила 6,8%, убыточность активов 7,1 %, убыточность оборотных активов 7,3 %, убыточность собственного капитала 11,3 %.

Уменьшение всех показателей рентабельности свидетельствует о финансовых трудностях в деятельности организации.

В таблице 2 представлена динамика состава и структуры начисленных и уплаченных налогов и сборов ООО «Партнер-98».

Таблица 2 – Динамика состава и структуры налоговых платежей

Вид налога, сбора	Значения, тыс. руб.			Структура, %		
	2021 год	2022 год	2023 год	2021 год	2022 год	2023 год
Налог на прибыль организаций	8425	2453	0	30,45	10,55	0
НДС	15882	15763	15128	57,41	67,79	72,16
Транспортный налог	34	34	34	0,12	0,15	0,16
Земельный налог	15	15	15	0,05	0,06	0,07
Налог на имущество организаций	16	15	15	0,05	0,06	0,07
Страховые взносы	3294	4974	5773	11,91	21,39	27,54
Итого	27666	23254	20965	100	100	100

Наблюдается сокращение общей суммы исчисленных налогов и сборов в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 4412 тыс. руб. или на 15,9 % в большей степени в результате снижения объемов выручки и соответственно снижения суммы НДС.

Сумма налога на прибыль организаций сократилась более чем в 3 раза. В структуре налогов и сборов наибольшую долю составляли платежи в бюджет по НДС, причем их доля увеличилась почти на 15 %. в большей степени из-за сокращения доли налога на прибыль организаций почти. В связи с ростом расходов на оплату труда возросла доля страховых взносов с 11,9 % до 21,4 %.

Доля местных и региональных налогов и сборов незначительна меньше, чем 0,3%.

Величина кредиторской задолженности меньше дебиторской задолженности почти в 2 раза, несвоевременные расчеты по обязательствам покупателей создают трудности компании и ведут к снижению конкурентоспособности.

Показатели платежеспособности выше нормативных, что свидетельствует о наличии финансовых возможностей у ООО «Партнер-98» к восстановлению эффективности деятельности.

На основе данных анализа и интернет-источников, была выполнена оценка конкурентоспособности ООО «Партнер-98».

Было установлено, что по показателю выручка ООО «Партнер-98» занимает **1140 место** по региону Кемеровская область и **36 место** в категории «Торговля производственным оборудованием (станки, машины, механизмы ...)».

Таблица 3 – Оценка конкурентов ООО «Партнер-98» по показателю выручки

Наименование конкурента	Выручка, тыс. руб.	Место в регионе	Наименование конкурента	Выручка, тыс. руб.	Место в отрасли «торговля оборудованием»
ООО «Медицинский Центр Евромед»	186 940	1138	ООО «Промстрой-электро»	190 420	34
ООО «Стройторг»	186 917	1139	ООО «Русэлпром-Кузбасс»	188 773	35
ООО «Партнер-98»	186 907	1140	ООО «Партнер-98»	186 907	36
ООО «Губерния»	186 790	1141	ООО «Приводные Технологии»	185 452	37
ООО «ГСД»	186 079	1142	ООО «Эверест»	184 896	38

По показателю стоимость бизнеса ООО «Партнер-98» занимает **962 место** по региону Кемеровская область и **27 место** в категории «Торговля производственным оборудованием (станки, машины, механизмы ...)».

Таблица 4 – Оценка конкурентов ООО «Партнер-98» по показателю стоимость бизнеса

Наименование конкурента	Стоимость бизнеса, тыс. руб.	Место в регионе	Наименование конкурента	Стоимость бизнеса, тыс. руб.	Место в отрасли «торговля оборудованием»
ООО ТД «ЦСИ»	106 796	960	ООО ТД «ЦСИ»	106 796	25
ООО «Прогресс-Сибирь»	106 689	961	ООО «Прогресс-Сибирь»	106 689	26
ООО «Партнер-98»	106 503	962	ООО «Партнер-98»	106 503	27
ООО «Промактив»	105 847	963	ООО «Хош РУС»	98 480	28
ЗАО «МТО Инжиниринговая Компания»	105 786	964	ООО «Инкрафто»	93 829	29

Ниже приведен список конкурентов, который составлен по итогам участия компании в тендерах и государственным закупках. Ближайшими конкурентами ООО «Партнер-98» по госзакупкам являются ООО УПК «Армаком», ООО «Промэнергозапорарматура», ООО «Промстройполимер-Кузбасс».

ООО «Партнер-98» за последнее время приняло участие в 290 торгах, в которых выиграла 122, заключило 74 госконтрактов на сумму 80 млн руб. Сравнение показателей конкурентов представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Сравнение показателей конкурентов по госзакупкам

Наименование конкурента по торгам	Объем выручки, млн. руб.		Количество заключенных госконтрактов		Объем контрактов в стоимостном выражении	
	всего	Отклонение от показателя ООО «Партнер-98»	всего	Отклонение от показателя ООО «Партнер-98»	всего	Отклонение от показателя ООО «Партнер-98»
ООО «Партнер-98»	187		74		80	
ООО УПК «Армаком»	82	-107	264	+190	196	+116
ООО «Промэнергозапорарматура»	48	-139	41	-33	13	-67
ООО «Промстрой-полимер-Кузбасс»	240	+53	74	0	43	+37

Оценивая надежность и добросовестность ООО «Партнер-98» можно характеризовать их уровень как удовлетворительный (таблица 6).

Таблица 6 – Оценка показателей надежности ООО «Партнер-98»

№	Показатели	Характеристика показателя
Положительные факторы (преимущества)		
1	Продолжительность деятельности	26 лет компания работает на рынке
2	Осуществление деятельности	Компания активно ведет деятельность
3	Участие в госзакупках	приняло участие в 290 торгах, заключено 74 госконтракта на сумму 80 млн руб.
4	Наличие имущества	Имущество включает основные средства (в т.ч. земельный участок) и запасы
5	Наличие задолженности по налогам и сборам	На текущий момент налоговая задолженность носит текущий характер
6	Численность сотрудников	Штат сотрудников стабилен и имеет тенденцию к росту 22 чел.
7	Показатели ликвидности	Фактические значения текущей ликвидности выше нормативного
Отрицательные факторы (недостатки)		
1	Оценка динамики продаж	Снижение продаж
2	Уставный капитал	Минимальный размер капитала
3	Производительность труда	Сокращение производительности труда
4	Эффективность деятельности	Деятельность является убыточной в 2023 году
5	Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	Дебиторская задолженность почти в 2 раза превышает кредиторскую задолженность, высокая доля дебиторской задолженности – более 40 % от выручки

Таким образом, отдельным субъектам малого предпринимательства сложно адаптироваться к меняющимся внешним условиям [2], сохранять набранные темпы развития и конкурировать на региональном рынке без внесения глобальных изменений в стратегию и тактику своего бизнеса.

Список литературы:

1. Дорожкина, Н. В. Повышение конкурентоспособности ООО «ГДК» за счет обновления парка карьерной техники / Н. В. Дорожкина, М. Е. Бунин // 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. 55-59. – EDN XMEQVD.

2. Третьякова, И. Н. Анализ конкурентоспособности основных вузов Кемеровской области / И. Н. Третьякова, Н. В. Дорожкина // Россия молодая : Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 16–19 апреля 2019 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 80358. – EDN FJXOYX.

3. Третьякова, И. Н. повышение конкурентоспособности ООО «Производственная компания Техно-универсал» / И. Н. Третьякова, М. Д. Триденежкина // 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. – EDN RCJHUZ.

Дударевский Илья Станиславович, студент гр. 02032203

Краплин Константин Валерьевич, студент гр. 02032203

Научный руководитель – к.э.н., доцент Мочалова Яна Викторовна
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Белгород

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА И ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЕЁ РЕАЛЕЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Антимонопольная политика государства играет ключевую роль в обеспечении честной конкуренции на рынке, защите интересов потребителей и стимулировании экономического роста. В условиях глобализации и

стремительного развития технологий, конкуренция приобретает новые формы, а антимонопольные органы сталкиваются с вызовами, требующими переосмысления традиционных подходов и внедрения новых инструментов.

В 1991 году, с вступлением в силу Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (22 марта), началось развитие антимонопольной политики в современной России. Этот закон заложил фундамент для государственной конкурентной политики, направленной на создание и развитие конкурентной среды, поддержку формирования рыночных отношений путем стимулирования конкуренции и предпринимательства, предотвращение и ограничение монополистической деятельности и несовершенной конкуренции, установление государственного контроля за выполнением антимонопольных правил [3. с. 1].

Конкурентная среда необходима для предотвращения монополизации и олигополизации рынков, что позволяет избежать доминирования одной или нескольких компаний, способных устанавливать завышенные цены, ограничивать доступ к ресурсам и диктовать условия другим участникам рынка. Это, в свою очередь, обеспечивает защиту прав потребителей, гарантируя свободный выбор, доступные цены и высокое качество товаров и услуг. Кроме того, конкурентная среда стимулирует инновации, создавая благоприятные условия для развития новых технологий, продвижения новых идей и выхода на рынок новых игроков. Наконец, она способствует поддержке малого и среднего бизнеса, создавая условия для успешного функционирования и развития малых и средних предприятий, которые играют важную роль в экономике [4. с. 3].

Антимонопольные органы играют ключевую роль в обеспечении честной конкуренции на рынке. Они проверяют сделки по слиянию или поглощению компаний, чтобы предотвратить монополизацию рынка и ущемление конкуренции. При выявлении рисков монополизации органы могут запретить сделку. Антимонопольные органы также пресекают недобросовестную конкуренцию, такую как недобросовестная реклама, незаконное ограничение доступа на рынок и другие практики, налагая штрафы и обязывая нарушителей прекратить незаконные действия. Кроме того, они регулируют деятельность компаний с доминирующим положением на рынке, устанавливая ограничения на их действия, например, запрещая устанавливать завышенные цены, предоставлять преференции определенным клиентам или ограничивать доступ на рынок для конкурентов [4. с. 79].

В условиях стремительного развития цифровых платформ, которые могут обладать монопольным влиянием и контролировать доступ к информации и услугам, требуется переосмысление подходов к их регулированию. Новые подходы должны учитывать как быстрое развитие технологий, так и глобальную природу цифровых рынков [5. с. 53].

Одним из ключевых направлений является включение искусственного интеллекта и автоматизации в сферу антимонопольного регулирования. Антимонопольные органы должны анализировать влияние искусственного интеллекта на конкурентную среду, обеспечить справедливый доступ к инновационным технологиям для всех участников рынка и предотвратить монопольное использование искусственного интеллекта.

Другой важной составляющей является глобализация и международное сотрудничество. Антимонопольные органы должны тесно сотрудничать с аналогичными органами в других странах, чтобы установить единые стандарты конкурентного законодательства и предотвратить нарушения конкуренции на международном уровне. Это позволит эффективно противостоять монополизации и создать условия для справедливой конкуренции в глобальном цифровом пространстве [6. с. 48].

Антимонопольная политика в России осуществляется Федеральной антимонопольной службой (ФАС России) и включает в себя ряд ключевых аспектов, направленных на поддержание здоровой конкурентной среды.

Во-первых, особое внимание уделяется борьбе с картельными соглашениями. ФАС активно выявляет и пресекает такие практики, которые наносят ущерб конкуренции и приводят к необоснованному повышению цен на товары и услуги.

Во-вторых, служба контролирует действия компаний, обладающих доминирующим положением на рынке. Это необходимо для предотвращения злоупотреблений их влиянием, что может негативно сказаться на других участниках рынка и потребителях.

Кроме того, ФАС занимается развитием конкурентной среды в различных отраслях экономики, таких как энергетика, телекоммуникации и транспорт. Регулирование в этих сферах направлено на стимулирование конкуренции и снижение цен для конечных потребителей [7. с. 108].

Важно отметить, что ФАС России активно сотрудничает с другими государственными органами для обеспечения эффективной реализации антимонопольной политики, что способствует комплексному подходу к решению вопросов конкуренции.

Среди современных вызовов, стоящих перед антимонопольной политикой в России, можно выделить развитие цифровых платформ. ФАС работает над созданием нормативной базы для регулирования их деятельности, чтобы обеспечить честную конкуренцию и предотвратить монополизацию. Также стоит упомянуть влияние искусственного интеллекта, которое начинает изучаться ФАС. Служба разрабатывает механизмы регулирования, чтобы учесть особенности применения ИИ в конкурентной среде.

Наконец, в условиях глобализации ФАС усиливает международное сотрудничество в области антимонопольного регулирования, чтобы эффективно противодействовать нарушениям конкуренции на мировом уровне [7. с. 110].

В рамках непрерывного процесса совершенствования и адаптации к текущим экономическим реалиям, российская антимонопольная политика переживает период динамичного развития. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России неустанно работает над усовершенствованием инструментов регулирования конкурентной среды, расширяя спектр мер для стимулирования конкурентных отношений. Особое внимание уделяется укреплению международного сотрудничества в сфере антимонопольного регулирования, что является неотъемлемым элементом эффективного выполнения задач по созданию благоприятных условий для устойчивого развития рыночной экономики.

В условиях глобализации и интеграции российская экономика сталкивается с новыми вызовами, и антимонопольная служба стремится адаптировать свои подходы, учитывая международный опыт и лучшие практики. В результате, антимонопольная политика становится более гибкой и эффективной, что в конечном итоге способствует созданию справедливых условий для всех участников рынка и защите интересов потребителей

Список литературы:

1. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 (ред. от 26.07.2006) «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция).

3. Мусостова, Д. Ш. Антимонопольная политика как направление деятельности государства // Экономика и менеджмент инновационных технологий: электронный науч.-практич. журнал. – 2017. – № 1 – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/01/13532> (дата обращения: 29.09.2024).

4. Князева, И. В. Антимонопольная политика государства: учебное пособие / И. В. Князева. – Новосибирск: СибАГС, 2010. – 230 с.

5. Глухова, З. В. Государственное регулирование рыночной экономики: теория и практика – Омск: СибАДИ, 2007. – 162 с. – ISBN 978-5-93204-336-3.

6. Кучуков, Р.А. Теория и практика государственного регулирования экономических и социальных процессов: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям: «Финансы и кредит», «Бухгалтер. учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / Р. А. Кучуков. – Москва: Гардарики, 2004. – 287 с. – ISBN 5-8297-0201-0.

7. Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование: учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2024. – 159 с. – ISBN 978-5-534-17195-2.

Жаркова Арина Дмитриевна, студент гр. ССб-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ ИННОВАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Конкуренция – один из ключевых факторов роста в любой отрасли, и гостиничный бизнес не является исключением. Современный рынок гостиничных услуг характеризуется высокой степенью насыщенности, и компании стремятся выделиться, предложить уникальные услуги и удовлетворить разнообразные потребности своих клиентов. В этом контексте конкуренция играет важную роль в развитии инноваций, что позволяет гостиничным компаниям не только адаптироваться к меняющимся условиям, но и занимать лидирующие позиции на рынке.

Инновации в гостиничной индустрии можно рассматривать как процесс непрерывного совершенствования сервиса, технологий и управления. Гостиничные компании, находящиеся под давлением конкуренции, вынуждены искать новые способы улучшения своих предложений. Этот процесс варьируется от разработки новых услуг до внедрения современных технологий для улучшения взаимодействия с клиентами и повышения уровня обслуживания. В условиях быстро меняющихся предпочтений клиентов отели должны быстро реагировать на эти изменения, предлагая решения, отвечающие ожиданиям гостей.

Одним из важнейших аспектов инноваций в гостиничной индустрии является цифровизация. Современные технологии, такие как мобильные приложения для бронирования, системы управления номерами и программы лояльности, становятся неотъемлемой частью стратегии гостиничных компаний. Подобные инновации не только повышают качество обслуживания, но и оптимизируют внутренние процессы, делая их более эффективными и гибкими. Автоматизация многих рутинных задач, таких как регистрация гостей, бронирование номеров и управление счетами, освобождает сотрудников от универсальных задач и позволяет им сосредоточиться на более важных аспектах обслуживания клиентов.

Конкуренция также заставляет гостиничные компании разрабатывать уникальные предложения, чтобы выделиться на фоне конкурентов. Например, внедрение персонализированных услуг, основанных на предпочтениях клиентов, позволяет гостиницам создавать уникальный опыт для каждого гостя. Такой инновационный подход не только помогает повысить удовлетворенность клиентов, но и укрепляет их лояльность, что особенно важно в условиях жесткой конкуренции.

Экологические инновации также играют важную роль в гостиничном бизнесе, особенно учитывая растущий интерес к устойчивому развитию. Внедрение энергоэффективных систем, программ по сокращению потребления воды и отходов становится важной частью стратегии многих гостиничных компаний. Это не только снижает эксплуатационные расходы, но и способствует формированию положительного имиджа отеля среди клиентов, которые все больше ценят экологические меры. Компании, активно внедряющие экологические инновации, могут привлечь новых клиентов, которые при выборе отеля отдают предпочтение экологичности.

Инновации в области маркетинга и управления также играют важную роль в конкурентной борьбе. Отели используют передовые инструменты аналитики для сбора и анализа данных о поведении клиентов, что позволяет им создавать более точные и персонализированные маркетинговые кампании. Такой подход помогает не только привлекать новых клиентов, но и удерживать уже имеющихся, предлагая им услуги, максимально соответствующие их ожиданиям. Кроме того, использование цифровых технологий для управления гостиничными операциями позволяет компаниям более эффективно распределять ресурсы, минимизировать затраты и повышать качество обслуживания.

Поэтому конкуренция в гостиничной индустрии стимулирует компании к поиску новых решений и внедрению инноваций. Это включает в себя внедрение новых технологий и методов управления, а также разработку уникальных предложений для клиентов. Конкурентное давление заставляет отели постоянно совершенствоваться, адаптироваться к изменениям на рынке и предлагать своим гостям все более выгодные условия. В конечном итоге это способствует не только повышению конкурентоспособности отдельных компаний, но и развитию отрасли в целом.

Инновации становятся ключевым фактором успеха в условиях жесткой конкуренции, и компании, готовые активно инвестировать в новые технологии и повышать качество своих услуг, получают значительное конкурентное преимущество [9]. Отели, которые своевременно реагируют на изменения в предпочтениях клиентов и активно внедряют новые решения, способны не только сохранить свою долю рынка, но и успешно развиваться, укрепляя свои позиции в долгосрочной перспективе.

Примеры инноваций, стимулируемых конкуренцией:

Новые технологии: Гостиницы начинают использовать виртуальную реальность для создания уникальных впечатлений у своих гостей. Например, Marriott [4] – международная гостиничная сеть, предлагает гостям возможность погрузиться в подводный мир с помощью VR-гарнитуры. Это уникальное предложение, которое не только привлекает внимание, но и создает незабываемые впечатления для гостей. VR-гарнитура предоставляет возможность виртуального погружения под воду, где гости могут увидеть удивительные морские существа и исследовать коралловые рифы. Эта тех-

нология позволяет посетителям насладиться красотами подводного мира без необходимости покидать комфорт своего номера. Marriott постоянно расширяет границы инноваций в области технологий и путешествий, создавая пространства и впечатления, которые вдохновляют и способствуют лучшему мышлению своих гостей.

Уникальные предложения: Одними из новых тенденций являются спа-процедуры с использованием космических технологий и галактические завтраки с астрономическими элементами. Они предлагают уникальные и захватывающие впечатления для гостей. Спа-процедуры с использованием космических технологий включают применение новейших научных достижений и технологий для улучшения здоровья и благополучия клиентов. Например, процедуры могут включать использование высокотехнологичных массажных кресел, инфракрасных саун, криотерапии и других методов, основанных на исследованиях космоса и космической медицины. Эти процедуры помогают расслабиться, улучшить кровообращение, уменьшить стресс и повысить общий уровень энергии. Галактические завтраки с астрономическими элементами – это особый вид гастрономического опыта, который включает блюда, приготовленные с использованием ингредиентов, вдохновленных космосом. Например, в меню могут быть представлены десерты с ароматом звездной пыли, напитки с добавлением экстрактов метеоритов или космическая еда, разработанная специально для космонавтов. Этот подход помогает создать атмосферу приключения и исследования новых вкусов и текстур. Такие услуги становятся все более популярными среди тех, кто ищет необычные и эксклюзивные впечатления. Они сочетают науку, технологию и гастрономию, создавая уникальный опыт, который невозможно получить в обычном спа-центре или ресторане.

Форматы обслуживания: Развитие концепции «умных» номеров, где гости могут управлять всеми функциями комнаты с помощью голосовых команд или мобильного приложения. Ярким примером является Amazon, компания разработала специальную версию своей голосовой помощницы Alexa для использования в гостиницах. Она может управлять освещением, температурой, аудиосистемой и другими устройствами в номере. Radisson [6] в России внедрила систему голосового управления "умными" номерами на базе Amazon Alexa, гости могут управлять номером с помощью голосовых команд. Не менее ярким примером так же является компания IBM, она разработала платформу Watson [2], которая может использоваться для создания индивидуальных рекомендаций для гостей на основе анализа их предпочтений и поведения. Отель может предложить гостю персонализированные рекомендации по развлечениям, питанию и другим услугам.

Российские компании также разрабатывают собственные решения для «умных» номеров в гостиничном бизнесе. Вот несколько примеров:

Сбербанк [7] разработал семейство устройств и сервисов под брендом SberDevices, включая «Салют ТВ» и «Салют Будильник». Эти устрой-

ства могут управляться голосом и интегрированы с экосистемой Сбербанка, что позволяет управлять номером и другими сервисами отеля через единое.

Yandex предлагает свою собственную систему умного дома под названием «Яндекс.Станция» [1], которая также может использоваться в гостиничных номерах. С ее помощью гости могут управлять светом, аудиосистемой и другими устройствами в номере.

МТС предлагает решение для «умных» номеров под названием «Smart Hospitality» [5]. Оно включает в себя систему управления номерным фондом, видеонаблюдение, контроль доступа и другие функции.

Конкуренция между гостиницами является мощным стимулом для внедрения инноваций. Стремясь выделиться на фоне конкурентов и привлечь больше клиентов, отели вынуждены постоянно искать новые способы предоставления более привлекательных и разнообразных услуг. Такие инновации могут принимать различные формы: от технологических новинок до улучшения качества сервиса и расширения спектра дополнительных услуг [8]. Благодаря инновациям гостиницы не только привлекают больше клиентов, но и укрепляют свою репутацию на рынке, что в конечном итоге ведет к повышению их конкурентоспособности и качества услуг.

Список литературы:

1. Alice. Яндекс. Станция. Алиса [Электронный ресурс]. URL: https://alice.yandex.ru/station/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=station_awr_gnr_lnd_epkflt&utm_content=pid% (дата обращения: 07.10.2024).
2. IBM. Watson. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibm.com/watson?ysclid=mlzljzqgn0929773048> (дата обращения: 07.10.2024).
3. Милль Дж. С. Основы политической экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://djvu.online/file/qjKn2KQYrGYPy> (дата обращения: 07.10.2024).
4. Мариотт предлагает гостям отеля виртуальную реальность. [Электронный ресурс] // Hypergrid Business. 2015. 24 сентября. URL: <https://www.hypergridbusiness.com/2015/09/marriott-loans-gear-vr-headsets-to-guests/> (дата обращения: 07.10.2024).
5. MTS Group. Официальный сайт компании. [Электронный ресурс]. URL: https://ir.mts.ru/news_and_events/corporate_releases/details/431 (дата обращения: 07.10.2024).
6. Radisson Hotels. Официальный сайт компании. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.radissonhotels.com/ru-ru/brand/radisson-blu?facilitatorId=RHGSEM&cid=a%3Aps+b%3Ayan+c%3Aemea+i%3Abrand+e%3Ard+b+r%3Aatl+b+f%3Aru->

RU+g%3Acl+h%3AMultiple+v%3Acf&etext=&yclid=15181655970065678335 (дата обращения: 07.10.2024).

7. Сбербанк. Официальный сайт компании. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberbank.ru/promo/person> (дата обращения: 07.10.2024).

8. Малюгин, А. Н. Оценка бизнес-модели сервиса быстрой доставки продуктов / А. Н. Малюгин, К. Д. Геманова, Д. А. Вертячих // Россия молодая : Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 18–21 апреля 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университете

9. Третьякова, И. Н. Анализ конкурентоспособности основных вузов Кемеровской области / И. Н. Третьякова, Н. В. Дорожкина // Россия молодая : Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 16–19 апреля 2019 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 80358.

Жук Екатерина Васильевна, экономист МКУ «ЦБ ОО Администрации Володарского муниципального округа Донецкой Народной Республики»,
студент гр. ФиК(м)-24, I курс

Майшмаз Елена Александровна, бухгалтер МКУ «ЦБ ОО Администрации Володарского муниципального округа Донецкой Народной Республики»,
студент гр. ЭБ(м)-24, I курс

Научный руководитель – д.э.н., профессор Ясинская Надежда Альбертовна
ФГБОУ ВО «Мариупольский государственный университет
имени А.И. Куинджи», г. Мариуполь

ОСОБЕННОСТИ ОПЛАТЫ ТРУДА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Согласно ст. 43 Конституции Российской Федерации государство гарантирует общедоступность и бесплатность образования, но не монополизировать рынок образовательных услуг. Такой подход позволяет создавать конкурентные основы для достижения совершенства в сфере образования. Предметом конкуренции в образовании выступают отношения соревновательности между образовательными учреждениями, а в рамках школ и садов – между педагогами и воспитателями как главными поставщиками образовательных услуг. Статусность педагога, воспитателя (далее – педагога) имеет в своей основе моральную и материальную составляющие. Педагоги в своей деятельности руководствуются

принципами гуманности, законности, демократичности, справедливости, профессионализма, взаимного уважения и т.д. Уважение к педагогу (как профессии, так и конкретному лицу) в последнее время стало повышаться, что является одним из положительных факторов современного развития рынка образовательных услуг. Весомую роль в этом играет система государственных мотивационных мер профессионального развития педагогов. Активная педагогическая деятельность и профессиональное развитие стимулируют к новому более качественному результату в профессии. Безусловно, это положительно сказывается на результатах педагогического труда. Особенности оплаты труда педагогических работников в Донецкой Народной Республике определены Постановлением Правительства Донецкой Народной Республики от 16 марта 2023 г. № 17-2 «Об оплате труда работников государственных и муниципальных учреждений Донецкой Народной Республики» [3].

Как известно, оплата труда, осуществляется на основе штатного расписания, которое представляет собой организационно-распорядительный документ. В нём отражается информация о структуре организации, количестве сотрудников, должности, квалификации, оклады, доплаты, надбавки и общий фонд оплаты труда. Образовательные организации используют унифицированную форму № Т-3 штатного расписания [1]. В Трудовом кодексе Российской Федерации (далее – ТК РФ) нет прямой нормы, которая обязывала бы работодателя оформить штатное расписание [2]. Но в ст. 57 ТК РФ, где перечислены обязательные условия договора с работником, указано, что трудовая функция (работа по должности) должна соответствовать штатному расписанию. Соответственно, без этого документа нельзя вписать в трудовой договор должность, на которую принят работник.

Унифицированная форма № Т-3
Утверждена Постановлением Госкомстата России
от 05.01.2004 № 1

Код	
Форма по ОКУД	0301017
по ОКПО	

наименование организации _____

ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ Номер документа _____ Дата составления _____ УТВЕРЖДЕНО

на период _____ с " _____ " _____ 20 ____ г. Приказом организации от " _____ " _____ 20 ____ г. № _____

Штат в количестве _____ единиц

Структурное подразделение		Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория), квалификации	Количество штатных единиц	Гарифная ставка (оклад) и пр. руб.	Надбавки, руб			Всего, руб. ((гр.5+гр.6 +гр.7+гр.8) × гр.4)	Примечание
наименование	код				6	7	8		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Итого									

Руководитель кадровой службы _____ личная подпись _____ расшифровка подписи

Главный бухгалтер _____ личная подпись _____ расшифровка подписи

Рисунок 1 – Унифицированная форма штатного расписания

По каждой должности руководитель образовательной организации указывает количество штатных единиц, которое может быть и неполным (0,25; 0,5; 0,75 ставки). Штатное расписание утверждается приказом руководителя организации. Для бюджетных учреждений штатное расписание имеет большое значение, поскольку с его помощью обосновывается расходование денежных средств, предназначенных для выплаты заработной платы. При составлении данного документа в первую очередь учитывается установленный фонд оплаты труда и нормативная численность структурных подразделений. Штатное расписание, как правило, не ведется поименно, поэтому существует ещё такой вид документа как тарификация.

Ежегодно по состоянию на первое сентября текущего учебного года проводится тарификация педагогических работников. Для проведения работы по составлению тарификационных списков необходимы следующие локальные акты: учебный план, утвержденный руководителем учебного заведения; данные по контингенту; сетка учебных часов; протокол инвентаризации педагогического стажа (Ф. И. О., должность, образование, педагогический стаж, категория, разряд, основание присвоения, подпись учителя); приказы (о распределении нагрузки; создании комиссии по определению необходимости и условиям введения доплат и надбавок работникам образовательных учреждений; об открытии групп продленного дня, кружков и спортивных секций с расписаниями занятий и списками учащихся; об установлении доплат за проверку тетрадей; классное руководство). Педагогический персонал должен быть ознакомлен с листами тарификации под роспись. Согласно [3], утверждены порядок и условия оплаты труда, единая тарифная сетка по оплате труда педагогических работников и разряды оплаты труда по должностям. Также предусмотрены система надбавок и доплат в соответствии с качеством выполняемых работ с учетом квалификации, уровня профессионального мастерства, сложности, важности, самостоятельности и качества выполняемой работы. Надбавка педагогическим работникам также предусмотрена за престижность педагогического труда, за наличие ведомственных наград. Установленная при тарификации заработная плата выплачивается ежемесячно независимо от числа недель и рабочих дней в разные месяцы года. За время работы в период осенних, зимних, весенних и летних каникул учащихся оплата труда педагогов производится из расчета заработной платы, установленной при тарификации, предшествующей началу каникул. Таким образом, в Российской Федерации, в целом, и Донецкой Народной Республике, в частности, созданы все условия для гуманного, демократического и конкурентного развития сферы образования, восполнения дефицита квалифицированных кадров и решения ряда стратегических задач по образованию и воспитанию молодежи.

Список литературы:

1. Постановление Госкомстата Российской Федерации от 05.01.2004 № 1 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты». – Текст : электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47274/ (дата обращения: 15.09.2024).

2. Федеральный Закон «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ. – Текст: электронный // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 15.09.2024).

3. Постановление Правительства Донецкой Народной Республики от 16.03.2023 № 17-2 «Об оплате труда работников государственных и муниципальных учреждений Донецкой Народной Республики». – Текст : электронный // Правительство Донецкой Народной Республики: [сайт]. – URL: <https://pravdnr.ru/npra/postanovlenie-pravitelstva-doneczkoj-narodnoj-respubliki-ot-16-marta-2023-g-%E2%84%96-17-2-ob-oplate-truda-rabotnikov-gosudarstvennyh-i-municipalnyh-uchrezhdenij-doneczkoj-narodnoj-respublik/> (дата обращения: 15.09.2024).

Захарова Мария Владимировна, соискатель ученой степени
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., доцент,
консультант научного отдела аспирантуры
ФГУП ВНИИ «Центр», г. Москва

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ ПОЛИМЕРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Актуальность исследования механизмов формирования инвестиционных потоков в полимерной промышленности обусловлена изменяющейся конкурентной средой. сектор занимает важное место в экономике, обеспечивая производство материалов для различных отраслей. В условиях глобализации и нестабильной внешней среды предприятия нуждаются в оптимизации инвестиционных стратегий для повышения их конкурентоспособности. При этом, целью нашего исследования выступает анализ факторов, влияющих на инвестиционные потоки в полимерной промышленности. Задачи включают выявление ключевых факторов инвестиционной привлекательности и оценку влияния рыночных условий на инвестиционные решения. Что касается методологии исследования, то она зиждет-

ся на качественных и количественных методах анализа, используя данные о состоянии сектора и стратегии компаний. [1].

Коммерческое финансирование представляет собой систему, состоящую из трех ключевых компонентов. Среди них особое внимание следует уделить банковской гарантии, поскольку этот инструмент, будучи одним из наиболее востребованных в сфере коммерческого финансирования, характеризуется высокой степенью простоты и эффективности. Банковская гарантия представляет собой обязательство финансового учреждения выплатить определенную сумму в случае неисполнения обязательств со стороны клиента. Это делает ее особенно привлекательной для многих компаний, стремящихся к минимизации рисков и оптимизации своих затрат. Кроме того, использование банковской гарантии позволяет финансовым институтам существенно сократить свои операционные расходы, что в свою очередь способствует более гибкому управлению капиталом и ресурсами. Банковская гарантия не только упрощает процесс финансирования, но и становится важным инструментом для повышения доверия между контрагентами в рамках коммерческих сделок [2]. В практике работы многих полимерных производств применение банковских гарантий в качестве механизма обеспечения своих обязательств по оплате контрактов на поставку машин и оборудование и других видов основных производственных фондов распространено достаточно широко. При этом речь идет не только о внутрироссийских поставках, но и внешнеторговых сделках с участием иностранных банков [3]. Визуализация применения данного инструмента наглядно представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Общая схема применения банковской гарантии при импортных поставках машин и оборудования для новых полимерных производств [2], [3]

Банк-гарант выступает посредником в сделке между импортёром – предприятием полимерной отрасли и экспортёром – производителем, либо продавцом технологического оборудования, не предоставляя при этом кредитных средств. В случае, если российский импортер окажется не в состоянии выполнять платежи, именно банк, гарантирующий сделку, возьмет на себя покрытие расходов. Хотя такая схема может увеличить стоимость импорта из-за дополнительной комиссии, для российских компаний это зачастую становится единственным вариантом для приобретения зарубежного оборудования, поскольку вряд ли найдутся серьезные поставщики, готовые осуществлять отгрузки оборудования без надежного обеспечения обязательств с российской стороны. Что касается иностранных банков, предоставление такой гарантии открывает им возможности для получения прибыли и укрепления своей репутации на международной арене [3], [7].

Экспортно-импортный аккредитив представляет собой многофункциональный финансовый инструмент. В практической плоскости он может быть интерпретирован как разновидность банковского кредита. Этот инструмент обеспечивает безопасность и надежность торговых операций между международными партнерами, позволяя минимизировать риски, связанные с невыполнением обязательств. В рамках аккредитива банк выступает в качестве гаранта, обеспечивая исполнение условий сделки, что способствует более эффективному управлению денежными потоками. Использование экспортно-импортного аккредитива значительно упрощает процесс финансирования внешнеэкономической деятельности, а также повышает уровень доверия между контрагентами. Это делает аккредитив важным инструментом в международной торговле, способствующим развитию глобальных экономических связей (см. рис.2) [4].



Рисунок 2 – Общая схема применения аккредитива при импортных поставках активной части основных производственных фондов для новых полимерных производств

Аккредитив представляет собой сложный финансовый инструмент, в рамках которого участвуют два субъекта-дебитора: покупатель и импортер. В данной схеме покупатель осуществляет внесение средств на счет аккредитива, в то время как импортер обязан предоставить необходимые документы для инициирования процесса платежа. В процессе реализации аккредитивной схемы могут возникнуть определенные сложности для банка, который может быть вынужден произвести выплату средств до поступления платежей от банка-эмитента. Тем не менее, такие расходы, как правило, носят временный характер и не оказывают значительного влияния на финансовую структуру банка. Научные исследования показывают, что стоимость услуг, связанных с использованием аккредитива, для покупателя остается относительно низкой, что обеспечивает привлекательность данного инструмента в контексте международной торговли [5]. Актуальность применения аккредитивов значительно возрастает в условиях глобализации и углубления торговых связей, поскольку они способствуют минимизации финансовых рисков и обеспечивают высокую степень надежности сделок между участниками международного рынка.

Процесс получения внешнего кредита российской компанией с целью импорта техники представляет собой сложную и затратную процедуру. В данном контексте местные кредитные учреждения, оказывая такую поддержку, не извлекают непосредственной финансовой выгоды, однако имеют возможность укрепить свои отношения с зарубежными финансовыми организациями, что в свою очередь способствует повышению их репутации на международной арене [6]. Для заемщика процесс оформления внешнего кредита во многом аналогичен стандартной процедуре кредитования в рамках российской банковской системы, однако требует дополнительной документации и соблюдения международных норм. Это обстоятельство подчеркивает важность комплексного подхода к управлению финансовыми ресурсами в условиях глобализованного рынка, что, в свою очередь, может способствовать диверсификации источников финансирования и снижению зависимостей от внутреннего рынка, в том числе и при финансировании инвестиций в основные фонды новых полимерных производств (см. рис.3)[2].

В арсенале банковских услуг для финансирования торговли представлено три инструмента, способствующих приобретению техники для новых полимерных заводов. Учитывая масштабность и разнообразие необходимого оборудования, данные инструменты активно используются и комбинируются в зависимости от типа производимых полимеров и конкретной стадии реализации проекта.

Важным элементом этого процесса является участие экспортно-кредитного агентства, выполняющего функции страховщика от непредвиденных рисков [7], [8].



Рисунок 3 – Общая схема получения кредита от иностранного банка на приобретение машин и оборудования для новых полимерных производств

Данная практика стала стандартом на международной арене для сделок с российскими компаниями, обусловленным высоким уровнем страновых рисков. Применение таких инструментов позволяет не только снизить финансовые потери, но и повысить доверие инвесторов, что в итоге способствует развитию полимерной отрасли и внедрению инновационных технологий.

В ходе нашего исследования инструментов финансирования активной части основных производственных фондов для новых полимерных производств были проанализированы три ключевых механизма: банковская гарантия, экспортно-импортный аккредитив и кредит иностранного банка. Каждый из этих инструментов обладает уникальными характери-

стиками и предоставляет различные преимущества для участников сделки. Банковская гарантия обеспечивает защиту интересов продавца, минимизируя риски неоплаты, в то время как экспортно-импортный аккредитив создает надежный канал финансовых потоков, гарантируя соблюдение условий контракта. Кредит иностранного банка, в свою очередь, предоставляет доступ к более выгодным ставкам и условиям, что является решающим фактором для многих российских компаний, стремящихся к модернизации и расширению своих производственных мощностей [2]. Комбинированное использование данных финансовых инструментов позволяет значительно повысить уровень защиты и безопасности сделок, что является важным условием для успешного развития полимерной отрасли в условиях неопределенности глобальных рынков. Результаты исследования подтверждают необходимость адаптации существующих механизмов финансирования с учетом специфики новых полимерных производств и повышения их конкурентоспособности. В дальнейшем следует продолжить изучение влияния макроэкономических факторов и страновых рисков на выбор инструментов финансирования, а также проанализировать возможность внедрения новых финансовых механизмов, способствующих устойчивому развитию отрасли.

Список литературы:

1. Коряков, А.Г. Актуальные вопросы использования капитальных вложений в развитие полимерных производств / А.Г. Коряков, М.В. Захарова // Проблемы экономики и юридической практики. – 2024. – Т. 20. № 1. – С. 189-195.
2. Захарова, М.В. Финансовые вложения в основные средства на этапе создания новых полимерных производств // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2022. – № 1 (40). – С. 29-35.
3. Коряков, А.Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
4. Захарова, М.В. Специфика применения модельных методов принятия решений в управлении полимерными производствами.
5. Коряков, А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
6. Захарова, М.В. Особенности применения математических моделей сес в управлении созданием полимерных предприятий // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 11. – С. 311-313.
7. Глубоков, М.В. Уточнение базового метода оценки эффективности закупки продукции, поставляемой для государственных нужд с уче-

том влияния фактора неопределенности / М.В. Глубоков, Е.В. Скубрий // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 3 (92). – С. 1143-1152.

8. Коркачев, В.А. Проблемные аспекты формирования стратегии управления охраной труда на предприятии / В.А. Коркачев, А.Г. Коряков // Экономика и управление инновациями. – 2019. – № 3 (10). – С. 78-87.

Зимовец Александр Владимирович, доцент кафедры ЭиФ, к.э.н., доцент ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики», г. Таганрог

САМОЗАНЯТОСТЬ, КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Несмотря на все сложности, с которыми сталкивается в последние пару-тройку лет наше государство, его экономика продолжает развиваться темпами, которые превышают ранее сделанные прогнозы [2]. Одним из важных факторов, обуславливающих не только стабильность, но и поступательное развитие Российской экономики, является достаточно высокий уровень конкуренции в среде производителей и реализаторов ключевых, для конечного потребителя, товаров и услуг. Наличие конкуренции на российском рынке способствует повышению эффективности деятельности предприятий, их инновационно-ориентированному развитию и повышению качества реализуемых продукции и услуг. А одним из инструментов, способствующих развитию здоровой конкуренции, является государственная программа (де-юре – эксперимент [1]) по развитию в России самозанятости.

Как показывает анализ официальных источников, число лиц, зарегистрированных в качестве самозанятых (в т.ч. зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей, перешедших на уплату налога на профессиональный доход) и осуществляющих деятельность – постоянно растет, что свидетельствует о значительном влиянии этой формы занятости на экономику [5]. Отличительными чертами ведения предпринимательской деятельности в форме самозанятости являются:

- простота регистрации;
- минимальные налоговые ставки на получаемый доход;
- отсутствие необходимости уплаты платежей в Социальный фонд РФ;
- предоставлении банковским сектором широкого спектра услуг, ориентированных на потребности самозанятых лиц [7];
- государственная поддержка определенных категорий и групп самозанятых в т.ч. путем предоставления им государственных субсидий [4], бесплатных консультационных и рекламных услуг и т.д.

Самозанятость вносит значительный вклад в формирование здоровой конкуренции на рынке в силу следующих обстоятельств:

– самозанятые, как представители микро-бизнеса, обладают высокой гибкостью при принятии решений о дальнейшем развитии своей предпринимательской деятельности, в связи с чем, могут предложить своим клиентам более персонализированные (нежели в крупном бизнесе) услуги, более удобный график работы (не ограниченный требованиями трудового законодательства) и более низкие цены. Указанные факторы способствуют оздоровлению конкурентной среды на рынке, мотивируя представителей среднего и крупного предпринимательства так же повышать качество своих товаров и услуг и снижать цены на них;

– самозанятые свободны в выборе своей деятельности, над ними не довлеют корпоративные производственные традиции и технологии, в связи с чем они, выступая новаторами, привносят новые идеи и продукты на рынок. Самозанятые не связаны корпоративной бюрократией и могут быстро адаптироваться к меняющимся потребностям рынка, что приносит пользу конечным потребителям их продукции;

– наконец, самозанятость способствует росту конкуренции просто за счет увеличения числа участников рынка. Когда значительное количество лиц могут легко начать свой собственный бизнес, это создает конкурентную среду, что в итоге опять же приводит к снижению уровня цен, росту качества продукции и расширения ассортимента предоставляемых конечным потребителям товаров и услуг.

В России, эксперимент с самозанятостью проводится с 2019 года. По состоянию на 31 августа 2024 года было зарегистрировано почти 11,2 миллиона самозанятых (что охватывает около 7,6% населения России), в том числе зарегистрированных в виде индивидуальных предпринимателей – чуть более 545 тысяч [3]. Реестр видов деятельности, которыми занимаются самозанятые – весьма велик. Формально, самозанятый может заниматься любым видом деятельности, не запрещенным для него законодателем и не нанимая при этом сотрудников. Численность самозанятых по отраслям деятельности, по состоянию на 01.08.2024, представлена на рисунке 1.

К сожалению, анализ статистических данных и авторские наблюдения показывают, что эксперимент по развитию в стране самозанятости, порой даёт некоторые перекосы. К примеру, в рамках государственной программы финансовой поддержки самозанятых на основании социального контракта, не содержится механизмов, определяющих приоритетность финансирования ключевых для региона отраслей деятельности начинающих предпринимателей, в результате чего на некоторых территориях по одному и тому же виду деятельности регистрируется чрезмерное количество самозанятых.

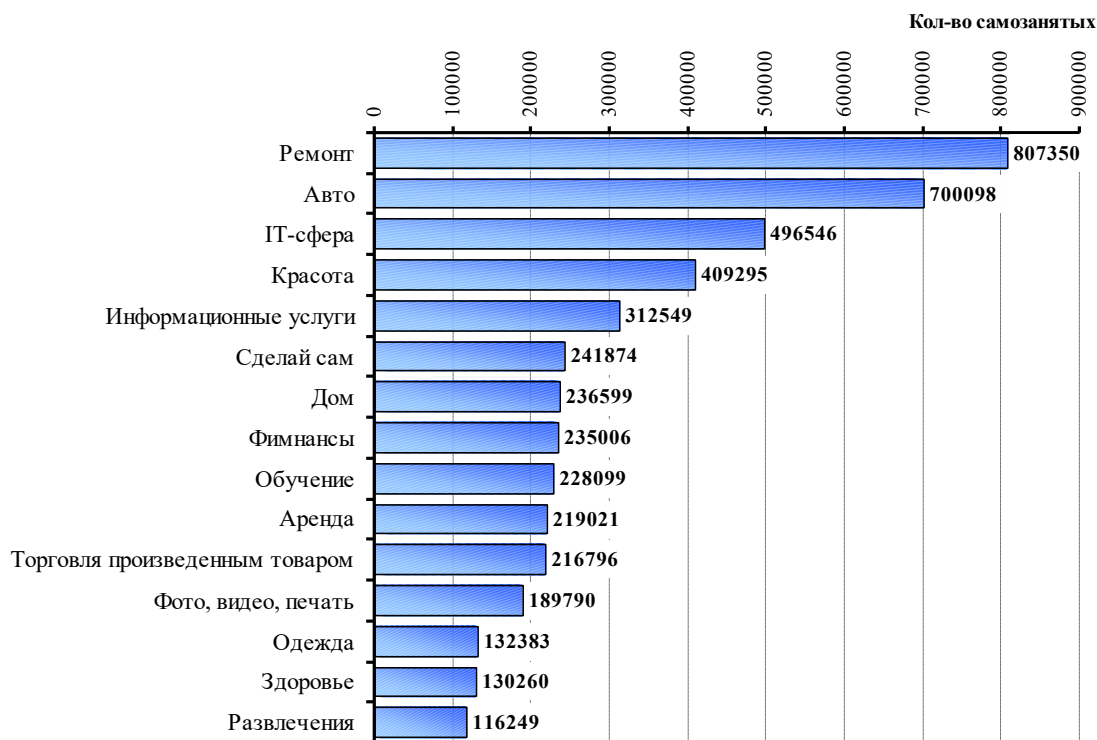


Рисунок 1 – ТОП-15 наиболее популярных у самозанятых отраслей деятельности (по состоянию на август 2024г.) (составлено автором по [6])

А излишний уровень конкуренции на рынке может привести к негативным результатам, сопоставимым с монополизацией рынка, причем пострадать могут в равной мере как сами самозанятые, так и их клиенты. Так, к примеру, в г. Таганроге, в период 2021-2024 годов, было заключено около 150 контрактов с самозанятыми на осуществление деятельности в сфере бьюти-индустрии, в результате чего количество салонов красоты, парикмахерских и прочих аналогичных организаций, увеличилось настолько, что в некоторых многоэтажных домах работает одновременно 2 или даже 3 парикмахерских. Очевидно, что описанная выше ситуация с чрезмерной конкуренцией на отдельно взятом рынке, оказывает негативное влияние и на собственников бизнеса, которые не могут получить достаточно для безубыточной деятельности клиентов, и на клиентов, которые хоть и получают услуги по очень низкой цене, ни их качество, порой, оставляет желать лучшего. Усугубляет ситуацию и то, что самозанятые по условиям заключенного социального контракта, в течение года после получения денежных средств, не могут ни ликвидировать свою деятельность, ни, фактически, сменить её.

Анализ приведенного выше примера показывает, что чрезмерное развитие конкуренции в одной отрасли может представлять собой угрозу устойчивости рынка, так как избыток предложения не только снизит цену, но и ухудшит качество продукции или услуг. В этих обстоятельствах, органам и лицам, принимающим решения о финансировании того или иного

вида самозанятости, рекомендуется составить и периодически обновлять рейтинг наиболее востребованных в регионе видов деятельности и осуществлять финансирование и поддержку лишь тех из них, которые не приведут к избыточной и вредной конкуренции на локальном рынке. Предлагаемый инструмент, путем перераспределения направлений деятельности самозанятых, будет способствовать формированию здоровой конкуренции не только по отдельным видам товаров и услуг, но и на всем локальном рынке.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» от 27.11.2018 № 422-ФЗ (последняя редакция от 08.08.2024). Источник: информационно-правовой портал «Консультант+». Электронный Интернет-ресурс. Режим доступа: свободный. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/?ysclid=m1mhz76s7m496666604. Дата обращения: 28.09.2024.

2. Греф заявил, что экономика РФ растет темпами выше прогнозов. Источник: Информационное агентство ТАСС. Электронный Интернет-ресурс. Режим доступа: свободный. URL: <https://tass.ru/ekonomika/21942727>. Дата публикации: 24.09.2024.

3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Источник: официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ. Электронный Интернет-ресурс. Режим доступа: свободный. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics2.html?ysclid=m1mkrdz7zh714900435>. Дата обращения: 28.09.2024.

4. Зимовец, А.В. Социальный контракт как мера поддержки малого инновационно ориентированного предпринимательства: сущность и анализ эффективности / А.В. Зимовец, А.В. Ханина, В.В. Кошман, Ю.В. Сорокина // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 5. – С. 1451-1468. – DOI 10.18334/epp.13.5.117218. – EDN OONWIC.

5. Майкоглуян, Д.В. Эксперимент с самозанятостью граждан: анализ проблем и прогноз итогов / Д.В. Майкоглуян, А.В.Зимовец // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 1. – С. 203-220. – DOI 10.18334/ce.18.1.120072. – EDN XXNTIC.

6. Самозанятые. Источник: Платформа поставки данных ФНС России. Электронный Интернет-ресурс. Режим доступа: свободный. URL: <https://geoshecki-vpd.nalog.gov.ru/self-employment?ysclid=m1mlg437ht939901031>. Дата обращения: 28.09.2024.

7. Синиченко, О. А. Новые возможности и особенности банковского обслуживания самозанятых граждан / О. А. Синиченко // Журнал экономических исследований. – 2024. – Т. 10, № 3. – С. 53-62. – EDN BHTABS.

Золотухин Максим Владимирович, студент гр. ЭОб-211, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Лариса Геннадьевна Шутько
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ВЛИЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЫНКА ТРУДА В КУЗБАССЕ

Современные вызовы, порожденные развитием мировой экономики, региональная социально-экономическая, политическая, социокультурная динамика оказывает непосредственное влияние на формирование конкурентной среды на региональном рынке труда. В качестве примера в статье рассматривается регион – Кемеровская область – Кузбасс. Доминирующим фактором влияния является – социально-демографическая ситуация региона [1]. На основании индекса конкурентоспособности регионов данный субъект Российской Федерации занимает 22 место с показателем 2,32 [2].

Социально-экономическое развитие, национально-этническое соотношение на рынке труда, демографическая ситуация и т.п. влияют на уровень экономической стабильности и социальной напряженности между различными субъектами конкурентной среды. К таким субъектам относятся, во первых работодатели как конкуренты по реализации возможностей найма рабочей силы, а также ее оплаты. Во-вторых, работники как носители конкретных трудовых компетенций, реализуемых в рамках существующих на рынке труда ценностных ориентиров, транслируемых органами государственной и муниципальной власти и управления. Реализация ценностных притязаний субъектов формирует региональные стандарты качества жизни, включающие уровень заработной платы, гарантии и компенсации (федерального и регионального уровней) в зависимости от социально-экономических возможностей для раскрытия имеющегося кадрового потенциала. Данные процессы, как и конкуренция работодателей между собой, так и работников обусловлены доминирующими структурными элементами региональной экономики.

Например, на основании решения Совета по развитию конкуренции от 06.03.2024 года в 2023 году, отмечается, что «сектор малого предпринимательства Кемеровской области - Кузбасса показал в 2023 году снижение малых предприятий и микропредприятий на 2,8% (с 24076 единиц до 23397) и прирост числа индивидуальных предпринимателей на 7,9% (с 43084 единиц до 46506)». Отмечается также, что «Структура организаций Кемеровской области – Кузбасса по видам ОКВЭД в 2023 году существенно не изменилась. Традиционно наибольшие доли занимали оптовая и розничная торговля – 22,5%, операции с недвижимым имуществом, арендой и

предоставлением услуг и строительство по – 9,3%, обрабатывающие производства – 7,9%, транспортировка и хранение – 6,8%, образование – 6,6%.» [3, С. 18].

Акцентируя внимание на такие сдерживающие факторы как высокие налоги, нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, сложность получения доступа к земельным участкам, инфраструктуре и т.д., предприниматели отмечают положительную динамику снижения «административных барьеров на развитие бизнеса в 2023 году по сравнению с данными 2022 года» [2, С. 41].

Позитивно оценивали число конкурентов на рынках Кемеровской области - Кузбасса в 2022-2023 годах: 49,9%-51,2% опрошенных указали на увеличение числа конкурентов. При этом предпринимателям Кузбасса, участвовавшим в опросе, было предложено назвать принятые ими меры по повышению конкурентоспособности товаров, работ и услуг собственного бизнеса за последние 3 года. [2, С. 45]. На основании мониторинга по поводу существования дискриминационных условий доступа на товарные рынки предпринимателями отмечено их отсутствие [2, С. 46].

Стоит также отметить существование нарушений со стороны органов местного самоуправления Кузбасса и их структурных подразделений. Было выявлено следующие факты;

«1) необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующим субъектам;

2) незаконное предоставление государственной или муниципальной преференции;

3) наделение хозяйствующего субъекта властными функциями» [3, С.44].

Отмечая тот факт, что демографическая динамика Кемеровская область – Кузбасс – отрицательная (за 2023 год наблюдалась убыль населения в абсолютном выражении минус 20,2 тыс. человек) [4], то возникает необходимость воспроизводства рабочей силы. Если она решается путем привлечения мигрантов, то возникает социальная напряженность в межкультурном «восприятии инновационных процессов» [5, С. 43]. Усугубление негативных моментов, по мнению Е. Б. Веприкова и В. В. Кубичек, связана с как сырьевой направленностью экономики, которая «негативно влияет на условия социальной среды, усиливая диспропорции на рынке труда (за счет вахтовых работников), не обеспечивая необходимого уровня благосостояния населения, компенсирующего низкий уровень жизни» [6, 2021].

Практика доминирования неформальных отношений между различными субъектами конкурентной среды актуализирует вопрос о необходимости следовать закону, если выгоднее будет тем или иным способом его обойти. В этом случае, возникает необходимость полностью применять или ограничиваться теорией альтернативных издержек (7), согласно кото-

рой руководитель выберет путь с наименьшими затратами. Таким образом, решение предприятия прибегнуть к коррупционным схемам либо действовать в легальном поле. В этом случае, по мнению А. Л. Темницкого, «невозможность легального (правового) партнерства на предприятиях, неготовность руководителей к равноправному взаимовыгодному сотрудничеству с рабочими могут создавать предпосылки для конфронтационных форм его проявлений, либо способствуют формированию новой (индивидуальной) субъектности работников, ее реализации вне предприятия на условиях самозанятости» [8, С. 67]. В этом случае, как подчеркивают И. Окрах и А. Нерр «мотивации и открытости к рискам (свойственных молодым руководителям) недостаточно для успешного инновационного развития. Требуется виртуозное мастерство преодоления бюрократических препонов». [9, С. 92],

К отрицательным факторам, влияющим на развитие конкуренции, на наш взгляд относится следующее. Во-первых, иностранные мигранты предпочитают сохранять этническую занятость, связанную с традиционным приложением труда [10, С. 60]. Во-вторых, в существующих социально-экономических и политико-правовых реалиях российская экономика, в частности региональные рынки, обладает низкой экономической привлекательностью, что обусловлено слабостью национальной валюты, а также низким квалификацией иностранных работников. Как отмечается в монографии под редакцией В. И. Мукомель, у трудовых мигрантов доминируют признаки прекаризованности труда, как правило «это иностранные граждане, занятые в так называемом «неформальном секторе» российской экономики, неоформленные в соответствии с действующим Трудовым Кодексом РФ или не имеющие разрешительных документов на въезд и работу на территории России». Также отмечается, что «на предприятиях с численностью сотрудников до 10 человек использование пекарного труда мигрантов, незаконно осуществляющих свою трудовую деятельность, достигает 70,3% от общего количества персонала. В то же время на более крупных предприятиях жестче исполняется соблюдение норм трудового права, и доля незаконных трудовых мигрантов составляет около 14,6%» [11, С. 179].

В целом, вышеназванные тенденции влияют на региональный уровень конкурентной среды, соблюдение трудовых прав работников и социальную напряженность так как «сокращение социальной поддержки персонала при отсутствии роста заработной платы ведет к снижению уровня материального благосостояния работников и их семей, усугубляя проблемы бедности и социально-экономического неравенства» [12, С. 399]. Данный аспект влияет на перераспределение социальных выплат, для Сибирского федерального округа – «социальные выплаты. Более 27% совокупного дохода [13, 2024, С. 68] тогда как в целом по России они составляют чуть более 16% доходов, Причинами этого являются: нехватка рабочих

мест, отсутствие достаточного уровня социально-активного и работающего населения в районах Сибирского и Дальневосточного федеральных округов.

Итак, решение вопросов, связанных с формированием конкурентной среды на рынке труда сопряжено с целым комплексом социально-экономических, демографических и иных противоречий развития региона, которые отражают динамику и специфику трудовых отношений в регионе. Их нерешенность в настоящее время усугубляет проблемы бедности и социально-экономического неравенства, снижает качество жизни людей в Кузбассе. В перспективе взаимодействие региональных властей и бизнеса направлено на решение обозначенных проблем в Кузбассе.

Список литературы:

1. Шутько, Л. Г. Накопление человеческого капитала и конкурентная привлекательность сибирского макрорегиона / Л. Г. Шутько // Материалы Международного экономического симпозиума «Интеграция Сибири в глобальное социально-экономическое пространство»: Сборник материалов на основе докладов Международного экономического симпозиума, Томск, 17–19 октября 2019 года / Под общей редакцией Е.В. Нехода, М.В. Чикова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2020. – С. 122-128.

2. Индекс конкурентоспособности регионов России 2023 AV RCI-2023[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cdn.av-group.ru/files/2e03b7d8d29d44a4af3c5fb6f0ab7c51.pdf> (дата обращения: 09.10.2024).

3. Состояние и развитие конкуренции на товарных рынках Кемеровской области – Кузбасса по итогам 2023 г. Утвержден решением Совета по развитию конкуренции в Кемеровской области – Кузбассе (протокол № 1 от 06.03.2024) Кемерово: Министерство экономического развития Кузбасса, 2024. 176 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ako.ru/deyatelnost/standart-razvitiya-konkurentsii-v-kemerovskoy-oblasti/vnedrenie-standarta-razvitiya-konkurentsii.php> (дата обращения: 09.10.2024).

4. Соловьева, О. Жителей промышленных регионов становится все меньше. Естественный прирост населения наблюдается только в 15 субъектах РФ. 12.03.2024. https://www.ng.ru/economics/2024-03-12/4_8967_regions.html.

5. Пишняк А. Халина Н. Восприятие новых технологий населением как показатель открытости к инновациям. // ФОРСАЙТ, 2021. – Т. 15. – № 1. – С. 39–54. DOI: 10.17323/2500-2597.2021.1.39.54.

6. Веприкова, Е.Б. Дальневосточный макрорегион: специфика социально-экономического развития / Е.Б. Веприкова, В.В. Кубичек // Власть и управление на Востоке России, 2021. – № 3 (96). – С. 31–44. DOI 10.22394/1818-4049-2021-96-3-31-44.

7. Parkin M. (2016) Opportunity cost: A reexamination. *The Journal of Economic Education*, 47(1), 12–22. <https://doi.org/10.1080/00220485.2015.1106361>

8. Темницкий, А. Л. Традиции и инновации в трудовой культуре российских рабочих // *Социологические исследования*. 2021. – № 4. – С. 61–73. DOI: 10.31857/S013216250010467-6.

9. Okrah J., Nepp A. (2022) The Contradictory Role of Corruption in Corporate Innovation Strategies. *Foresight and STI Governance*, 16(3), 83–94. DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.83.94

10. Андреева, Е. Л. Специфика размещения и использования рабочей силы иностранных трудовых мигрантов в Сибирском федеральном округе // *ДЕМИС. Демографические исследования*. 2024. – Т. 4. – № 1. – С. 55–64. DOI: 10.19181/demis.2024.4.1.4. Социально-экономическое регулирование.

11. Мукомель, В. И. Адаптация и интеграция мигрантов в России: вызовы, реалии, индикаторы: [монография] / В. И. Мукомель, К. С. Григорьева, Г. А. Монусова [и др.]; отв. ред. В. И. Мукомель, К. С. Григорьева. – Москва : ФНИСЦ РАН, 2022. – 400 с. ISBN 978-5-89697-407-9. DOI 10.19181/monogr.978-5-89697-407-9.2022. EDN YKKOSI

12. Козырева, П. М. (2021). Социальные гарантии и льготы по месту работы: нестабильность и неутешительная динамика / П.М. Козырева, А.И. Смирнов // *The Journal of Social Policy Studies*, 19(3), 389-404. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-3-389-404>

13. Альпидовская, М.Л. Современные аспекты социально-экономического неравенства в России / М.Л. Альпидовская, В.А. Райлян // *Философия хозяйства*, 2024. – № 3. – С. 58–82. DOI: 10.5281/zenodo.11235189.

Иванова Елизавета Александровна, студентка гр. МУмэ-241, I курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна,
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТ НА ФИНАНСОВУЮ СИСТЕМУ

Криптовалюта – это цифровая или виртуальная валюта, которая использует криптографию для обеспечения безопасности и контроля над созданием новых единиц [1]. Основные характеристики криптовалюты включают в себя:

1. Децентрализованность: криптовалюты обычно не подвержены контролю со стороны центральных банков или правительств. Вместо

этого они функционируют на основе технологии блокчейн, которая представляет собой децентрализованный реестр, хранящий информацию о всех транзакциях.

2. Безопасность: криптография используется для защиты транзакций и контроля над созданием новых единиц валюты. Это помогает предотвратить мошенничество и взлом. Каждая транзакция записывается в блокчейне, что делает её прозрачной и неизменной.

3. Анонимность: в большинстве случаев транзакции с криптовалютами не требуют раскрытия личной информации, что предоставляет пользователям определённый уровень анонимности. Однако каждая транзакция записывается в публичный реестр, что делает возможным отслеживание движений средств.

4. Ограниченное предложение: многие криптовалюты, такие как Bitcoin, имеют ограниченное количество единиц, которые могут быть созданы (например, 21 миллион биткойнов). Это создаёт дефицит, который может поддерживать стоимость валюты в долгосрочной перспективе.

5. Транзакционные издержки: при использовании криптовалют стоимость транзакций часто ниже, чем при использовании традиционных банковских переводов и международных денежных переводов, особенно в случае крупных сумм.

6. Использование: криптовалюты могут быть использованы для различных целей, включая онлайн-покупки, инвестиции, транзакции между пользователями и как средство хранения ценности (например, как «цифровое золото»).

7. Разнообразие: существует множество различных криптовалют, каждая из которых имеет свои особенности и функционал. Например, Ethereum поддерживает смарт-контракты, Cardano фокусируется на устойчивом развитии, а Ripple ориентируется на быстрые международные платежи.

8. Высокая волатильность: криптовалюты могут демонстрировать значительные колебания цен за короткие промежутки времени, что связано с их спекулятивным характером и рыночным спросом [6].

Криптовалюты оказывают значительное влияние на традиционные финансовые институты, представляя, как вызовы, так и возможности для их развития [2]. Ниже перечислены несколько ключевых аспектов этого влияния:

1. Конкуренция с банковскими услугами: криптовалюты и связанные с ними технологии могут конкурировать с традиционными финансовыми учреждениями в области транзакций, кредитования, перевода средств и хранения активов. Например, такие платформы, как DeFi (децентрализованные финансы), предоставляют услуги кредитования и заимствования без участия банков.

2. Снижение транзакционных издержек: криптовалюты могут предлагать более низкие комиссии за транзакции, особенно в международных переводах, где традиционные банки могут взимать высокие сборы. Это может подтолкнуть банки к снижению цен на свои услуги, чтобы оставаться конкурентоспособными.

3. Инновации и новые технологии: блокчейн и другие технологии, лежащие в основе криптовалют, побуждают традиционные финансовые институты внедрять инновации, оптимизировать процессы и улучшать безопасность. Многие банки исследуют технологии блокчейн для улучшения управления активами, передачи информации и повышения прозрачности.

4. Регуляторные вызовы: увеличение популярности криптовалют создает вызовы для регуляторов и традиционных институтов по обеспечению соблюдения норм и стандартов, включая противодействие отмыванию денег (AML) и защиту потребителей. Банк и другие финансовые учреждения должны адаптироваться к новым реалиям и рискам, связанным с криптоактивами.

5. Рынок с помощью криптовалюты: традиционные финансовые институты начинают предлагать возможности для инвестирования в криптовалюты. Например, некоторые банки начали предоставлять услуги по хранению криптовалют и поддерживать инвестиционные фонды, основанные на криптоактивах.

6. Изменение восприятия денег и сбережений: с ростом популярности криптовалют изменяется восприятие денег, активов и сбережений. Люди все чаще рассматривают криптовалюты как альтернативу традиционным валютам и активам, что может снизить спрос на традиционные финансовые инструменты.

7. Поддержка CBDC (Цифровых валют центрального банка): в ответ на рост криптовалют многие центральные банки начали исследовать возможность выпуска собственных цифровых валют (CBDC). Это может привести к изменению структуры финансовых систем и способствовать более эффективным операциям.

8. Обучение и адаптация: финансовые институты должны обучаться новым технологиям и изменениям на рынке, чтобы эффективно конкурировать с сервисами, основанными на криптовалюте. Это означает необходимость инвестиций в новые технологии и навыки для сотрудников.

Влияние криптовалют на традиционные финансовые институты многогранно, и они вынуждены адаптироваться к новым условиям, чтобы оставаться конкурентоспособными и предоставлять услуги, соответствующие ожиданиям клиентов [4].

Криптовалюты, несмотря на свои преимущества, также связаны с различными рисками и проблемами. Например:

1. Волатильность: криптовалюты известны своей высокой волатильностью. Цены на них могут значительно колебаться в короткие сроки, что приводит к потенциальным убыткам для инвесторов и затрудняет их использование как стабильного средства обмена или хранения ценности.

2. Безопасность: хотя криптография защищает транзакции, криптовалюты все еще подвержены различным угрозам, таким как мошенничество, взломы и кражи. Если средства хранятся на небезопасных платформах, инвесторы могут потерять свои активы.

3. Отсутствие регулирования: в большинстве стран криптовалюты не подлежат регулированию, что может привести к рискам мошенничества, отмыванию денег и финансированию терроризма. Отсутствие правовых норм создает неопределенность для инвесторов и пользователей.

4. Технологические риски: криптовалюты основаны на сложных технологиях, которые могут содержать ошибки или уязвимости. Программные сбои, баги и проблемы с блокчейн-технологией могут привести к потерям средств.

5. Проблемы с принятием: хотя интерес к криптовалютам растет, многие бизнесы и даже страны все еще не принимают их в качестве средства обмена. Ограниченное принятие может уменьшить их ценность и использование.

6. Потеря доступа: пользователи могут потерять доступ к своим криптовалютным кошелькам, если потеряют ключи или пароли. В отличие от традиционных банковских систем, восстановить доступ к потерянным криптовалютам обычно невозможно.

7. Экологические проблемы: майнинг криптовалют, таких как Bitcoin, требует значительного количества энергии, что вызывает озабоченность по поводу экологического воздействия и устойчивости таких практик, особенно в условиях глобальных изменений климата.

8. Психологические факторы и манипуляции: рыночные манипуляции и психологические факторы могут оказывать значительное влияние на цены криптовалют. FOMO (страх упустить возможность) и FUD (страх, неопределенность, сомнение) могут привести к резким колебаниям цен.

9. Регуляторные угрозы: с ростом популярности криптовалют, правительственные и финансовые органы разных стран могут вводить новые правила и ограничения, что может негативно сказаться на рынке.

10. Недостаток информации и образования: у многих пользователей недостаток знаний о том, как работают криптовалюты. Это может привести к неправильным инвестиционным решениям и повышенному риску потерь.

С учетом этих рисков и проблем, потенциальные инвесторы и пользователи криптовалют должны внимательно изучить рынок и тщательно оценивать свои стратегии инвестирования и хранения активов.

Перспективы развития криптовалют могут быть достаточно многообещающими, хотя они также сопровождаются определенными вызовами и рисками [3]. Ниже обозначены некоторые ключевые направления и прогнозы, которые могут определить будущее криптовалют:

1. Увеличение институционального интереса: все больше институциональных инвесторов, таких как хедж-фонды, пенсионные фонды и крупные корпорации, начинают вкладывать средства в криптовалюты. Это может привести к повышению легитимности криптовалют и увеличению их ценности.

2. Расширение применения технологии блокчейн: блокчейн, лежащий в основе криптовалют, находит применение в различных отраслях – от финансов до здравоохранения и логистики. Это может открыть новые возможности для интеграции криптовалют в бизнес-процессы и услуги.

3. Развитие децентрализованных финансов (DeFi): DeFi-проекты, которые предоставляют финансовые услуги без участия традиционных финансовых институтов, продолжают набирать популярность. Это может привести к созданию более доступных и прозрачных финансовых систем.

4. Цифровые валюты центральных банков (CBDC): многие страны исследуют возможность выпуска собственных цифровых валют. CBDC могут изменить способ обмена и хранения средств, а также повлиять на стабильность традиционных валют и банковских систем.

5. Увеличение понимания и образования: с ростом интереса к криптовалютам увеличивается и уровень образования и осведомленности среди пользователей и инвесторов. Это может привести к более обоснованным инвестиционным решениям и уменьшению числа мошенничеств.

6. Интеграция с традиционными финансовыми системами: некоторые банки и финансовые учреждения начинают интегрировать криптовалютные услуги в свои предложения, что может способствовать более широкому принятию криптовалют в обычной финансовой системе.

7. Появление новых технологий: новые технологии, такие как Ethereum 2.0, и улучшения существующих систем (например, масштабируемость, безопасность) могут повысить привлекательность и функциональность криптовалют и блокчейнов.

8. Повышение регуляторной ясности: с учетом растущего интереса к криптовалютам, ожидания позитивных изменений в области регулирования. Более четкие и сбалансированные правила могут повысить доверие инвесторов и пользователей.

9. Инновации в области мобильных и смарт-контрактов: разработка новых приложений на основе смарт-контрактов и мобильных решений может увеличить удобство использования криптовалют. Это даст возможность использовать их в различных сферах, от юриспруденции до имущественных сделок.

10. Возможности для социальной справедливости и инклюзивности: криптовалюты могут предоставить доступ к финансовым услугам людям, которые ранее были исключены из традиционной финансовой системы, особенно в развивающихся странах [5].

Таким образом, несмотря на определенные риски, криптовалюты предлагают огромный потенциал для повышения эффективности и доступности финансовых услуг. Правильное использование их преимуществ и недостатков, а также своевременное принятие мер по их контролю позволит максимально раскрыть потенциал этой сферы и использовать ее для создания более устойчивой и процветающей финансовой системы.

Список литературы:

1. CoinMarketCap. Криптовалютный рынок: Объем и динамика. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinmarketcap.com> (дата обращения: 30.07.2024).

2. Statista. Статистика по криптовалютам. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com> (дата обращения: 02.10.2024).

3. DappRadar. Обзор децентрализованных приложений. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dappradar.com> (дата обращения: 02.10.2024).

4. Chainalysis. Глобальный отчет о криптовалютах. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chainalysis.com> (дата обращения: 30.07.2024).

5. Cambridge Bitcoin Electricity Consumption Index. Индекс потребления электричества для майнинга биткойнов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbeci.org> (дата обращения: 05.10.2024).

6. Pew Research Center. Исследования о криптовалютах и блокчейне. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pewresearch.org> (дата обращения: 03.10.2024).

Иванова Елизавета Александровна, студентка гр. МУмэ-241, I курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна,
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНЦЕПЦИЯ НЕВИДИМОЙ РУКИ В ЭКОНОМИКЕ

Впервые такое понятие, как «невидимая рука» было оглашено во второй половине восемнадцатого века английским учёным и экономистом Адамом Смитом в работе под названием «Исследование о природе и причинах богатства народов». Вкратце смысл упомянутого термина заключается в том, что последовательность определенных индивидуальных действий, цель которых заключается в удовлетворении каких-либо личных интересов по итогу, может привести к положительному «побочному эффекту», который будет выражен в виде благосостояния общества в целом [2, с.448].

В своей работе Смит не единожды акцентировал внимание на том, что когда население прилагает все усилия для того, чтобы улучшить свои финансовые показатели, то они тем или иным способом являются элементами продвижения развития рынка, что способствует развитию общего благосостояния [3, с.456].

Несмотря на то, что индивиды, как правило, действуют из эгоистических соображений собственного обогащения, при этом непроизвольно «рождается» и приводится в действие та самая невидимая рука рынка, цель которой заключается в удовлетворении общественных потребностей.

Принципы «невидимой руки» рынка заключаются в следующем:

Самоорганизация: когда индивиды стремятся максимизировать свою собственную выгоду, они взаимодействуют на рынке, и через свои действия создают спрос и предложение, что ведет к эффективному распределению ресурсов.

Конкуренция: конкуренция между производителями заставляет их улучшать качество продукции и услуг и предлагать более конкурентоспособные цены. Это, в свою очередь, приносит пользу потребителям.

Неявное регулирование: индивидуальные действия и решения экономических агентов, хотя и направлены на личную выгоду, приводят к положительным последствиям для всего общества. Таким образом, «невидимая рука» рынка направляет эти усилия в сторону общего блага, даже если у участников нет такой цели.

Эффективность: в долгосрочной перспективе, при отсутствии вмешательства извне, рынки имеют тенденцию к саморегулированию, что создает условия для устойчивого экономического роста и оптимального распределения ресурсов [1, с.383].

Принцип невидимой руки рынка может быть искажен различными факторами, которые влияют на взаимодействие между участниками рынка и приводят к неэффективности или неравномерности распределения ресурсов:

Монополия и олигополия: когда на рынке действуют только один или несколько крупных игроков, они могут устанавливать цены выше рыночного уровня и ограничивать предложение. Это приводит к снижению конкуренции, ухудшению качества товаров и услуг и неэффективности в распределении ресурсов.

Внешние эффекты: это ситуации, когда действия одного экономического агента оказывают воздействие на других людей или компании, не учитывая эти последствия в ценах. Примеры включают загрязнение окружающей среды (негативный внешний эффект) или позитивные эффекты от образования. В таких случаях рынки могут не обеспечить оптимальное распределение ресурсов.

Недостаток информации: если потребители или производители не имеют полной информации о качестве товаров и услугах, или если они не осведомлены о всех возможностях, это может привести к неэффективным решениям и искажению рыночного равновесия.

Государственное вмешательство: неправильное или чрезмерное регулирование может создать дисбаланс на рынке, искажающий ценовые механизмы. Например, субсидии могут привести к избыточному предложению продуктов, в то время как налоговые ставки могут уменьшить стимулирование производства.

Финансовые и экономические кризисы: в периоды экономических шоков рынок может потерять свою способность к саморегуляции. Например, банковский кризис может привести к заморозке кредитования, что затрудняет доступ к капиталу для бизнеса и потребителей.

Неравенство: значительное неравенство в доходах и богатстве может привести к тому, что определенная часть населения не будет иметь доступа к необходимым ресурсам и услугам, что искажает спрос и предложение на отдельные товары и услуги.

Патенты и лицензии: защита интеллектуальной собственности может препятствовать конкуренции и создавать искусственные барьеры для входа на рынок, что также может привести к искажению рыночной динамики.

Принципы «невидимой руки» рынка можно наблюдать в различных ситуациях и примерах в реальной экономике. Например: Цены на товары: когда спрос на определенный товар (например, смартфоны) резко возрастает, а предложение не успевает за ним, цена на этот товар возрастает. Это увеличение цены влияет на производителей, заставляя их увеличить производство, чтобы удовлетворить растущий спрос. В

результате ресурсы перераспределяются таким образом, чтобы удовлетворить потребности потребителей.

Конкуренция среди производителей: в условиях конкурентного рынка, если одна компания начала предлагать более качественную продукцию по более низкой цене, другие компании вынуждены адаптироваться, улучшая свои товары или снижая цены, чтобы сохранить клиентов. Этот процесс ведет к улучшению качества и снижению цен, что благоприятно для потребителей.

Сельское хозяйство: если на рынке определенного сельскохозяйственного продукта (например, пшеницы) возникает избыточное предложение, цена на этот продукт снизится. Фермеры, заметив это, могут переключиться на другие культуры, которые более востребованы на рынке. Это естественное перераспределение ресурсов помогает регулировать предложение и спрос.

Инновации и технологии: в условиях свободного рынка компании стремятся разрабатывать новые технологии и инновации, чтобы выделяться среди конкурентов. Например, автомобильные производители могут начать внедрять экологически чистые технологии, чтобы привлечь потребителей, заботящихся о сохранении экологии. Это приводит к появлению более чистых автомобилей и снижению загрязнения окружающей среды.

Городская экономика: в крупных городах, где наблюдается рост населения и потребностей в жилье, может возникать дефицит недвижимости. Высокий спрос на жилье приводит к повышению цен и появлению новыхстроек, что, со своей стороны, увеличивает предложение и возвращает рынок к равновесию.

Трудовой рынок: если в определенной отрасли (например, информационных технологий) наблюдается нехватка квалифицированных специалистов, компании начинают повышать зарплаты, чтобы привлечь работников. Это изменение в заработной плате может побудить больше людей обучаться в этой области, что со временем увеличит предложение квалифицированных кадров.

Эти примеры показывают, как индивидуальные действия участников рынка могут приводить к более эффективному распределению ресурсов и удовлетворению потребностей общества в целом.

Принцип невидимой руки рынка продолжает оказывать влияние на экономику и общественную жизнь в современном мире. Ниже перечислены некоторые способы, как он проявляется сегодня:

1. **Технологические инновации:** в условиях конкурентного рынка компании стремятся внедрять новые технологии и улучшать свои продукты, чтобы привлечь клиентов. Например, в сфере технологий, таких как смартфоны или платформы для онлайн-услуг, компании постоянно

улучшают свои предложения, чтобы соответствовать потребительскому спросу, что ведет к инновациям, улучшению качества и снижению цен.

2. Сетевые платформы: платформы, такие как Airbnb или Uber, демонстрируют работу невидимой руки, обеспечивая взаимосвязь между поставщиками услуг и потребителями. Эти компании создают рынки, где пользователи могут легко обмениваться услугами, что улучшает доступность и снижает стоимость услуг для граждан.

3. Глобализация: глобальные рынки способствуют свободному движению товаров, услуг и капитала. Страны и компании, стремясь максимизировать прибыль, экспортируют и импортируют товары в соответствии с мировым спросом, тем самым создавая оптимальное распределение ресурсов на международной арене.

4. Электронная коммерция: развитие интернет-магазинов и платформ онлайн-продаж дает возможность малым и средним предприятиям выходить на рынок, конкурируя напрямую с крупными игроками. Это конкурентное давление способствует улучшению цен и качества товаров и услуг для потребителей.

5. Социальные сети и краудфандинг: социальные платформы позволяют стартапам получать финансирование от инвесторов и потребителей непосредственно, минуя традиционные финансовые институты. Это открывает новые возможности для инновационных идей и продуктов, которые могут быть быстро адаптированы к потребительским предпочтениям.

6. Экологическая устойчивость: смысл невидимой руки также наблюдается в тренде на экологичность. Потребители все больше заинтересованы в устойчивом производстве и экосознательных товарах. Это создает рыночный спрос, который заставляет компании развивать и предлагать «зелёные» решения, при этом улучшая социальные и экологические условия в обществе.

7. Криптовалюты и блокчейн: новый вид финансовых технологий, включая криптовалюты, является примером того, как рынок может самостоятельно организовываться, препятствуя централизации и обеспечивая защиту от инфляции и государственного вмешательства. Это также демонстрирует, как индивидуальные действия участников могут создать новый рынок с уникальными предложениями и услугами [4, с.37-52].

Эти примеры показывают, что принцип невидимой руки рынка продолжает действовать в современном мире, способствуя инновациям, конкурентоспособности и оптимизации распределения ресурсов, хотя и сталкивается с вызовами и искажениями, требующими регуляции.

Таким образом, принцип «невидимой руки» остается не только теоретическим фундаментом, но и руководящим принципом для того, чтобы современная экономика продолжала эволюционировать, приспосабливаясь

к вызовам времени и преобразуясь под влиянием инноваций и изменяющихся условий.

Список литературы:

1. Борисов, Е. Ф. Экономика: учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 383 с. – ISBN 978-5-406-06106-0. – Текст: непосредственный.
2. Зунтум, У. Невидимая рука: экономическая мысль вчера и сегодня / У. Зунтум – Москва: Мысль. – 2017. – 448 с. – ISBN 978-5-392-28168-8. – Текст: непосредственный.
3. Казанцев, Ю.Ю. Социокультурные факторы экономического развития: проблемы истории и теории / Ю.Ю.Казанцев, Н.Н. Заикин // Историко-экономические исследования. – 2022. – 456 с. – Т. 23. – №. 3. – С. 481-507. – Текст: непосредственный.
4. Кирдина-Чэндлер, С. Г. Парадоксы синтеза в экономической теории // Terra Economicus. – 2021. – Т. 19. – №. 3. – С. 37-52. ISBN 978-5-534-11542-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт: [сайт]. – URL: <https://biblionline.ru/bcode/445568> (дата обращения: 03.10.2024).

Ивасенко Наталья Геннадьевна, старший преподаватель кафедры
торгового дела
ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет
имени Владимира Даля», г. Луганск

РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

На сегодняшний день аналитическая основа для исследования социально-экономического положения региональных экономических субъектов насчитывает пятнадцать обособленных направлений в разрезе более чем ста двадцати показателей. К данным направлениям относятся: промышленное производство, сельское хозяйство, транспорт, торговля, информационные и коммуникационные услуги, строительство, инвестиции и другие, что в конечном итоге находит свое отражение в результирующем показателе валового регионального продукта. В состав Южного федерального округа входит восемь субъектов: Краснодарский край, Ростовская область, Волгоградская область, Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Астраханская область, Республика Крым и город Севастополь. По территориальному и финансово-экономическому признакам относительно равноправными субъектами в составе Южного федерального округа являются: Краснодарский край, Ростовская и Волгоградская области (ведущие регионы), что будет учтено при

проведении данного анализа региональных конкурентных преимуществ Краснодарского края.

На комплексном рисунке 1 представлена сравнительная динамика численности населения по Краснодарскому краю в сравнении с аналогичными данными по Южному федеральному округу за период с 2019 по 2022 гг.

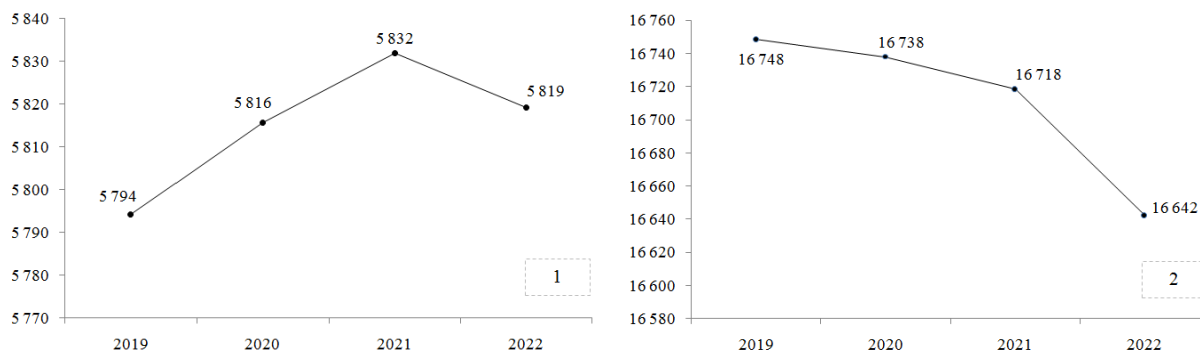


Рисунок 1 – Сравнительная динамика численности населения Краснодарского края – (1) и Южного федерального округа – (2) за период с 2019 по 2022 гг., тыс. чел. (составлено на основе данных [1])

Согласно данным комплексного рисунка 1 динамика по Краснодарскому краю за исследуемый период наблюдается два периода роста в сравнении с его нулевым количеством по Южному федеральному округу (далее ЮФО). Также наблюдаемый спад численности населения в период с 2021 по 2022 гг. по Краснодарскому краю менее стремительный, чем по ЮФО, который составляет 0,2% (по ЮФО – 0,5%). Долевое участие Краснодарского края в составе ЮФО по численности населения за период с 2019 по 2022 гг. является неизменным и составляет – 35%. Для сравнения, на долю ведущих регионов в соотношении 1:3 приходится также неизменная величина за аналогичный период и составляет 33%, что на 2% ниже, чем по Краснодарскому краю.

При анализе сравнительной динамики среднегодовой численности занятых в Краснодарском крае и Южном федеральном округе за период с 2019 по 2022 гг. было выявлено, что по данным субъектам наблюдается сходная динамика в отношении периодов роста и спада со средними величинами динамических корридоров по первому субъекту в 130 единиц и по второму в 367 единиц соответственно. Анализ сравнительной динамики по показателю среднедушевого денежного дохода также показал сходную в абсолютном отношении положительную динамику. При этом по Краснодарскому краю рост исследуемого показателя за период с 2019 по 2022 гг. составил 32%, в то время как по ЮФО – 30%.

При сравнении динамических рядов по величине инвестиций в основной капитал также была выявлена абсолютная тенденционная тожде-

ственность. В тоже время выявлено, что доля исследуемой величины по Краснодарскому краю увеличивается по отношению к аналогичной величине по ЮФО на 1% ежегодно (2019 г. – 35%, 2020 г. – 36%, 2021 г. – 37%, 2022 г. – 38%). Методом экстраполяции можно предположить, что по состоянию на 2030 г. данная величина составит $\approx 46\%$. Аналогичная динамика зафиксирована также по показателю числа организаций, которая демонстрирует абсолютный спад, данный показатель по Краснодарскому краю за период с 2019 по 2022 гг. составил 11%, по ЮФО – 13% соответственно.

На комплексном рисунке 2 представлена сравнительная динамика объемов производства обрабатывающей промышленности по Краснодарскому краю и ЮФО за период с 2019 по 2022 гг.

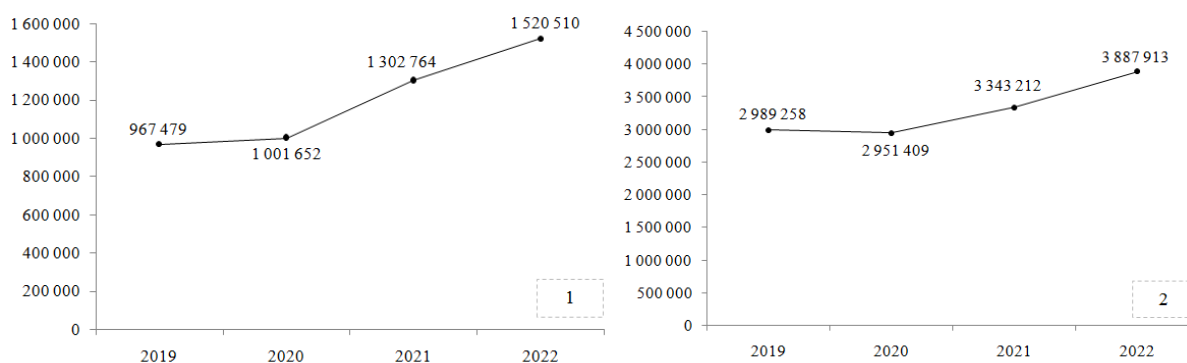


Рисунок 2 – Сравнительная динамика объемов производства обрабатывающей промышленности по Краснодарскому краю – (1) и ЮФО – (2), млн руб. за период с 2019 по 2022 гг. (составлено на основе данных [1])

Согласно данным рисунка 2 динамика объемов производства обрабатывающей промышленности по Краснодарскому краю демонстрирует стремительный рост в отношении поступательного роста по ЮФО. В тоже время, если по Краснодарскому краю по каждому из трех исследуемых периодов наблюдается тенденция – рост, то в отношении ЮФО за период с 2019 по 2020 гг. наблюдается незначительный спад. В целом рост за период с 2019 по 2022 гг. по Краснодарскому краю составил 57% (по ЮФО – 30% соответственно). В отношении сравнительной динамики по величине розничной торговли Краснодарского края и ЮФО за период с 2019 по 2022 гг. также отмечена неизменная положительная динамика с темпами роста по Краснодарскому краю – 15% в год, по ЮФО – 12% в год соответственно. Сравнительная динамика стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг также имеет тождественный характер с абсолютной тенденцией роста с той лишь незначительной разницей, что по Краснодарскому краю за период с 2019 по 2022 гг. рост составил 4 223,0 руб. (по ЮФО – 4 221,0 руб. соответственно).

Таким образом, в ходе данного исследования выявлены региональные конкурентные преимущества Краснодарского края по отношению к ЮФО в разрезе таких социально-экономических показателей, как численность населения, среднегодовая численность занятых, среднедушевой денежный доход, инвестиции в основной капитал, число организаций, объемы производства обрабатывающей промышленности, обороты розничной торговли, стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг. Перспективой исследования данной проблематики должно стать проведение сравнительного анализа по другим показателям социально-экономического развития региона.

Список литературы:

1. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. – 2023: Стат. сб. / Росстат. – М., 2023. – 853 с. – URL:<https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13205>(дата обращения: 01.10.2024). – Текст: электронный.

Ищенко Иван Олегович, студент гр. ССб-221, III курс
Научный руководитель – ст. преподаватель Михайлова Яна Сергеевна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ДОКУМЕНТООБОРОТА В УСЛОВИЯХ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современные компании сталкиваются с растущим объемом документации, что ведет к усложнению процессов документооборота и увеличению временных и материальных затрат. В условиях сервисной деятельности, где оперативность и точность документации играют ключевую роль, важность оптимизации процессов документооборота особенно актуальна. Неправильная организация документооборота может привести к задержкам в предоставлении услуг, ошибкам в обработке данных и снижению качества сервиса, что негативно сказывается на репутации компании и уровне удовлетворенности клиентов.

На сегодняшний день существует несколько методов и инструментов для оптимизации документооборота. Один из наиболее популярных – это внедрение электронного документооборота (ЭДО), который позволяет автоматизировать большую часть процессов, таких как создание, согласование и хранение документов. Примеры подобных решений включают системы управления документами (например, «1С:Документооборот», Directum, SAP) и корпоративные порталы, которые позволяют автоматизи-

ровать процессы обмена и согласования документов внутри организации [1].

Тем не менее, не все компании, особенно в сфере сервисной деятельности, активно внедряют данные системы. Некоторые предпочитают использовать гибридные модели, комбинируя бумажные и электронные документы. Это также связано с вопросами юридической значимости электронных подписей и необходимостью архивного хранения бумажных документов.

В большинстве организаций, занимающихся сервисной деятельностью, документооборот осуществляется на основе сочетания электронных и бумажных документов. Основные проблемы, с которыми сталкиваются такие компании, включают:

1. Длительное время обработки документов.
2. Ошибки при вводе данных.
3. Затраты на хранение и транспортировку бумажных документов.
4. Невозможность быстрого поиска и доступа к необходимой информации [2].

Исследования показывают, что внедрение полной автоматизации может снизить временные затраты на документооборот на 40-50%, а затраты на бумагу и архивное хранение – на 70% [3].

Преимущества перехода к электронному документообороту:

- Снижение затрат на печать, компании сокращают расходы на бумагу и чернила;
- Экономия времени, уменьшается время, затрачиваемое на поиск и обработку документов;
- Снижение затрат на хранение, электронные документы занимают меньше места и легко архивируются;
- Увеличение скорости обработки, возможность мгновенного доступа и обмена документами;
- Снижение рисков, меньше опасений, связанных с утерей или повреждением документов [4].

Предлагаемый метод оптимизации документооборота заключается во внедрении комплексной системы электронного документооборота (ЭДО) с использованием облачных технологий и инструментов автоматизации. Это позволит исключить использование бумажных документов, автоматизировать ввод данных и внедрить системы контроля над сроками выполнения задач. Кроме того, предлагается использовать технологии машинного обучения для автоматической обработки документов, включая распознавание текста и классификацию.

Примерный расчет экономической эффективности:

- Время обработки одного документа вручную: 20 минут.

- Время обработки с использованием автоматизированной системы: 5 минут.
 - Объем документов в месяц: 1 000 единиц.
- Экономия времени:

$$(t_{\text{руч.}} - t_{\text{авто.}}) \times V_{\text{мес.}} = T_{\text{мес.}} \quad (1)$$

- $t_{\text{руч.}}$ – время обработки одного документа вручную;
 $t_{\text{авто.}}$ – время обработки с использованием автоматизированной системы;
 $V_{\text{мес.}}$ – объем документов в месяц;
 $T_{\text{мес.}}$ – экономия времени за месяц.

$$(20 - 5) \times 1\,000 = 15\,000 \text{ минут (250 часов в месяц)}$$

При средней заработной плате сотрудника документооборота в 400 рублей в час, экономия составит:

$$250 \times 400 = 100\,000 \text{ руб. в мес.}$$

Снижение затрат на бумагу и хранение документов (примерные данные):

- Годовая стоимость архивного хранения: 50 000 рублей.
- Затраты на бумагу и печать: 30 000 рублей.

Итого: экономия до 130 000 рублей в год.

Внедрение предложенной системы позволит значительно сократить временные и финансовые затраты на документооборот. Ожидается, что скорость обработки документов возрастет на 60-70%, а количество ошибок, связанных с человеческим фактором, снизится до минимума. Это приведет к повышению уровня удовлетворенности клиентов, улучшению качества обслуживания и повышению общей эффективности компании [5].

Таким образом, оптимизация процессов документооборота в сервисной деятельности является ключевым фактором повышения эффективности бизнеса. Внедрение систем электронного документооборота с элементами автоматизации позволит компаниям не только снизить затраты, но и улучшить качество обслуживания клиентов, что является основным конкурентным преимуществом в условиях современного рынка.

Список литературы:

1. Васильева, И.Н. Автоматизация документооборота в условиях современных организаций. – Москва: Инфра-М, 2020. – 240 с.
2. Петренко, А.В. Электронный документооборот: теория и практика. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 304 с.

3. Иванов, В.Н. Современные информационные технологии в документообороте и управлении предприятием / В.Н. Иванов, Е.А. Смирнова. – Новосибирск: СибАК, 2021. – 256 с.

4. Сидоров, П.В. Управление документооборотом в организациях: от бумажных документов к электронным системам. // Менеджмент в России и за рубежом, 2022. – № 5. – С. 45-56.

5. Березкина, М.А. Документооборот в условиях сервисной деятельности: принципы, проблемы, решения. – Екатеринбург: Уральский университет, 2021. – 198 с.

Ищенко Иван Олегович, студент гр. ССб-221, III курс
Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МАРКИРОВОК И ЧИПОВ НА ГАЗОВЫХ БАЛЛОНАХ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОМЫШЛЕННЫХ ГАЗОВ

В современных условиях промышленная безопасность является одной из ключевых задач, стоящих перед предприятиями России. Производство и эксплуатация промышленных газов связаны с высокими рисками для здоровья и жизни людей, а также с экологическими угрозами. Нередки случаи утечек газов или неправильного обращения с газовыми баллонами, что приводит к серьезным последствиям, включая аварии и экологические катастрофы. Внедрение маркировок и чипирования газовых баллонов может стать важным шагом в повышении безопасности и улучшении управления на предприятиях.

На российских предприятиях использование маркировок и чипирования в последние годы набирает популярность, однако до сих пор это не является общепринятой практикой. Примером успешного внедрения является компания «Газпром», которая активно использует RFID-метки для отслеживания местоположения своих баллонов. Эти метки позволяют с точностью до метра определять местонахождение каждого баллона, что значительно упрощает инвентаризацию и контроль за их безопасностью [1].

В настоящее время на большинстве российских предприятий по производству промышленных газов маркировка и отслеживание баллонов осуществляется вручную. Это создает ряд проблем: начиная от сложности учета и заканчивая высокой вероятностью ошибок при эксплуатации. Работники тратят значительное количество времени на проведение инвентаризаций, что увеличивает затраты на персонал [4].

Кроме того, отсутствие системы автоматизированного контроля приводит к рискам, связанным с неправильным использованием газовых баллонов.

Предлагается внедрить систему чипирования газовых баллонов на основе RFID-технологий. Эта система позволит в реальном времени отслеживать местоположение баллонов, фиксировать данные о состоянии каждого из них (давление, температура, срок годности) и оперативно реагировать на возникающие проблемы.

RFID-метки будут установлены на каждый баллон, а считывающие устройства разместятся на производственных и складских площадках. Данные с меток будут поступать в единую информационную систему предприятия, что позволит автоматически обновлять информацию об инвентаризации и состоянии продукции.

Интеграция данной системы с уже существующими программными решениями для управления производством и логистикой позволит повысить точность учета, уменьшить количество ошибок, а также сократить временные затраты на операции по учету и обслуживанию.

Внедрение системы чипирования и маркировки газовых баллонов позволит:

1. Снизить количество аварийных ситуаций за счет своевременной замены баллонов с истекшим сроком годности.
2. Улучшить учет и контроль за состоянием газовых баллонов, что сократит потери продукции и уменьшит расходы на обслуживание.
3. Автоматизировать процессы инвентаризации, что снизит нагрузку на персонал и уменьшит вероятность ошибок.
4. Повысить прозрачность логистических процессов, что позволит эффективнее управлять движением продукции как внутри предприятия, так и при транспортировке к клиентам [5].

Эксперты считают, что благодаря внедрению системы количество несчастных случаев на производстве снизится на 20%, а затраты на инвентаризацию и обслуживание сократятся на 30% [3].

Стоимость RFID-меток и считывающих устройств:

- В России цена одной RFID-метки может составлять 300-500 рублей в зависимости от объема закупок и производителя.
- Считывающее оборудование для одного предприятия стоит порядка 500 000 - 1 500 000 рублей в зависимости от сложности системы.
- Интеграция с существующей системой управления предприятием может стоить еще 500 000 - 1 000 000 рублей, в зависимости от требований.

Экономия на инвентаризации, допустим, предприятие тратит 1 500 000 рублей в год на ручную инвентаризацию (это могут быть затраты на зарплату сотрудников, потерю времени и ошибки в учете). Автоматизация с помощью RFID-систем может снизить эти затраты на 30-40% [2].

$500\ 000 \times 0.30 = 450\ 000$ рублей экономии в год.

Экономия на логистике, если предприятие тратит на логистику и хранение баллонов 3 000 000 рублей в год, внедрение чипирования может сократить затраты на 10% благодаря повышению точности учета и управления движением баллонов [2].

$3\ 000\ 000 \times 0.10 = 300\ 000$ рублей экономии в год.

Итоговый расчет затрат и экономии:

Затраты на внедрение:

– Установка RFID-меток на 1 000 баллонов (по 400 рублей за штуку): $1000 \times 400 = 400\ 000$ рублей.

– Считывающее оборудование: 500 000 рублей.

– Интеграция системы: 1 000 000 рублей.

– Обучение сотрудников: 200 000 рублей.

Итого: 2 100 000 рублей на внедрение.

Годовая экономия:

– Экономия на инвентаризации: 450 000 рублей в год.

– Экономия на логистике: 300 000 рублей в год.

Итого годовая экономия: 750 000 рублей.

Срок окупаемости: $2\ 100\ 000 / 750\ 000 \approx 2,8$ года.

Таким образом, затраты на внедрение системы RFID окупятся примерно за 2,8 года, после чего предприятие будет получать постоянную экономию, внедрение системы маркировки и чипирования на предприятии по производству промышленных газов является целесообразным с точки зрения безопасности, экономической эффективности и повышения производительности. Ожидается, что это позволит не только улучшить контроль за состоянием газовых баллонов и снизить количество аварийных ситуаций, но и оптимизировать логистику и учет продукции.

Список литературы:

1. Третьякова, И. Н. повышение конкурентоспособности ООО «Производственная компания Техно-универсал» / И. Н. Третьякова, М. Д. Триденежкина // 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. – EDN RCJHJUZ.

2. Газпром нефть. Внедрение RFID-меток для отслеживания оборудования и газовых баллонов. Официальный сайт «Газпром нефть». – URL: <https://www.gazprom-neft.ru> (дата обращения: сентябрь 2024).

3. Linde, AG. Применение современных технологий маркировки на предприятиях по производству промышленных газов. Официальный сайт компании Linde. – URL: <https://www.linde.com> (дата обращения: сентябрь 2024).

4. Криогенмаш. Оценка целесообразности внедрения автоматизированных систем контроля за баллонами с промышленными газами // Технический обзор. – 2021. – №4. – С. 23-30.

5. Басов, И.И. Автоматизация учёта и инвентаризации на предприятиях химической промышленности: Практическое руководство / И.И. Басов, К.А. Миронов. – СПб.: Научная книга, 2021. – 210 с.

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»,
г. Черкесск

Аджикова Алтынай Султахановна, к.э.н., доцент
ордена Трудового Красного Знамени ФГБОУ «Московский
технический университет связи и информатики», г. Москва

Школьникова Нина Николаевна, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»,
г. Черкесск

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Банковская система государства – ключевое звено финансовой системы, центральный системообразующий элемент экономики. Банковский сектор включает комплекс специализированных организаций особого рода, действующих в сфере финансов и денежно-кредитных отношений и имеющих исключительные полномочия для осуществления банковской деятельности. В банковскую систему входят Центральный банк, коммерческие банки и их филиалы, небанковские кредитные организации, филиалы и представительства иностранных банков.

«Банковская система России на протяжении своего становления и развития после перехода на рыночную систему хозяйствования перенесла множество процессов преобразований и институциональных изменений. Тенденции развития национальной банковской системы позволяют судить о качественном состоянии кредитно-финансовых организаций в их совокупности и организации в тех условиях, которые сложились на каждом отдельном временном интервале и цикле национальной экономики. Выявление критериев и особенностей развития банковской системы в форме тенденций отражает содержание основных трансформаций под воздействием множества различных факторов» [1, с. 94].

Переход к рыночной экономике сопровождался стремительным увеличением численности коммерческих банков. «В условиях несовершенности

го банковского законодательства (в конце 1980-х его отсутствия) и отсутствием опыта регулятора по осуществлению банковского регулирования и надзора за коммерческими банками, низкими требованиями к их деятельности произошел колоссальный рост количества банков в России в начале 1990-х годов» [1, с.133].

«В последние годы российская банковская система переживает период системной санации. Количество финансово-кредитных организаций в России ежегодно сокращается, и речь идет не только о мелких банках, но и о крупных банковских учреждениях. Трудный период в работе российских банков связан не только со сложной экономической и внешнеполитической ситуацией в России. Регулятор в лице Центрального банка Российской Федерации проводит жесткую политику консолидации банковского сектора с помощью различных механизмов» [2, с.129].

Таблица 1 – Количественные характеристики действующих кредитных организаций РФ [3]

Показатели	2011	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение за весь период (+,-)	
							ед.	%
1.Число действующих кредитных организаций, ед.	1012	442	406	370	361	361	- 651	- 64,3
- банки	955	402	365	335	326	324	- 631	-66,1
- небанковские кредитные организации	57	40	41	35	35	37	- 20	- 35,1
2.Число филиалов действующих кредитных организаций, ед.	2926	618	530	471	449	417	- 2509	- 85,7

Из данных, представленных в таблице 1, следует, что число кредитных организаций, функционирующих в российской экономике, неуклонно снижается. Их количество уменьшилось за исследуемый период с 1012 ед. в 2011 г. до 361 ед. в 2023 г., то есть, на 651 ед., что составило 64,3%. При этом, число банков снизилось на 66,1%, а число небанковских кредитных организаций – на 35,1% (с 57 до 37 ед.). Одновременно, более, чем на 80% сократилось число филиалов действующих кредитных организаций. Если в 2011 г. на каждое кредитное учреждение приходилось около 2,9 филиалов, то в 2023 г. – 0,8, соответственно. В 2019 -2023 гг. темпы убыли кредитных организаций были невысокими, но, по-прежнему, ежегодными. Число филиалов банков уменьшилось за этот период на 78 ед., или на 18,3%. Таким образом, количество кредитных организаций сокращается год от года. При

этом, как правило, снижение их численности происходит не в связи с реорганизацией (путем слияния, присоединения, поглощения), а в результате отзыва лицензии Центральным банком из-за ужесточения его регулятивной политики. Банк России считает интенсивное уменьшение количества действующих кредитных учреждений неизбежной мерой оздоровления банковского сектора.

Банковская система РФ характеризуется значительными территориальными диспропорциями, которые приводят к существенным различиям в обеспеченности банковскими ресурсами функционирующих в регионах экономических субъектов. Анализ географического размещения кредитных организаций по территории России показывает тенденцию их высокой концентрации в столичном регионе. Максимизация численности кредитных организаций в Центральном федеральном округе и усугубление этой тенденции объясняется расположением на его территории столицы – г. Москвы, где размещается большая часть субъектов банковского сектора Российской Федерации. Статус Москвы как финансового центра вызывает концентрацию банковских организаций и финансовых потоков, что негативно отражается на экономическом развитии прочих территорий.

Таблица 2 – Распределение кредитных организаций РФ по федеральным округам [3]

Федеральные округа	2011		2019		2020		2021		2022		2023		Изменения за 2011-2023 гг. (+,-)	
	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	в ед.	в уд. весе, %
РФ, в т. ч.:	1012	100	442	100	406	100	370	100	361	100	361	100	-651	х
ЦФО	585	57,8	253	57,2	229	56,4	210	56,8	208	57,6	211	58,4	-374	+0,6
СЗФО	71	7,1	37	8,4	35	8,6	33	8,9	33	9,1	31	8,6	-40	+1,5
ЮФО	47	4,6	24	5,4	21	5,2	18	4,9	17	4,7	17	4,7	-30	+0,1
СКФО	57	5,6	10	2,3	8	2,0	7	1,9	7	1,9	7	1,9	-50	-3,7
ПФО	118	11,7	57	12,9	55	13,5	46	12,4	43	11,9	43	11,9	-75	+0,2
УФО	51	5,0	23	5,2	23	5,7	22	5,9	20	5,5	20	5,6	-31	+0,6
СФО	56	5,5	23	5,2	20	4,9	19	5,1	19	5,3	19	5,3	-37	-0,2
ДФО	27	2,7	15	3,4	15	3,7	15	4,1	14	4,0	13	3,6	-14	+0,9

Сведения о динамике изменения количества действующих кредитных организаций в территориальном разрезе в период с 2011 по 2023 гг. приведены в таблице 2. Более половины банковских организаций приходится на Центральный федеральный округ (до 58,4% в 2023 г.). На втором месте – Приволжский федеральный округ (около 12%). Тройку лидеров замыкает Сибирский федеральный округ – около 9%. Приблизительно равное количество кредитных организаций находится в Южном, Уральском и Сибирском федеральных округах (около 5% в каждом макрорегионе). До 4% общего числа банков размещено в Дальневосточном феде-

ральном округе (с небольшой тенденцией роста). Менее 2% кредитных организаций расположено в Северо – Кавказском федеральном округе (их доля сократилась с 2011 г. почти в 3 раза – с 5,6 до 1,9% в общем итоге. «Сложившаяся на настоящий момент территориальная структура российской банковской системы пока далека от оптимальной, она явно не способствует развитию национальной экономики в целом и в частности сглаживанию ее региональных диспропорций, в том числе устойчивого развития корпораций в новых, информационно открытых формах взаимодействия в сфере производства, торговли, финансирования, управления социальными программами, а ведь именно информационная открытость стала важнейшим фактором развития этих отраслей» [4, с.8].

Таблица 3 – Финансовые результаты деятельности кредитных организаций РФ [3]

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023	Изменения за 2018 - 2023 гг. (+,-)
1.Общий объем прибыли (+) / убытков (-), полученных действующими кредитными организациями, млрд. руб.	1715,1	1608,1	2362,9	203,2	3191,9	+1476,8
1.1. Объем прибыли (+) действующих кредитных организаций, имевших прибыль, млрд. руб.	+ 1869,6	+ 1641,4	+ 2404,1	+ 1241,8	+ 3238,4	1368,8
1.2. Объем убытков (-) действующих кредитных организаций, имевших убытки, млрд. руб.	- 154,5	- 33,3	- 41,3	-1038,6	- 46,5	-108,0
2.Удельный вес действующих кредитных организаций, имевших прибыль, %	83,0	79,1	83,4	82,5	87,0	+ 4,0
3.Удельный вес действующих кредитных организаций, имевших убытки, %	17,0	20,9	16,6	17,5	13,0	- 4,0

Ухудшение экономической ситуации зеркально отражается на финансовых результатах деятельности банковского сектора. Введение в 2020 г. ограничений в связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19, начало специальной военной операции (СВО) России на Украине в 2022 г. негативно повлияли на эффективность деятельности кредитных организаций. Ковидный и санкционный (из-за массового потока анти-российских санкций со стороны недружественных стран) шоки оказали беспрецедентное давление на банковский сектор.

Изучение финансовой результативности деятельности кредитных организаций проведен по данным статистического бюллетеня Банка России. Воздействие ковидного кризиса послужило причиной снижения прибыли в 2020 г. относительно предыдущего года на 228,2 млрд. руб., или на 12,2%.

Ужесточение санкционной войны в 2022 г. послужило одной из причин увеличения суммы совокупного убытка банковских организаций до 1038,6 млрд. руб. Положительной динамикой характеризуется рост доли прибыльных кредитных организаций с 83 до 87% и снижение доли убыточных – с 17% до 13%. В целом, сальдированный финансовый результат деятельности кредитных организаций претерпел следующие изменения за период с 2019 по 2023 гг. Так, в 2020 г. сумма снизилась на 6,2% по сравнению с 2019 г. В 2021 г. сумма увеличилась на 46,9%. В 2022 г. сумма снова снизилась на 91,4%. В 2023 г. сумма вновь повысилась, но уже в 15,7 раз относительно 2022 г. Следовательно, за пять лет величина сальдированного финансового результата возросла почти вдвое – с 1715,1 млрд. руб. до 3191,1 млрд. руб., то есть, на 86,1% (табл.3).

Таким образом, вопреки пессимистическим прогнозам банковский сектор России сохранил системную устойчивость. Дифференцированное регулирование банковской деятельности призвано обеспечить высокую устойчивость российской банковской системы через создание справедливых условий функционирования кредитных организаций.

«Банковский сектор в последние годы стремится к наибольшей прозрачности и открытости перед клиентами. Осуществляется внедрение передовых бизнес - моделей, новых банковских технологий (системы денежных переводов, клиент-банк, кредитные и дебетовые карты и т.д.), различных видов кредитования (ипотечное, потребительское и др.). Развитие банковского сектора должно основываться не только на создании оптимальных условий, но и мониторинге развития с учетом современных реалий с возможностью построения адекватной модели его функционирования и интеграции в мировую банковскую систему» [5, с.96].

Для укрепления роли банковского сектора в экономике страны можно рекомендовать реализацию ряда следующих мероприятий: совершенствование банковского законодательства; повышение финансовой грамотности населения; обеспечение открытости и прозрачности деятельности кредитных организаций; повышение эффективности банковского регулирования и банковского надзора; предотвращение использования кредитных организаций в недобросовестной коммерческой деятельности и пр.

Список литературы:

1. Ибрагимов, К. Х. Российская банковская система: ретроспектива развития и современные тенденции / К. Х. Ибрагимов, М. Р.Таштамиров, Х. Ж. Мусханова // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т. 13. – № 6. – URL: [https://esj .today/PDF/40ECVN621.pdf](https://esj.today/PDF/40ECVN621.pdf).
2. Рукавишников, Д. С. Прогноз динамики численности российских банков до 2025 г. / Д. С. Рукавишников // Управленческое консультирование. – 2018. – № 8. – С.129-136. – DOI 10.22394/1726-1139-2018-8-129-136.

3. Количественные характеристики банковского сектора Российской Федерации. – URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/lic/.

4. Ващекина, И. В. Структурные особенности банковской системы российской федерации и динамика основных показателей ее функционирования / И. В. Ващекина, А. Н. Ващекин // Научное обозрение. Экономические науки. – 2019. – № 1. – С. 5-10. – URL: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=988> (дата обращения: 05.10.2024).

5. Ермоленко, О. М. Современные реалии развития банковского сектора: вектор дальнейшего развития / О. М.Ермоленко // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 34 (2). – С.93 – 97.

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»,
г. Черкесск

Аджикова Алтынай Султахановна, к.э.н., доцент
ордена Трудового Красного Знамени ФГБОУ «Московский технический университет связи и информатики», г. Москва

Школьниковна Нина Николаевна, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»,
г. Черкесск

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Уровень конкурентоспособности вуза – основа его позиционирования в образовательном пространстве. Конкурентоспособность образовательной организации характеризуется способностью реализации образовательных программ в соответствии с требованиями российского и мирового рынков образовательных услуг.

«Проникновение конкуренции в образовательную сферу, внедрение новых механизмов финансирования и необходимость борьбы за ограниченные ресурсы, постоянная изменчивость экономической ситуации требуют иного подхода в определении целей профессиональных образовательных организаций, в том числе в развитии конкурентоспособности» [1, с.94].

Среди факторов, определяющих конкурентоспособность образовательной организации, выделяются факторы внешней и внутренней среды. В числе объективных (внешних) факторов можно назвать численность населения территориального образования, отраслевая структура экономики и востребованность квалифицированных кадров на рынке труда, уровень доходов граждан и т.д. Субъективными факторами, характеризующими

ми эффективность менеджмента конкретной образовательной организации, являются: качество предоставления образовательных услуг, разработка и внедрение инновационных методов обучения, эффективность научной деятельности, степень квалификации профессорско – преподавательского состава и пр.

«Постоянное изучение/мониторинг факторов, влияющих на конкурентоспособность образовательной организации, является важным составляющим компонентом повышения ее конкурентоспособности, что определяет необходимость дальнейших исследований и разработок в этой сфере» [2, с.109].

Управление конкурентоспособностью вуза – сложный многоаспектный процесс формирования и усиления имеющихся конкурентных преимуществ. Повышение уровня конкурентоспособности образовательной организации способствует увеличению численности обучающихся (студентов и слушателей программ дополнительного профессионального образования), увеличению объема образовательных услуг и, как результат, росту популярности вуза на рынке образовательных услуг. «Наличие конкуренции выдвигает на первое место формирование конкурентных преимуществ, отраженных в концепции, или стратегии, управления конкурентоспособностью вуза и выступающих основными факторами конкурентной борьбы» [3, с.50].

«Таким образом, конкурентоспособность образовательной организации зависит от ее способности удовлетворять требования основных участников образовательного процесса и заинтересованных сторон (потребителей услуги), готовить профессионалов, обладающих востребованными компетенциями (в соответствии с требованиями работодателей и в целом рынка труда в современных условиях), и предоставлять качественное образование» [1, с.115].

При оценке конкурентоспособности исследуемых объектов целесообразно применять рейтинговую методику сравнительного анализа.

С 2021 г. был разработан локальный рейтинг вузов России, главная задача которого — определить региональных лидеров. Локальные рейтинги считаются самым масштабным исследованием по количеству оцененных российских университетов. Проект входит в линейку рейтингов «Три миссии университета», которые формирует Ассоциация составителей рейтингов и рейтинговое агентство RAEX при поддержке Российского Союза ректоров и информационном содействии Минобрнауки России. При этом из числа фигурантов локальных рейтингов исключены национальные лидеры — вузы, вошедшие в московский международный рейтинг «Три миссии университета» или рейтинг лучших российских вузов RAEX–100.

Выпуск пилотной версии локальных рейтингов вызвал большой интерес в научной среде. Это первые рейтинги, в которых были обнулены показатели международной интеграции (иностранные студенты, програм-

мы двух дипломов) и сведены к минимуму библиометрические критерии зарубежных баз данных (публикации и их цитирование). Методика локальных рейтингов заметно отличается от подходов к составлению глобальных и общероссийских списков. Так, локальные рейтинги опираются исключительно на объективные данные из независимых источников: не применялись анкетирование вузов и онлайн-опросы экспертов (в рейтинге RAEX-100 они используются). Еще одно отличие – перечень критериев: в локальных рейтингах особое внимание уделено показателям, характеризующим условия для подготовки качественных кадров и региональную значимость вуза.

В 2013 г. первоначальный вариант методики локальных рейтингов высших учебных заведений претерпел изменения. Новые реалии потребовали усиления воздействия регионального компонента на фоне активизации импортозамещения. В частности, были добавлены критерии, актуализирующие региональные факторы развития. Одновременно было снижено влияние зарубежных источников данных (например, базы Web of Science) при расчете рейтингового ранга. Модернизированная редакция критериев повысила взаимосвязь исследуемого вуза и места (региона) его расположения. Так, оценка финансирования теперь измеряется с поправкой на уровень средней зарплаты по региону. В системе показателей появился критерий «Объем средств организаций предпринимательского сектора экономики, привлеченных на научные исследования и разработки, на 1-го научно-педагогического работника».

Ранжирование проводится на основании трех групп оценочных критериев деятельности образовательных организаций с предварительным установлением весовых соотношений: «Образование» - 45%, «Наука» - 25%, «Общество» – 30%.

В разделе «Образование» дается экспертная оценка качества подготовки студентов, степени обеспеченности вуза кадрами, востребованности магистратуры, количества предлагаемых образовательных программ, олимпиадной активности, удельного финансирования и пр. Индикаторы раздела «Наука» характеризуют объем денежного фонда, направляемого на научные исследования; уровень подготовки преподавательского состава с учетом количества защищенных диссертаций на звание кандидата и доктора наук. Здесь также дается оценка публикационной деятельности вуза, в том числе с учетом цитируемости в соответствующих наукометрических базах данных. Индикаторы раздела «Общество» показывают роль вуза в подготовке специалистов для региона; удельный вес студентов, приехавших на обучение из других регионов; удельный вес внебюджетного финансирования; удельные доходы от реализации дополнительных профессиональных программ; спортивные достижения; частота упоминаний вуза в СМИ и пр.

В таблице 1 дана сравнительная оценка конкурентоспособности региональных образовательных учреждений Северо – Кавказского федерального округа по результатам локального рейтинга вузов за 2023 и 2024 гг. В рейтинге за 2023 г. представлены 22 вуза, а в 2024 г. – 25 вузов. В рейтинг вошли образовательные организации Республики Дагестан – 9 ед., Республики Северная Осетия – Алания – 5 ед., Ставропольского края – 4 ед., Чеченской Республики – 3 ед., Карачаево – Черкесской Республики – 2 ед., Кабардино – Балкарской Республики – 1 ед., Республики Ингушетия – 1 ед. Прежде всего следует отметить доминирование медицинских вузов в первой «пятерке» рейтинга (3 из 5). Данная тенденция наблюдается и в других федеральных округах Российской Федерации.

В 2024 г. лидер сменился (2023 г. – Северо-Осетинская государственная медицинская академия Минздрава России, 2024 г. - Ставропольский государственный медицинский университет Минздрава России). Упрочил свои конкурентные позиции Чеченский гос. университет им. А. А. Кадырова (2023 г. – 4 -е место, в 2024 г. – 3-е место).

Таблица 1 – Локальный рейтинг вузов Северо-Кавказского федерального округа (2024 г.) [4]

Рейтинг		Название	Регион	Образование (ранг)	Наука (ранг)	Общество (ранг)
2023	2024			2023 / 2024	2023 / 2024	2023 / 2024
3.	1. ↑	Ставропольский гос. медицинский университет Минздрава России	Ставропольский край	4 / 2	8 / 5	1 / 2
2.	2.	Дагестанский гос. университет	Республика Дагестан	3 / 8	1 / 1	12 / 5
4.	3. ↑	Чеченский гос. университет им. А. А. Кадырова	Чеченская Республика	11 / 12	2 / 2	2 / 1
1.	4. ↓	Северо-Осетинская гос. медицинская академия Минздрава России	PCOA	1 / 1	13 / 16	3 / 6
5.	5.	Дагестанский гос. медицинский университет Минздрава России	Республика Дагестан	2 / 3	11 / 11	6 / 7
6.	6.	Северо-Осетинский гос. университет им. К.Л. Хетагурова	PCOA	5 / 6	7 / 7	5 / 3
11.	7. ↑	Ессентукский институт управления, бизнеса и права	Ставропольский край	8 / 4	15 / 10	18 / 17
7.	8. ↓	Дагестанский гос. технический университет	Республика Дагестан	6 / 10	4 / 6	8 / 11
9.	9.	Грозненский гос. нефтяной технический университет им. М.Д. Миллионщикова	Чеченская Республика	12 / 17	10 / 3	14 / 12
8.	10. ↓	Горский гос. аграрный университет	PCOA	18 / 11	3 / 8	17 / 19
13.	11. ↑	Северо-Кавказская гос. академия	КЧР	7 / 9	20 / 22	13 / 10
15.	12. ↑	Владикавказский институт управления	PCOA	10 / 7	19 / 20	11 / 15
20.	13. ↑	Дагестанский гос. университет народного хозяйства	Республика Дагестан	21 / 23	18 / 18	4 / 4
10.	14. ↓	Ставропольский гос. педагогический институт	Ставропольский край	15 / 21	12 / 13	9 / 8

			край			
19.	15. ↑	Северо-Кавказский горно-металл. институт	РСОА	13 / 14	16 / 14	16 / 18
14.	16. ↓	Кабардино-Балкарский гос. аграрный университет им. В.М. Кокова	КБР	16 / 18	6 / 4	22 / 23
12.	17. ↓	Карачаево-Черкесский гос. университет им. У.Д. Алиева	КЧР	17 / 19	14 / 17	7 / 9
16.	18. ↓	Северо-Кавказский социальный институт	Ставропольский край	14 / 15	9 / 15	21 / 20
17.	-	Дагестанский гос. аграрный университет им. М.М. Джамбулатова	Республика Дагестан	20 / -	5 / -	20 / -
-	19.	Институт мировой экономики	Республика Дагестан	- / 22	- / 9	- / 21
-	20.	Дагестанский медицинский стоматологический институт	Республика Дагестан	- / 5	- / 24	- / 25
21.	21.	Дагестанский гос. педагогический университет им. Р. Гамзатова	Республика Дагестан	19 / 13	21 / 21	19 / 16
18.	22. ↓	Ингушский гос. университет	Республика Ингушетия	9 / 16	21 / 23	10 / 13
22.	23. ↓	Чеченский гос. педагогический университет	Чеченская Республика	22 / 24	17 / 12	15 / 14
-	24.	Социально-педагогический институт	Республика Дагестан	- / 20	- / 19	- / 22
-	25.	Институт финансов и права	Республика Дагестан	- / 25	- / 25	- / 24

В целом, можно констатировать высокую подвижность рейтинга. Отдельные вузы за год поднялись на 7 пунктов (Дагестанский гос. университет народного хозяйства), 4 пункта (Ессентукский институт управления, бизнеса и права, Северо-Кавказский горно-металлургический институт). Лидер локального рейтинга вузов 2024 года по СКФО в разрезе критериальных групп имеет ранги в пределах 5-й позиции: «Образование» – 2, «Наука» – 5, «Общество» – 2, что позволило Ставропольскому государственному медицинскому университету Минздрава России возглавить локальный рейтинг в 2024 года.

Экспертная оценка на основе локального рейтинга вузов позволяет проводить мониторинг основных сравнительных показателей деятельности образовательных организаций и разрабатывать мероприятия по повышению эффективности использования конкурентных преимуществ.

«Способность образовательной организации осуществлять качественную подготовку квалифицированных конкурентоспособных специалистов, востребованных на рынке труда, и определяет ее конкурентоспособность» [1, с.115].

Главными условиями обеспечения высокого уровня конкурентоспособности образовательной организации на современном этапе являются: повышение качества подготовки специалистов; стабильность финансово-экономического положения; разработка гибкой ценовой политики; достижение приемлемого уровня материально-технического оснащения; использование инновационных образовательных программ; рост качества труда профессорско-преподавательского персонала; организация трудоустрой-

ства выпускников; рост эффективности научной деятельности; активизация рекламной деятельности; формирование положительного имиджа учебного заведения.

Список литературы:

1. Вертиль, В. В. Концептуальная модель управления развитием конкурентоспособности профессиональной образовательной организации / В. В. Вертиль // Профессиональное образование и рынок труда. – 2020. – № 2. – С. 90-96. – Р01 10.24411/2307-4264-2020-10231.

2. Надточий, Ю. Б. Факторы, влияющие на конкурентоспособность образовательной организации / Ю. Б. Надточий // Современная конкуренция. – 2021. – Т. 15. – № 4. – С. 109-117. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4109-117.

3. Пирогова, Е. В. О концепции управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения / Е. В. Пирогова // Вестник университета. – 2023. – №1(1). – С.48-55. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-1-48-55>.

4. Локальные рейтинги вузов России https://raexrr.com/education/local_university_rating/local_university_rating_DVFO/2024/analytics/local_rankings_analytics_2024/.

Карлышев Александр Евгеньевич, студент гр. МУб-211, IV курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна,
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

МОНОПОЛИЯ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ИНТЕРНЕТ УСЛУГ В РОССИИ

Монополия – это процесс, при котором одна организация по оказанию каких-либо услуг или продаже какого-либо товара не имеет конкуренции на рынке. Организация может влиять на рынок в сфере своей деятельности так, как ей удобно без препятствий, так как конкуренты, которые могли бы повлиять на рынок своими предложениями, отсутствуют. Исключениями из этого правила могут считаться государственные предприятия, так как они не заинтересованы в прибыли. Понятие «монополия», строго говоря, не относится к числу наиболее употребительных в рассматриваемой сфере законодательства; максимальная практическая нагрузка ложится на другие термины, в частности, «монополистический» и «антимонопольный». Вместе с тем именно термин «монополия» является для

них корневым и определяет значение всех производных от него понятий . Понятие «монополия» имеет двойственный смысл:

- под монополией понимается предприятие, которое занимает ведущее положение в определенной отрасли;
- под монополией понимается положение фирмы на рынке, позволяющее ей контролировать последний и устанавливать монопольную цену[1].

Примерами монополии в современной России можно назвать компанию РЖД, которая не является государственной организацией, но при этом является единственным перевозчиком и по сути владельцем железнодорожного полотна в России.

В интернет-пространстве происходят примерно такие же процессы, что и в реальном мире. Например компания Microsoft Corporation, которая является фактически монополистом в сфере операционных систем. Или компания Google, которую признали монополистом в сфере продажи и оказания услуг через приложения Google Play. Так как Google навязывала комиссию в 30% на все платные приложения внутри своего интернет магазина, а так же не давала молодым разработчикам выпускать свои приложения на других площадках кроме Google Play. Таким образом другие площадки не могли получить нужную прибыль, а молодые разработчики нужного внимания к их проектам, которое они могли бы получить благодаря популярной платформе Google Play Store [4].

В России же получается ситуация, что конкурентов для «ИТ-гигантов» убирает само государство создавая таким образом искусственную монополию для некоторых популярных компаний, таким как VK Company Limited и Яндекс.

VK Company Limited является владельцем самой популярной социальной сети в России VK или же ВКонтакте. Компания собрала такие сервисы по оказанию услуг как: VK Новости , VK Звонки, VK Музыка, VK Видео, VK Игры, VK Live , Snapster , Реклама ВКонтакте , ну и сама социальная сеть ВКонтакте.

Если смотреть на данные сервисы, то можно заметить, что каждый из этих сервисов повторяет одну из популярных платформ: VK Музыка – Spotify , VK Видео – YouTube , VK Live – Instagram , VK Игры – Steam и тд.

С одной стороны, у Западных платформ появился неплохой конкурент, который может соперничать на рынке оказания развлекательных услуг. Но с другой, в России началось ужесточение информационной безопасности, все западные платформы были либо заблокированы Роскомнадзором за нарушение Российского законодательства или же многие компании ушли сами из за недовольства политикой России на мировой арене и в сфере интернет-сети. Таким образом VK Company Limited по факту стала монополистом в сфере оказания развлекательных услуг из-за

отсутствие конкуренции, как со стороны западных платформ, так и отечественных.

С компанией Яндекс происходит подобная точно такая же ситуация, но если компания Яндекс держится только в сфере предоставления информации, то VK использует любую возможность для захвата той или иной сферы интернет развлечений. Таким образом, в августе 2022 года «Сбер» и VK объявили о разделе «O2O холдинга», компания VK получила 100 % акций в Delivery Club который затем передала «Яндексу» в обмен на контентные платформы «Дзен» и «Новости». Таким образом, подключая более возрастную категорию пользователей, избавляясь от единственного конкурента – Яндекса, который решил уйти другую часть рынка.

VK Company Limited остаётся на сегодняшний момент единственной развлекательной платформой, которая не нарушает законов России и способна более или менее заменять ушедшие с Российского рынка платформы, как функционалом, так и технически.

Список литературы:

1. Рыженков, А. Я. Понятие монополии в российском законодательстве и правовой доктрине / А. Я. Рыженков // Юстицинформ. – 2017. 11 с.
2. Гарнов, М. Г. Понятие монополии. Виды монополии. Регулирование монополии. / М. Г. Гарнов. // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования: сб. трудов конференции. – 2018. – 92-95 с.
3. Сайт Википедии – официальный сайт. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/VK_\(компания\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/VK_(компания)).
4. Новостной сайт habr.com – официальный сайт. – URL: <https://habr.com/ru/news/848918/>.

Касьянова Ксения Сергеевна, студент гр. ФКмоз-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Шевелева Оксана Борисовна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

РИСКИ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Кемеровское акционерное общество «Азот» входит в число ведущих предприятий химической отрасли России, и специализируется на производстве азотных удобрений и аммиачной селитры сельскохозяйственного и промышленного применения, занимая второе место по производству ка-

пролактами и пятое место по производству азотных удобрений в нашей стране [1].

Предприятие производит и поставляет обширную номенклатуру химической продукции как на мировой, так и на внутренний рынок, основными потребителями которой являются промышленные и сельскохозяйственные предприятия.

На протяжении последних трех лет большая часть выручки сформирована за счет внутреннего рынка. Согласно динамике удельный вес выручки по России в общей сумме выручки по итогу 2021 года составил 59,2%, на конец 2022 года он возрос до 68,5 %, а в конце 2023 года снизился до 61,5%. Остальную часть выручки сформировали зарубежные рынки стран СНГ, Европы, Азии.

Причиной изменений в структуре выручки по рынкам сбыта является современная геополитическая обстановка, которая привела к необходимости поиска направлений минимизации негативных последствий влияния введенных санкций в отношении России. Снижение доли выручки, полученной от экспорта в Швейцарию и Ирландию, а также появление ОАЭ в структуре выручки наглядно это демонстрируют. Политика по расширению рынков сбыта путем сотрудничества со странами СНГ и Северо-Восточной Азии позволила увеличить долю в общей сумме выручки в 2023 году по таким странам как Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Монголия.

Деятельность КАО «Азот» связана с рисками, которые могут существенно повлиять на производственный процесс, а, следовательно, на финансовые результаты. В настоящее время предприятие испытывает влияние определенных факторов, которые могут угрожать достижению стратегических целей.

Существенное влияние на деятельность предприятия оказывают отраслевые риски. В отрасли, где осуществляет свою деятельность КАО «Азот», цена и спрос на продукцию существенно зависят от мирового рынка минеральных удобрений и капролактами. В свою очередь, прибыльность экспорта значительно зависят от затрат на логистику из-за географического местоположения предприятия.

Для предотвращения и минимизации возможных потерь от колебаний рынка необходимо закрепление внутреннего рынка и диверсификация в новые продукты и новые сферы применения. В планах предприятия - расширение сбытовой сети на внутреннем рынке для обеспечения производителей Сибири и Дальнего Востока высококачественной продукцией и развития агропромышленного комплекса страны.

Рост цен на сырье приводит к снижению загрузки производителей и, следовательно, к уменьшению предложения товаров на рынке. Удешевление сырья и появление более дешевого аналога, наоборот, способствуют высвобождению средств для увеличения загрузки или роста инвестиций в

строительство производственных мощностей, и как следствие, приводит к увеличению спроса и снижению цены.

В 2021 году наблюдался беспрецедентный рост цен в Европе на минеральные удобрения. В связи с этим для поддержки сельскохозяйственных производителей Министерством сельского хозяйства совместно с Правительством РФ был разработан ряд мер, направленных на сдерживание цен. Так, с 1 декабря 2021 года были введены квоты на экспорт минеральных удобрений, которые сохранились и в 2022-2023 годах [2].

В начале 2022 года цены на минеральные удобрения оставались на высоком уровне по причине введения ограничений на экспорт многих стран, а также приостановки части производств в Европе из-за высокой стоимости сырья. Но уже к первому полугодю 2022 года из-за сокращения спроса и напряженной геополитической обстановки наблюдалось снижение котировок на удобрения. Данная тенденция продолжилась до конца 2023 года, когда цены достигли уровня середины 2021 года.

Стоит отметить, что в период 2022-2023 годов высокая волатильность цен на капролактамы и сырье для его изготовления приводила к вынужденным остановкам производства для предотвращения убытков. В 2023 году реализация капролактама попала под европейские санкции, что повлияло на экспортную схему реализации продукции, но существенного влияния на деятельность не оказало.

С 1 октября 2023 года Постановлением Правительства №1538 установлена вывозная пошлина в размере 4% от таможенной стоимости товара. Введение пошлин влечет риск убыточности производства и невозможности его модернизации. В связи с этим КАО «Азот» обратилось в Минфин России с просьбой исключить капролактамы из перечня продуктов из Постановления №1538 [3].

Также следует учитывать существенное влияние на производственный процесс региональных рисков. В связи с ожидаемым вводом новых мощностей по производству аммиака в РФ, а также ростом конкуренции существует риск снижения рентабельности аммиака и производных продуктов.

Продажа аммиака приоритетом для предприятия не является в связи с географическими и техническими особенностями производства, поэтому наращивание его объемов связано с дальнейшим переделом: налажено производство нового продукта КАС, увеличено производство аммиачной селитры.

Также существует риск снижения стоимости аммиачной селитры из-за роста поставок пористой селитры конкурентами на рынок Сибири и Дальнего Востока. В связи с этим наиболее приоритетным направлением для экспорта пористой селитры является Монголия.

Неотъемлемыми рисками для деятельности предприятия выступают финансовые риски. Постоянный рост процентных ставок по кредитам –

очень важный и актуальный вопрос, поскольку увеличение ключевой ставки на фоне роста инфляции, безусловно, отражается на стоимости кредитных ресурсов. Для минимизации данного риска КАО «Азот» использует инструменты хеджирования ключевой ставки ЦБ РФ, а также пользуется мерами государственной поддержки по субсидированию процентной ставки.

Существенными для финансирования текущей операционной, инвестиционной и финансовой деятельности являются риски ликвидности. Внеплановые остановки повлекут за собой невыполнение планов отгрузки и отсутствие поступления денежных средств на счета, и тем самым, спровоцируют сбой в производственном процессе, что негативным образом отразится на финансовом состоянии предприятия.

В связи с этим приоритетным направлением развития КАО «Азот» является повышение надежности работы оборудования. Для повышения оперативности управления и обеспечения безопасности технологического производства внедряются автоматизированные системы управления, которые осуществляют непрерывный контроль за всей системой производства в режиме реального времени.

Кредитные риски для предприятия оцениваются как незначительные. Завод работает стабильно, с полной загрузкой производственных мощностей, что обеспечивает достаточную величину денежных потоков для погашения обязательств в срок и в полном объеме. Вероятность несвоевременной оплаты минимальна.

Колоссальное значение для деятельности предприятия имеют геополитические риски. Последствиями возросшей в феврале 2022 года геополитической напряженности стало существенное колебание валютных курсов, снижение стоимости российских активов на финансовых рынках, а также наложение санкций со стороны недружественных государств на физических и юридических лиц. В связи с тем, что существенная часть продукции реализуется на экспорт, у КАО «Азот» возникают новые риски. Из-за санкций к российским грузам реализация продукции происходит с дисконтом к мировым котировкам.

Кроме того, возникают логистические проблемы, такие как прекращение сотрудничества ряда логистических компаний с компаниями РФ, запрет на перевалку грузов в портах Прибалтики. Поиск решений данных проблем ведет к повышению расходов на логистику и увеличению сроков доставки продукции.

Анализ и управление рисками обеспечивают устойчивое развитие бизнеса. На своевременное выявление всех потенциальных угроз направлена система корпоративного управления, которая применяет меры по управлению рисками и минимизации их негативных последствий.

Список литературы:

1. О компании [Электронный ресурс] // Официальный сайт КАО «Азот». – Режим доступа: <https://www.kem-azot.ru> (дата обращения: 08.10.2024).
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.11.2021 г. № 1910 [Электронный ресурс] // Правительство России: Документы. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/137304/> (дата обращения: 08.10.2024).
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.09.2020 г. № 1538 [Электронный ресурс] // Правительство России: Документы. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/130022/> (дата обращения: 08.10.2024).

Князев Данила Дмитриевич, студент гр. БЭс-201, V курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Мищенко Владимир Владимирович
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПРИЧИНЫ РОСТА ЦЕН НА БЕНЗИН

Согласно данным аналитического центра при правительстве Российской Федерации розничная цена на бензин складывается из налогов, затрат на производство и продажу. Отразим это в следующей схеме 1:

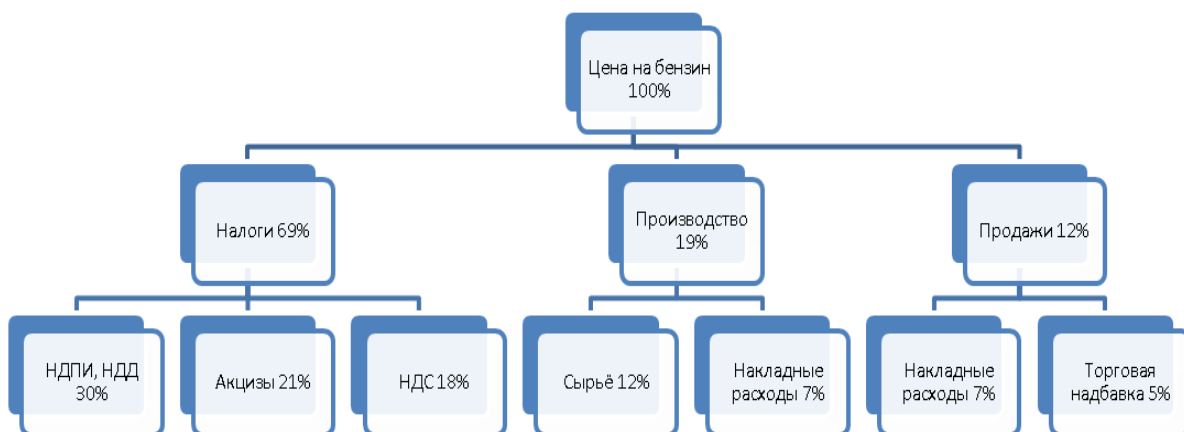


Схема 1 – Формирование розничной цены на бензин

Исходя из средней стоимости бензина около 60 руб. за литр и цены производства в 19%, можно сделать вывод, что его себестоимость составляет 11,4 руб. за литр. То есть маржа составляет 48,6 руб., что превышает затраты на производство более чем в 5 раз.

Одной из причин роста нефтегазовых доходов является конструкция налога на добычу полезных ископаемых в части, касающейся нефти. Её особенностью является зависимость налога не только от количества добытой нефти, которое является налоговой базой, но и курса доллара по отношению к рублю. Так, например, за период 2002 г. – 2020 налоговая ставка возросла с 340 руб./т до 919 руб./т [4], то есть в 2,7 раза. Однако за счет введения в расчет налога корректирующего коэффициента, учитывающего курс доллара, налоговая ставка возросла с 665,9 руб./т до 8 661,8 руб./т, то есть в 13 раз.

С 2015 г. в России начался «налоговый маневр». Его целью являлось снижение зависимости государственного бюджета от цен на нефть и ее производных (бензин, дизельное топливо и т.д.). Однако достижение этой цели оказалось весьма проблематичным. Так, например, в 2024 г. нефтегазовые доходы государственного бюджета составили 11 504,3 млрд. руб. В процентном отношении доля этих нефтегазовых доходов составила более 30%.

Основной целью налогового маневра является сосредоточение изъятия природной ренты по углеводородному сырью в НДС за счет сокращения, а в конечном итоге – полного прекращения выполнения той же самой функции экспортными пошлинами. Предполагается возместить выпадающие доходы за счет повышения налога на добычу полезных ископаемых (НДС) в части, касающейся нефти (Доля налогов и сборов в розничной цене бензина в России составляет от 60% до 69%, наибольшая часть из которых уходит на налог по добыче полезных ископаемых) [2]. Согласно идее налогового маневра, необходимо сократить экспортные пошлины.

С 1 января 2024 года базовая величина для расчета ставки вывозной таможенной пошлины на товары, произведенные из нефти, соответствует 0. Это означает, что вывозная таможенная пошлина на такие товары не будет взиматься при их вывозе в рамках соглашений, регулирующих отношения в сфере поставок нефти и нефтепродуктов, в объемах, указанных в установленных индикативных балансах.

Можно утверждать, что «налоговый маневр» был реализован успешно. Однако отмена экспортной пошлины создает барьер, который защищает экономические интересы внутреннего рынка, учитывая его слабую защищенность. Применение экспортной пошлины возможно лишь в тех случаях, когда внешняя цена на нефть значительно превышает внутренние цены. Сближение этих цен делает невозможным использование экспортной пошлины как средства защиты и источника пополнения бюджета Российской Федерации.

Государство контролирует цены на топливо. В случае резкого увеличения цен на бензин власти, повышают вывозные пошлины на нефть или договариваются с нефтяными компаниями о снижении цен. Однако после топливного кризиса 2018 г., когда стоимость бензина за месяц возросла на

5,5%, регулирование стало более системным: был введен так называемый демпферный механизм.

Суть этого механизма заключается в том, что нефтяники продают бензин за границей по ценам, установленным на бирже, а в России — по ценам, согласованным с правительством. Когда цена на нефть растет и производителям становится невыгодно работать на внутреннем рынке, бюджет компенсирует нефтяникам утраченные доходы. В случае, если цены в России высокие, нефтяные компании, наоборот, обязаны уплачивать дополнительные налоги.

Однако следует отметить следующее. Все налоги, которые добытчики нефти и ее переработчики уплачивают государству, в конечном итоге перекладываются на потребителей нефтепродуктов. В частности, это относится к акцизам на бензин и дизельное топливо. За период 2011 г. – 2020 г. эти акцизы возросли более, чем в 2,44 и 3,93 раза соответственно [4].

Говоря иными словами, государство стремится увеличить налог на добычу полезных ископаемых, устанавливая такие цены на бензин, чтобы компенсировать расходы федерального бюджета. Дозволяя при этом частным предпринимателям экспортировать нефть в другие страны с целью получения наибольшей прибыли в зависимости от условий внешнего рынка. Такая политика основана на стремлении обеспечить недостаток государственного бюджета за счёт граждан, а не экспорта сырья.

Политика, направленная на увеличение налогового бремени на внутреннем рынке, несет ряд негативных последствий, она может привести к:

- снижению конкурентоспособности российской экономики - рост цен на бензин и энергоресурсы в целом делает российские товары менее привлекательными на международных рынках, особенно в сравнении с продукцией стран с более доступными энергетическими ресурсами.

- росту социальной напряженности - повышение цен на бензин и товары первой необходимости может привести к недовольству населения.

- замедлению темпов экономического развития - снижение конкурентоспособности малых предприятий в связи с неспособностью покрывать транспортные расходы, что приведёт к снижению темпов экономического роста.

К сожалению, большая часть транспорта в современной России работает на нефтяных продуктах, а, следовательно, увеличение цен на бензин на прямую влияет на грузоперевозки усложняя логистику предприятий. Так повышая цены на один ресурс можно увеличить стоимость каждого товара на рынке.

Список литературы:

1. Бюджет для граждан 2024–2026 к проекту федерального закона о федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 го-

дов [Электронный ресурс] // URL: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2023/10/main/0749_Budget_2024-2026_corr.pdf.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2024). [Электронный ресурс] // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.

3. В чём суть налогового манёвра в нефтяной отрасли? // URL: https://aif.ru/travel/eksperty_vyuasnil_kuda_v_yanvare_chashche_letali_rossiyane_iz_moskvy.

4. Мищенко, В.В. Налоговый маневр в налогообложении углеводородов: цель и проблемы ее достижения// журнал Управленческий учет 2021 г., №2-2, ч.2, С.216-224 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44888025>.

5. Крупнейшие инвестиционные проекты в нефтегазовой промышленности России [Электронный ресурс] // URL: <https://infoline.spb.ru/upload/iblock/68a/68a2793f2676938c2742f4607cf9e4ca.pdf>.

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]// URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

Коновалова Мария Евгеньевна, д.э.н., профессор
Директор института национальной и мировой экономики
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

ЦИФРОВЫЕ БИРЖИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ТРЕНД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ

Цифровизация стремительно меняет мир, и биржевая торговля не исключение. Цифровые биржи, основанные на блокчейне и других передовых технологиях, становятся ключевым трендом, предлагая новые возможности и преимущества.

Основываясь на данных исследования крупной аудиторской компании «EY», необходимо отметить, что Россия является одним из мировых лидеров по проникновению услуг финтех с уровнем 82%, что значительно превышает общемировой показатель (средний уровень распространения – 64%). Опережают Россию только Китай и Индия (по 87%).

Масштаб качественных и количественных изменений на финансовом рынке в последние годы позволяет говорить о революционных изменениях в экономике и финансах. Новые технологии порождают развитие новых

бизнес-моделей. На финансовом рынке это финтех-компании (финтех-проекты, финтех-стартапы и другие). Большинство из этих понятий являются по своей сути синонимами, но в общей совокупности являются базисом для формирования финтех-индустрии, которая, в свою очередь, оказывает существенное влияние на традиционных участников в рамках финансового рынка. В мировом сообществе существуют точки зрения, которые говорят о том, что либо традиционные участники рынка исчезнут в целом, либо они интегрируются в новые бизнес-модели.

Так, в марте 2023 года было заявлено о создании Банком России репозитория ИТ-решений для финансовой отрасли, а в мае этого же года аналитики Smart Ranking опубликовали исследование российского рынка платежных стикеров, представляющих собой наклейку со встроенным в нее NFC-чипом и работают как обычные дебетовые банковские карты.

Финтех-решения оказывают трансформационное воздействие на финансовую индустрию, стимулируя фундаментальные сдвиги в операционных процессах, моделях предоставления услуг и отношениях с клиентами.

Внедрение искусственного интеллекта и алгоритмического анализа данных революционизирует такие сферы, как оценка кредитоспособности и управление рисками. Автоматизация этих процессов не только повышает эффективность и скорость принятия решений, но и способствует объективизации оценки, снижая влияние человеческого фактора.

Более того, финтех-решения способствуют демократизации доступа к финансовым услугам. Мобильные приложения и онлайн-платформы делают инвестиции, кредитование, страхование и другие финансовые инструменты доступными для более широкой аудитории, включая тех, кто ранее не имел доступа к традиционной банковской и финансовой системам.

Децентрализация, являющаяся одним из ключевых преимуществ финтех-решений, способствует снижению барьеров для входа и на рынок ценных бумаг, стимулирует конкуренцию и способствует развитию инноваций. В результате клиенты получают доступ к более широкому спектру услуг по более выгодным ценам.

Если обратиться к статистическим данным мировых рынков, то по данным Vantage Market Research, глобальная стоимость финтех-индустрии в 2022 г. составила 3336 млн долларов, по предварительным данным, доход от финтех в 2023 г. составил 4743 млн долларов, а к 2027 г. мировой рынок финтеха достигнет 9245 млн долларов.

Однако внедрение финтех-решений сопряжено с необходимостью решения вопросов кибербезопасности, защиты данных и нормативно-правового регулирования. Все это требует комплексного подхода к регулированию и дальнейшему изучению. Тем не менее, финтех уже активно меняет ландшафт финансовой индустрии и долгосрочные последствия этих перемен будут оказывать значительное влияние на глобальную эко-

номику.

Обращаясь к статистике блокчейна финансовых технологий, отметим, что рынок блокчейна финтеха в 2023 г. оценивался в 3,17 млрд долларов. Согласно прогнозам, к 2028 г. рынок может достичь 21,67 млрд долларов при среднегодовом темпе роста в 46,92%.

На долю США приходится более 54% мирового рынка блокчейна финансовых технологий. Специалисты прогнозируют, что в будущем на США и Китай вместе будет приходиться 75% патентных заявок на блокчейн финтеха, т.е. большая часть рынка.

Отметим также, что глобальные инвестиции, нацеленные на блокчейн и криптовалютные предприятия, достигли в 2023 г. 1,2 млрд долларов. Ожидается, что глобальные расходы на решения, связанные с блокчейном, в 2024 г. составят 19 млрд долларов. При этом, согласно практическим исследованиям, 50% затрат сектора финансовых технологий можно сократить, внедрив блокчейн.

В 2023 г. сегмент искусственного интеллекта доминировал на рынке финансовых технологий, на его долю приходилось 77,5% мирового дохода. Его стоимость составила 42,83 млрд долларов. По прогнозам, рынок достигнет 49,43 млрд долларов к концу 2028 г., увеличившись в среднем на 2,91% в период 2023-2028 гг.. Согласно исследованиям, искусственный интеллект может увеличить доходы от финансовых услуг на 34%.

Глобальный рынок финансовых технологий с искусственным интеллектом растет в среднем на 16,5%, а 32% мировых финтех-компаний уже внедрились технологии искусственного интеллекта. Это связано с возросшей зависимостью финтех-компаний от мобильных цифровых устройств, основанных на машинном обучении. В 2023 г. 79% успешного взаимодействия чат-ботов будет происходить через приложения мобильного банкинга.

Ожидается, что в Азиатско-Тихоокеанском регионе будет происходить более быстрый среднегодовой рост индустрии финансовых технологий с искусственным интеллектом.

Необходимо отметить, что искусственный интеллект играет важную роль в защите случаев мошенничества в индустрии финансовых технологий и используется для защиты личной информации потребителей в индустрии финансовых технологий.

Еще одной технологической инновацией, которая создает новые возможности для представления и торговли активами являются цифровые активы с уникальными кодами и информацией – NFT.

Эти токены представляют собой цифровые представления физических или виртуальных товаров, которые могут быть использованы для практически для чего угодно.

Невзаимозаменяемые токены (NFT) существуют уже некоторое время, но до 2021 г. о них знали лишь не многие. Поскольку технология блокчейн активно развивалась в 2021 г., то NFT тоже выросли.

По состоянию на 2023 г. в сфере NFT насчитывалось 13,95 млн пользователей. Согласно прогнозам, мировой рынок NFT достигнет к 2027 г. объема в 3,282 млрд долларов, а количество пользователей составит 19,31 млн человек. Важно отметить, что количество пользователей NFT не совпадает с количеством людей, ими владеющих. У некоторых людей может быть несколько кошельков NFT, а другие могут использовать NFT, не владея ими.

Крупнейшей торговой площадкой NFT является OpenSea – P2P-торговая площадка для невзаимозаменяемых токенов с общим объемом торгов примерно в 14,68 млрд долларов (табл. 1). На OpenSea приходится 90% всего объема торгов NFT.

Таблица 1 – Торговые площадки NFT

Торговая площадка	Средняя цена	Трейдеры	Объем, млрд
OpenSea	\$938.99	1,387	\$14.68
Axie Infinity	\$216.15	1,624	\$3.94
КриптоПанки	\$123,69	5,6	\$2.4
Лучший игрок НБА	\$63.63	492	\$0.78
Волшебный Эдем	\$308.74	304	\$0.62
Solanart	\$1,1	171	\$0.59
Mobox	\$790.81	60	\$0.53
AtomicMarket	\$24.98	895	\$0.32
Редкие	\$990.79	92	\$0.28
SuperRare.co	\$7,94	5	\$0.21

Азиатско-Тихоокеанский регион демонстрирует наибольший интерес к NFT, опережая по этому показателю Европу, Латинскую Америку, Ближний Восток и Северную Африку. Лидерство Китая в данном рейтинге не вызывает удивления, учитывая статус страны как крупнейшего в мире майнера биткоинов. Примечательно, что в первую пятерку также вошли три страны Юго-Восточной Азии, хотя ни одна из них не относится к лидерам по владению криптовалютой. В 2023 г. продажи сегмента NFT составили 140,67 млрд долларов.

Влияние NFT на совершенствование биржевой торговли пока находится на ранней стадии развития, но уже сейчас можно выделить несколько перспективных направлений:

NFT могут быть использованы для представления традиционных активов, таких как акции, облигации, недвижимость и т.д., на блокчейне. Это сделает процесс торговли более эффективным, прозрачным и доступным для широкого круга инвесторов;

NFT позволяют разделить владение активом на доли, что делает инвестирование более доступным для мелких инвесторов. Например, дорогостоящее произведение искусства, превращенное в NFT, можно разделить на тысячи долей, доступных для покупки широкой аудитории;

NFT открывают возможности для создания новых рынков, например, для цифрового искусства, предметов коллекционирования, игровых предметов и т.д. Это приводит к появлению новых инвестиционных инструментов и стратегий.

Однако, NFT несут за собой и риски, которые заключаются в недостаточной регулируемости рынка, высокой волатильности цен, проблемах с ликвидностью, киберугрозах и т.д.

Тем не менее, NFT обладают значительным потенциалом для трансформации биржевой торговли, делая ее более эффективной, доступной и инновационной.

В качестве ключевых преимуществ цифровых бирж можно указать доступность, прозрачность транзакций, безопасность, скорость, эффективность и новые возможности (табл. 2).

Таблица 2 – Преимущества цифровых бирж

Преимущество	Значение
Доступность	Круглосуточный доступ к торговле из любой точки мира с помощью интернета
Прозрачность	Блокчейн обеспечивает прозрачность всех транзакций, что повышает доверие и снижает риск мошенничества
Безопасность	Криптография и децентрализованная структура блокчейна делают цифровые биржи более устойчивыми к взломам и хищениям
Низкие комиссии	Крипто-транзакции могут иметь значительно более низкие комиссии по сравнению с традиционными банковскими переводами
Скорость и эффективность	Автоматизация процессов ускоряет торговлю, клиринг и расчеты, снижая издержки
Новые возможности	Токенизация активов открывает доступ к новым классам инвесторов и расширяет спектр торгуемых инструментов

Цифровые биржи оказывают серьезное влияние на развитие биржевой торговли за счет создания конкуренции традиционным площадкам, которые вынуждены, в результате, внедрять инновации и улучшать сервис.

Децентрализация технологии блокчейн (то есть отсутствие контроля одним органом, например, банком или правительством), создает определенный род вызовы для традиционных финансовых институтов, так как убирает необходимость в посредниках, таких как банки, позволяя людям совершать транзакции напрямую.

Это не только снижает комиссионные сборы и ускоряет операции, но и делает систему более прозрачной. Вся информация о транзакциях записывается в общем реестре, который нельзя изменить, что повышает уровень доверия. Блокчейн также открывает доступ к финансовым услугам для более широкой аудитории, включая тех, кто раньше не мог пользоваться традиционными банковскими услугами. Смарт-контракты на основе

блокчейна автоматизируют сложные финансовые операции, повышая эффективность и снижая потребность в посредниках. Примеры этого уже существуют: криптовалюты предлагают альтернативу традиционным валютам, платформы DeFi предоставляют финансовые услуги без банков, а токенизация активов упрощает управление ими.

Однако, хотя блокчейн и представляет собой вызов для традиционных финансовых институтов, он вряд ли полностью их заменит. Скорее, будет происходить сочетание старого и нового, где традиционные институты будут интегрировать блокчейн в свою работу.

В целом, цифровые биржи являются важным этапом эволюции биржевой торговли. Они способствуют повышению эффективности, прозрачности и доступности рынка, открывая новые возможности для инвесторов и формируя будущее финансовой индустрии.

Тем самым, можно сказать, что цифровые биржи потенциально меняют финансовую систему. Кроме того, возможности цифровых бирж демократизируют доступ к инвестициям, т.е. снижают барьеры для входа на рынок, делая инвестирование более доступным для частных лиц. Также активно развиваются новые финансовые инструменты и сервисы – токенизация, DeFi (децентрализованные финансы) и другие инновации, которые открывают новые возможности для инвесторов и эмитентов. Однако пока остаются и проблемы – в сфере регулирования, кибербезопасности и масштабируемости. Отсутствие единого международного стандарта сдерживает развитие отрасли. Постоянная угроза кибератак требует совершенствования систем защиты. Высокая производительность платформ при растущем объеме торгов остаётся первостепенной задачей для решения.

Отметим, что все технологические инновации выступают катализатором для институциональных изменений в мире биржевой торговли, так как способствуют появлению новых торговых площадок, стимулируют развитие регулирования, а также влияют на инфраструктуру рынка.

Список литературы:

1. Аджиева, А. Ю. Фундаментальный и технический анализ на финансовых рынках: учебное пособие / Аджиева А. Ю. – Краснодар: Новация, 2024. – 89 с.
2. Запольских, Ю. А. Рынок ценных бумаг и биржевое дело : учебное пособие / Ю. А. Запольских, Г. Р. Валиева. – Уфа: Диалог, 2022. – 95 с.
3. Змеев, С. Интуитивный трейдинг. Секреты Нейроинсайдера. Биржевая магия: прибыль, интуиция, риски, тренд, индексы, фьючерсы, акции, биржа / С. Змеев. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2020. – 223 с.
4. Золотовский, А. С. Рынок ценных бумаг и его особенности в России / А. С. Золотовский // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 5. – С. 471-478.
5. Иваненко, И. А. Проблемы и перспективы развития российского

фондового рынка / И. А. Иваненко, М. Ю. Якубенко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2021. – № 10. – С. 252-256.

6. Иванилова, С. В. Биржевое дело / С.В. Иванилова. – Москва: Дашков и К, 2022. – 263 с.

Котик Анна Дмитриевна, студент гр. ЭБбтс-231, II курс
Гаськова Ксения Игоревна, студент гр. ЭОб-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Тюленева Татьяна Александровна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СЕКОНД-ХЕНД

Придание второй жизни бывшим в употреблении вещам стало трендом последних десятилетий. Приобретая подержанные вещи, люди сохраняют связи с прошлым и при этом берегут экологию. Сегодня в восточноевропейских государствах, Юго-Восточной Азии (Япония и Сингапур) и США активно развивается рынок секонд-хенд. Немало способствует этому изменение традиционной осведомленности покупателей – они все больше начинают думать, приобретая товары, о проблеме утилизации и переработки бывших в употреблении вещей, о том, как поменять традиционное восприятие ценностей, сформировавшееся под воздействием многолетней культуры потребления. Данная тенденция также охватывает и российский рынок.

Отправной точкой развития рынка секонд-хенд в нашей стране явилось снижение доходов населения. Началом развития данного рынка в РФ принято считать 2015 год. Экономический кризис данного периода заставил население обратиться к приобретению бывших в употреблении вещей. Последующее десятилетие характеризуется такими тенденциями развития рынка секонд-хенд [1, 2]:

- во-первых, рост продаж на данном рынке характерен для товаров элитного и бюджетного ценных сегментов. Это значит, что состоятельные люди обратились к приобретению стоковых вещей, а граждане с низким доходом стали чаще покупать товары более дешевые и менее качественные;
- во-вторых, появление крупных сетевых магазинов секонд-хенд федерального и регионального уровней, что снизило возможности конкурировать с ними для небольших торговых точек данного сегмента рынка;

- в-третьих, создание логистических торговых цепочек крупными игроками рынка секонд-хенд, охватывающих все этапы начиная со сбора вещей в Европе и заканчивая развитием национальной розничной торговой сети;
- в-четвертых, расширение торговых площадей секонд-хенд в торговых центрах;
- в-пятых, ребрендинг магазинов секонд-хенд в торговую марку магазинов товаров из Европы;
- в-шестых, изменение концепции размещения товаров - складирование их в кучи сменилось развешиванием на плечиках и раскладыванием на полках, как новых товаров;
- в-седьмых, значительное удорожание продаваемых товаров и зависимость ценовых колебаний от курса валют, как для товаров, ранее не бывших в употреблении.

Как уже отмечалось, укрупнение магазинов секонд-хенд и расширение их торговых площадей стали одними из тенденций развития данного рынка. Это обусловлено следующими причинами:

- укрупнение торговых точек и объединение их в товарную сеть дает возможность перемещать между ее участниками неходовые товары;
- экономия затрат на оснащение магазиной средствами автоматизации торговли (онлайн кассы, средства штрихкодирования и защиты от краж) [3, 4];
- возможность открытия магазинов с расширенным ассортиментом товаров;
- экономия на затратах при закупке товаров крупнооптовыми партиями;
- возможность наладить еженедельные поставки и ротации товаров между торговыми точками.

Почему же крупные магазины секонд-хенд на сегодняшний день не до конца вытеснили более мелких своих конкурентов? Это объясняется следующими преимуществами, которыми обладают последние:

- возможность оперативно заменить товар при смене сезона или погодных условий;
- гибкость в подборе рекламных инструментов;
- индивидуальный подход к покупателю;
- возможность ведения семейного бизнеса в данной сфере;
- адаптация работы под региональные особенности рынка.

Крупные сетевые магазины секонд-хенд главным образом открываются в торговых центрах, где имеется продуктовый супермаркет, а численность населения превышает 50 тысяч человек, либо в урбанизированных густонаселенных кварталах областных центров. В мелких населенных пунктах по-прежнему прибыльной остается работа мелких торговых точек секонд-хенд.

Но какими ни были бы игроки рынка секонд-хенд – крупными сетевыми магазинами или небольшими бутиками – они никогда не могли бы развивать свою деятельность без наличия спроса населения на реализуемые ими товары. Причины востребованности данного сегмента специалисты объясняют по-разному.

Так, одна из точек зрения объясняет высокие темпы развития рынка секонд-хенд более бережное расходование своих средств населением. По причине экономии в условиях постоянного роста цен люди стараются меньше тратить, отдавая предпочтение стоковым товарам по сравнению с брендовыми. Другое мнение склоняется к следованию населения общемировой тенденции изменения парадигмы мышления в направлении экологичного потребления, и вторичное использование вещей люди все больше связывают с помощью планете.

Еще одна точка зрения связывает рост покупок в секонд-хенд привычкой отдельных покупателей приобретать вещи определенных торговых марок, которые в связи с уходом с российского рынка многих европейских фирм они теперь могут приобрести только в магазинах данного сегмента.

Приверженцы точки зрения, которую можно выделить особо, считают покупку товаров секонд-хенд одним из модных трендов. Винтажные вещи у поколения зумеров, зачастую присутствуя в магазине в единственном экземпляре, ассоциируются с самовыражением и проявлением индивидуальности, а также являются проявлением ностальгических настроений к тем временам, которые они не застали, но доступная информация о которых содержит налет романтики и свободы.

Несмотря на то, что российский рынок секонд-хенд в настоящее время переживает стадию становления, поскольку большая часть населения все же приобретает товары в традиционных торговых центрах или пользуется услугами маркетплейсов, данная сфера имеет достаточный потенциал развития в ближайшие годы из-за удорожания и недоступности иностранных брендов. Современный секонд-хенд уже не является магазином в подвале. Это высокоуровневый сервис, имеющий оборудование для подготовке товаров к перепродаже путем чистки, ремонта и комфортной доставки. Также тенденцией развития рынка секонд-хенд можно назвать трансформацию реализующих данные товары магазинов в удобные онлайн-платформы, создающие специальные сообщества, где потребители могут ознакомиться с профилем продавца, условиями аукциона, поставить оценку товару и его продавцу, что также может быть эффективным средством конкурентной борьбы участников рынка секонд-хенд товаров.

Список литературы:

1. Крылов, А. Почему Россияне стали больше закупаться в секонд-хендах. URL: <https://vm.ru/economy/> (Дата обращения: 26.09.2024).

2. Тенденции рынка секонд-хенда в РФ. URL: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/roznichnaya-torgovlya-sekond-hendom?ysclid=m1ut9ql9t6595774034> (Дата обращения: 26.09.2024).

3. 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. – EDN EGCDCY.

4. Тюленева, Т. А. Совершенствование налогового контроля как средство обеспечения финансовой безопасности Российской Федерации / Т. А. Тюленева // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности России: Материалы II Всероссийского форума по экономической безопасности. Выпуск II, Тамбов, 05–06 июня 2019 года. Том 1. – Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», 2019. – С. 284-287. – EDN VDVEYM.

Кочнева Анна Александровна, студентка гр. ЭОб-211, IV курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Лариса Геннадьевна Шутько
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

«ЗДОРОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ» И УСИЛЕНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОНТРОЛЯ РЕГУЛЯТОРА В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

В век цифровизации благодаря росту электронной коммерции маркетплейсы становятся всё более востребованными, активно развиваются и конкурируют с офлайн методом совершения покупок.

С каждым годом увеличивается доля товаров, работ и услуг, реализуемых именно на онлайн рынке. Особенно эти изменения были заметны в период пандемии в 2020 году, когда многие люди были вынуждены начать пользоваться онлайн-сервисами для дистанционного приобретения нужных товаров или услуг с доставкой на дом.

В качестве причины популяризации маркетплейсов стоит отметить тот факт, что на данный момент 71% от начинающих предпринимателей сначала выходят именно на онлайн рынок. Таким образом, маркетплейсы потеснили розничные рынки и обычные интернет-магазины (рис. 1).

Именно благодаря активному прогрессу в развитие онлайн торговли с каждым годом всё актуальнее становится вопрос антимонопольного регулирования цифровых платформ [2] для защиты и поддержания честной конкуренции, в том числе среди маркетплейсов.

С чего предприниматели начинают свой бизнес?

- 71% Выходят на маркетплейсы
- 11% Продают на розничных рынках
- 7% Создают собственные интернет-магазины
- 6% Запускаются на нескольких площадках
- 4% Начинают с продаж в социальных сетях
- 1% Арендуют точки в торговых центрах

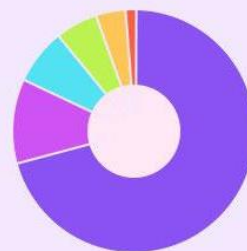


Рисунок 1 – Способы открытия бизнеса у предпринимателей [1]

Одним из таких нововведений стало принятие ФАС «пятого антимонопольного пакета» [3]. Основное внимание в нем уделяется предотвращению и прекращению злоупотреблением доминирующими позициями владельцев онлайн-платформ. В условиях цифровизации необходимо, как считает Л.Г. Шутько, «управление развитием дихотомии конкуренции и монополии» уже в новых условиях, с учетом субъектов товарных рынков в формате маркетплейсов, онлайн-магазинов [4]. Согласно ФАС под данный пакет мер попадают и всем известные маркетплейсы, такие как Wildberries и Ozon, которые «занимают доминирующее положение на рынке с суммарной долей около 80%» [5].

Данный факт также подтверждает то, что согласно рейтингу от We-bretailer – «Wildberries и Ozon вошли в топ-10 крупнейших маркетплейсов мира, заняв 9 и 10 место соответственно» [6]. Таким образом, можно сделать заключение, что наши отечественные маркетплейсы конкурируют с такими гигантами мировой онлайн торговли как Amazon, eBay, AliExpress и т.д., хоть и уступая им лидирующие позиции.

Для исследования были выбраны три крупных и популярных маркетплейса в России: Wildberries, Ozon и МегаМаркет. Оговоримся сразу, что в рамках данной статьи Wildberries рассматривается как маркетплейс, хотя его основатели до недавнего времени позиционировали себя как интернет-магазин. Различия в данных терминах заключается в том, что маркетплейс подразумевает под собой площадку, где различные категории товаров представлены различными продавцами, которых объединяет общая площадка для торговли и ее правила, когда как интернет-магазин, как правило, предоставляет к возможности покупки вещи одного бренда или группы товаров.

Wildberries является абсолютным лидером среди маркетплейсов в России уже несколько лет, а также обладает наиболее популярным приложением среди маркетплейсов скаченных в 2023 году, достигнув значения по-

чти в 30 миллион скачиваний. Основатель маркетплейса – Татьяна Бакальчук – в интервью проекту «Основатели» говорит о важности здоровой конкуренции: «Здоровая конкуренция – благо для всех. Это «не дает расслабиться» и помогает вырасти, так что Ozon и другие участники отрасли приносят больше пользы, пока существуют как отдельный бизнес» [7].

Большая часть предпринимателей выбирают Wildberries для начала торговли (рис. 2), что является существенным конкурентным преимуществом, так как за счет увеличения действующих селлеров повышается количество ассортимента на торговой площадке, который считается универсальным и позволяет охватывать разные сегменты онлайн-рынка. Предприниматели выбирают Wildberries из-за более ясной и подробной системы аналитики, а клиенты из-за более дружелюбного интерфейса.

Также стоит отметить объединение Wildberries с частной компанией Russ, которая является одним из крупнейших российских операторов наружной рекламы, что определенно позволит компаниям усилить собственные позиции на рынке. Данное событие произошло в июле 2024 года и его целью является создание новой цифровой торговой платформы, также в амбициозных планах имеется несколько направлений проекта, например, такие как создание обширной офлайн-сети и уникальной платежной системы по всему миру.

Несмотря на все конкурентные преимущества Wildberries поставщики и сотрудники выделяют такие значительные минусы как сложную систему штрафов, часто возникающие конфликты с владельцами пунктов выдачи заказов, например, в части брака, одностороннее изменения правил сотрудничества. Резонансный случай произошел в марте 2023 года, когда Wildberries для владельцев ПВЗ ввел правило полной оплаты стоимости товара, если покупатель возвращал ее как бракованную, либо же если товар не совпадал с его карточкой, так как тогда он считался подмененным. Многие сотрудники и владельцы ПВЗ получив неоспоримые многотысячные штрафы после таких нововведений устроили массовую забастовку во множестве городов России. Также нередки сбои в приложении, когда клиентам без их ведома оформляли доставку товаров из корзины с платным отказом. Такие случаи негативного повышенного интереса общества к маркетплейсу создали отдельную группу лиц, как среди клиентов, так и поставщиков, которые осознанно не совершают покупок и не сотрудничают с Wildberries из-за отрицательных ассоциаций и конфликтов вокруг него.

Менее скандальный, но не уступающий по популярности и востребованности маркетплейс – Ozon. Существенной разницы между Ozon и Wildberries нет.

Широкий универсальный ассортимент присущ обеим платформам, что можно объяснить тем, что многие предприниматели торгуют на обеих площадках.

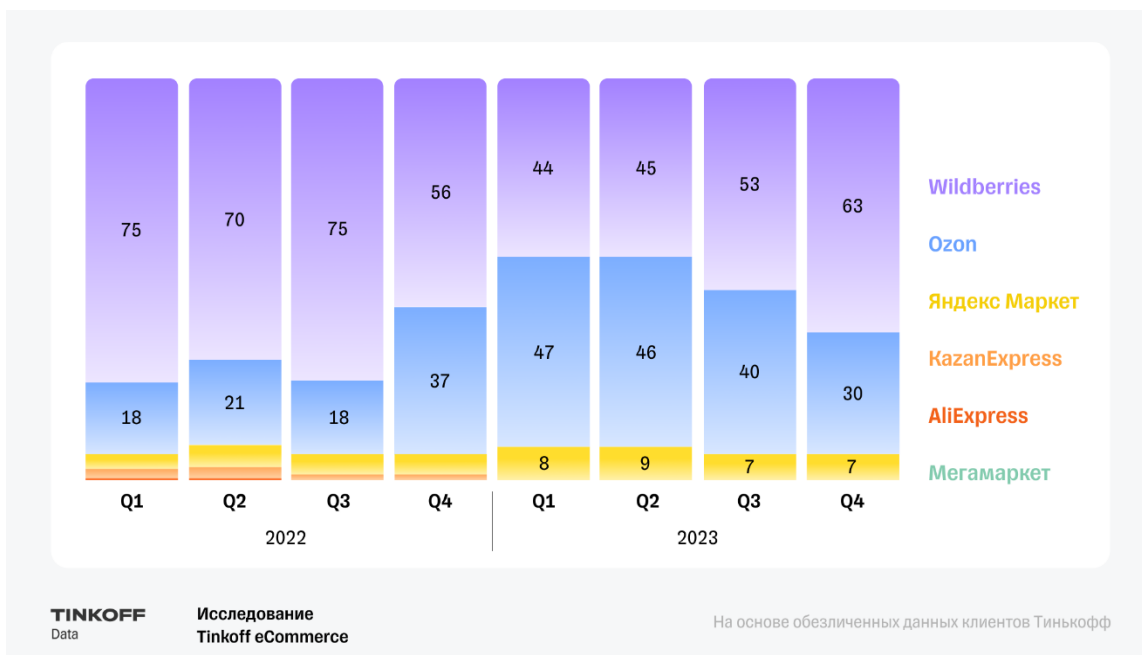


Рисунок 2 – Какой маркетплейс выбирают первым для начала торговли [8]

Но Ozon от ранее рассмотренного Wildberries отличается более дружелюбным сервисом для продавцов и клиентов, высокой клиентоориентированностью и отсутствием такого количества конфликтов, что создает положительную репутацию среди покупателей и влечет формирование более лояльной аудитории, члены которой чаще становятся постоянными клиентами.

Следует отметить, что при анализе собранной информации, в том числе отзывов и результатов опросов клиентов обоих маркетплейсов, было выявлено, что клиенты предпочитают Ozon другим онлайн-площадкам, когда дело касается более дорогих покупок, например, электроники, техники и товаров для дома. Причиной этому среди прочих может служить более положительное и устойчивое мнение о данном маркетплейсе по сравнению с другими, что, несомненно, можно считать конкурентным преимуществом.

Третий рассматриваемый маркетплейс, особенно набирающий популярность в последние годы – МегаМаркет. Первым и самым значительным преимуществом для покупателей в выборе МегаМаркета среди остальных интернет-магазинов являются регулярные скидки и промокоды, а также кэшбек бонусами СберСпасибо до 60%, которыми можно оплачивать 99% от стоимости заказа. Данные действия можно рассмотреть, как демпинг со стороны маркетплейса для выхода на рынок и закрепления в нише, а также для привлечения новых потенциальных клиентов и завоевания их лояльности. Для продавцов же предлагают бонусные рубли в размере 15000 на продвижение при регистрации, увеличенный кэшбэк за счет маркетплейса

и возможность дополнительного продвижения у партнеров [9]. Самым ярким недостатком маркетплейса, который удалось выявить – проблемы с доставкой и работы с претензиями, как у клиентов, так и у продавцов. МегаМаркет в одностороннем порядке может оформить возврат денег покупателю за счет продавца, но при этом, не вернув товар, что приносит селлеру чистый убыток в стоимость товара. У покупателей частая жалоба – это плохая обратная связь и помощь при получении несоответствующего товара.

МегаМаркет в своей стратегии ведения бизнеса взял в пример историю «Яндекс.Такси», которая «показывает, что, создавая для прямых конкурентов боль в виде низких цен, можно привести к тому, что они либо уйдут работать с вами, либо уйдут с рынка» [10]. Таким образом, МегаМаркет старается устранить конкурентов, повышая их расходы на ведение дел.

Итак, на основании ранее сказанного, можно сделать вывод, что развитие электронной коммерции привело к появлению новых форматов участников рынков – маркетплейсам. На сегодняшний день маркетплейсы интенсивно развиваются, их деятельность обостряет конкуренцию на товарных рынках между форматами онлайн и офлайн торговли, вместе с тем способствует и усилению монополистических тенденций. Наличие у каждого маркетплейса своих конкурентных преимуществ и недостатков позволяет клиентам и селлерам выбирать среди них, что и создает активную конкуренцию на онлайн рынке. В этих условиях возрастает роль государственного антимонопольного регулирования в сфере электронной торговли для усиления контроля за процессами монополизации рынков.

Список литературы:

1. Обзор самых популярных маркетплейсов-2024. – URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/591771/> (дата обращения: 25.04.2024).
2. Шутько, Л. Г. Конкуренция, сетевые эффекты и монополизм в условиях цифровизации рыночного пространства / Л. Г. Шутько // Цифровая экономика: новая реальность : сборник статей по итогам Международной научно-практической видеоконференции, посвященной 25-летию вуза. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37334273_44109475.pdf (дата обращения: 27.04.2024).
3. Шутько, Л. Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» / Л. Г. Шутько // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2022. – Т. 10. – № 4. – С. 4-11. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49343634> (дата обращения: 27.04.2024).
4. «Пятый антимонопольный пакет»: нововведения // Технологии Доверия. – Текст: электронный. 2023. – URL: <https://data.tedo.ru/legal-flash/flash-227-298-rus.pdf> (дата обращения: 25.04.2024).

5. Федеральная антимонопольная служба России: официальный сайт. Новость от 25 января 2024 г. – Текст: электронный. 2024. – URL: <https://fas.gov.ru/publications/24239> (дата обращения: 25.04.2024).

6. The World's Top Online Marketplaces 2023 // Webretailer. – Текст: электронный. 2023. – URL: <https://searchengines.guru/ru/news/2058250> (дата обращения: 25.04.2024).

7. Лааксо, П. Выжимка из интервью с Татьяной Бакальчук проекту «Основатели» // П. Лааксо. – Текст: электронный. 2024. URL: <https://vc.ru/trade/1105752-zdorovaya-konkurenciya-bлаго-dlya-vseh-glava-wildberries-ob-idee-vyкупit-ozon-i-slabyh-storonah-svoego-biznesa> (дата обращения: 25.04.2024).

8. Итоги года на маркетплейсах // Официальный сайт Тинькофф. – Текст: электронный. 2024. – URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/29012024-marketplaces-year-results-number-of-purchases-increased-by-63-percent-in-2023/> (дата обращения: 25.04.2024).

9. Официальный сайт МегаМаркет: мегастарт для новых продавцов. – URL: <https://megamarket.ru/info/partners/> (дата обращения: 25.04.2024).

10. Муртазин, Э. В. Стратегия на истощение конкурентов, что делает «МегаМаркет» / Э. Муртазин. – Текст: электронный. 2024. – URL: <https://mobile-review.com/all/articles/misc/strategiya-na-istoshhenie-konkurentov-chto-delaet-megamarket/> (дата обращения: 25.04.2024).

Кузьмина Ольга Юрьевна,
доцент кафедры экономической теории, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Конкуренция является жёсткой средой, оказывающей существенное влияние на поведение (действия) участников банковского рынка. Одни организации стремятся полностью подавить соперничество, закрепив тем самым своё господствующее положение в рыночной среде. Другие для устранения риска банкротства могут применять мошеннические и даже криминальные способы обогащения или способы воздействия на конкурентов. Третьи используют конкуренцию как стимулирующий фактор, который оказывает положительное влияние на качество оказанных услуг. Что касается организаций, стремящихся полностью подавить конкуренцию, то они поступают недобросовестно. В данном случае может

проявляться монополистическое поведение, поэтому государству необходимо вмешиваться в конкурентную борьбу между субъектами банковского рынка. А именно создавать условия, препятствующие возможности проведения монополистической практики, наказывать в полной мере участников, ведущих противоправную деятельность и всячески поощрять здоровую конкурентную борьбу.

Исходя из определения банковской конкуренции, возникает закономерный вопрос: ради чего банки конкурируют между собой? При данной деятельности они пытаются добиться устойчивого положения на рынке банковских услуг, получить максимально возможную прибыль, заслужить доверие потребителей и клиентов. Государство, способствуя конкуренции банков, подталкивает организации к внедрению новых технологий и вложению капитала в новые сферы деятельности. Такое регулирующее воздействие нельзя ни в коем случае назвать прямым, данное регулирование является скорее косвенным. Государство обязано стремиться сохранять конкуренцию на банковском рынке. Банковская конкуренция – это очень сложный экономический процесс, который нуждается в регулировании со стороны государства в лице его финансовых институтов.

Какие же меры необходимо применять для того, чтобы конкуренция была на высоком уровне? Если более полно разобраться в данном экономическом процессе, то становится понятно, что государству в этом отводится наибольшая роль по сравнению с различными финансовыми организациями. Они в конечном итоге и сами подлежат регулированию. Меры воздействия государства могут быть самыми разными. Государство принимает законы, нормативно-правовые акты, которые регулируют банковскую конкуренцию. За невыполнение или нарушение законодательства банки и небанковские кредитные организации могут быть привлечены к ответственности.

Банковский сектор является динамично развивающейся системой. Существуют банки с базовой и универсальной лицензией. Начало становления банков по видам лицензий произошло в начале 2018 года. Принятие данной меры позволило укрепить банковский рынок России. Одним из критериев разделения служит уровень капитала банка. Также применяются исполнительные меры, которые подразумевают обязательное, принудительное исполнение требований. Данные меры являются важным звеном бесперебойного функционирования банковского рынка.

В настоящее время в России существует большое количество невозвращённых кредитов, что, конечно же, является крайне негативным положением дел. Исполнительные меры, их совершенствование может обеспечить добросовестный возврат кредита, добросовестное исполнения договора. Государство обязано контролировать банки и небанковские

кредитные организации, а именно вводить различного рода рекомендации, ограничения, запреты, касающиеся функционирования банковского рынка. Кроме того, контролирующие меры играют важнейшую роль в предупреждении, пресечении мошеннических, криминальных и других противоправных действий.

Вмешательство государство в конкуренцию на банковском секторе обладает как положительными, так и отрицательными эффектами. Но нельзя отрицать, что подобное вмешательство необходимо [1]. Если рассмотреть положительные эффекты от вмешательства государства в конкурентную среду, то можно отметить, что они выступают как определение межбанковской конкуренции в роли общественного блага, а отрицательные – как наличие высокого системного риска в банковской системе.

В настоящее время различающиеся в большой степени и объёму меры воздействия государства принято называть инструментами, регулируемыми банковскую конкуренцию. Понятие инструмент с наибольшей достоверностью отражает суть воздействия государства. Инструмент – это то, чем воздействует государство на конкурентный процесс в банковской сфере.

Государственное регулирование конкуренции на банковском рынке представляет собой ряд мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера для обеспечения условий честной конкуренции и ограничения монополистической деятельности в банковском секторе [2].

Органы государственного регулирования конкуренции на банковском рынке России – Банк России и Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Банк России оказывает непосредственное влияние на направления, динамику и тенденции развития конкуренции банковского сектора России.

Конкуренция на банковском рынке отличается от конкуренции на других финансовых рынках высоким уровнем государственного контроля, жесткость банковского надзора высокой долей участия государства в регулировании деятельности на рынке [3]. Так, для создания кредитной организации необходимо выполнить ряд формальностей и требований, которые в большей степени ограничивают доступ новых игроков на рынок и в свою очередь являются барьером для входа, что уже на начальном этапе может говорить об уровне конкуренции на рынке, характеризуя его, как монополистический.

Низкий уровень капитализации относится к числу приоритетных проблем российской банковской системы. Для решения данной задачи со стороны правительства необходим комплекс мер, который будет способствовать созданию благоприятной конкурентной среды, снижению барьеров доступа банков на финансовый рынок.

Для начала, необходимо разработать и утвердить критерии, которые будут показывать уровень монополизации на финансово-кредитных рынках России, и индикаторы, сигнализирующие о низком уровне конкуренции на рынке [4].

Контроль за деятельностью монополий должен быть эффективным и носить как лечебный, так и профилактический характер, то есть не допустить появления монополий или снизить уровень монополизации, если банк-монополист уже образовался на рынке. Такой контроль способен предотвратить само возникновение монополистических структур и увеличить уровень конкуренции среди уже имеющихся участников на рынке.

Для снижения уровня монополизации банковского рынка необходимо создать такие условия на рынке, при которых уровень доступности банковских услуг для населения будет однороден. То есть, банки будут привлекать клиентов за счет расширения ассортимента продуктов и услуг, а также за счет введения новых сервисов, которые будут делать услуги более доступными и экономичными. В результате здоровой конкуренции между банками качество банковского продукта будет повышаться, что приведет к увеличению привлекательности банковского рынка для инвесторов. Борьба за клиента за счет усовершенствования продукта и технологий его производства будет способствовать увеличению доверия со стороны населения и привлечения новых заемщиков. Таким образом, чем выше качество банковского продукта, тем больше банковского капитала будет на рынке, и с ростом качества будет расти и объем капитала.

Список литературы:

1. Цакаев, А. Х. Пропорциональное регулирование и риск-ориентированный надзор как механизм централизации надзора и концентрации капитала финансовых организаций в России / А. Х. Цакаев, З. А. Саидов // Вестник Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. – 2020. – Т. 37, № 1. – С. 5-15. – DOI 10.36684/chesu-2020-37-1-5-15. – Текст: непосредственный.

2. Вишневер, В. Я. Сущность, необходимость и инструменты государственного регулирования банковской конкуренции / В. Я. Вишневер, О. В. Семина // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2021. – № 1-1. – С. 16-20. – DOI 10.46554/PEDTR-20-2021-1-pp.16. – Текст: непосредственный.

3. Вишневер, В. Я. Особенности государственного регулирования банковской конкуренции в РФ / В. Я. Вишневер // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2022. – № 2-1. – С. 103-107. – DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.10-2.1-pp.103. – Текст : непосредственный.

4. Гаспарян, Э. П. Современные тенденции правового регулирования конкуренции на рынке банковских услуг / Э. П. Гаспарян // Предпринимательское право. – 2023. – № 4. – С. 47-53. – DOI 10.18572/1999-4788-2023-4-47-53. – Текст: непосредственный.

Кузьмина Ольга Юрьевна,
доцент кафедры экономической теории, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

КОНЦЕНТРАЦИЯ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Развитие современного банковского рынка в России приводит к тому, что проявляется тенденция ослабления конкуренции и усиления монополизации. Перечень услуг, оказываемых банками сегодня, достаточно обширен, что привело к повышению их роли в современной экономике. Так, коммерческие банки сегодня реализуют не только задачи и функции, в рамках своей основной деятельности, но и сопровождают инвестиционную деятельность, осуществляют сделки с ценными бумагами. Это позволяет за счет диверсификации портфеля услуг занимать определенные ниши рынка, а, в последствии и монополизировать их.

Нельзя не отметить особое свойство конкуренции в банковской среде. Оно связано с борьбой не столько за потребителя услуг, сколько за его финансовые ресурсы, которые могут приносить самому банку значительную прибыль при незначительных издержках [1, 2]. Именно данная особенность конкуренции на банковском рынке в самом начале его формирования привлекала значительное число предпринимателей.

Сегодня банковские рынки многих стран, в том числе и России, характеризуются высоким уровнем монополизации. В наиболее общем виде под монополией понимается определенное преимущество, которое формируется в результате финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта и предоставляет ему дополнительную выгоду в результате экономии на издержках. Монополия может рассматриваться и как противоположность конкуренции, поскольку в конкурентных условиях все экономические субъекты равны между собой, но монополизация ликвидирует данное равенство.

Исследуя банковские монополии, можно говорить о том, что они представлены отдельными банковскими группами или холдингами, обладающими особыми правами в банковской сфере. Для таких отдельных банков - монополистов или банковских групп характерно получение

достаточно больших прибылей от своей деятельности именно за счет реализации данного права.

Монополизация банковской сферы, как и любой другой отрасли экономики, носит положительные и отрицательные моменты для национальной экономики. Одним из положительных моментов является санация рынка, повышающая степень доверия клиентов к банковской сфере, а также повышение качества обслуживания клиентов, поскольку монополия обладает большим объемом финансовых ресурсов для проведения исследований в области мнения пользователей о качестве обслуживания и может своевременно преобразовывать в соответствии с новыми требованиями [3].

Положительным моментом является и то, что крупнейшие банки и их объединения чаще всего предоставляют своим клиентам комплексное обслуживание. Это приводит к сокращению различных банковских комиссий за проведение сделок, достаточно оперативному получению клиентом информации о состоянии расчетного счета, возможности привлечения дополнительных финансовых ресурсов, сокращение на время заключения кредитного договора и т.д. Для многих экономических субъектов фактически отпадает потребность в предоставлении большого числа различных документов, что повышает эффективность управления.

Наиболее важным отрицательным моментом монополизации банковского рынка является существенная зависимость национальной экономики от того или иного банка-монополиста. При достаточно длительных проблемах банков-монополистов формируются риски полной остановки производственно-хозяйственной деятельности в экономике, что приведет к ее краху. Описанные выше негативные эффекты формируют целостный банковский риск для национальной экономики, который чаще всего и обосновывает необходимость регулирования банковских монополий.

Негативный эффект монополизации банковского рынка приводит к снижению уровня национального благосостояния, увеличению доли населения государства, находящегося за чертой бедности, а также совокупному сокращению доходов населения.

Негативным эффектом монополизации банковского рынка является и использование инсайдерской информации о состоянии рынка и заемщиках, позволяющей минимизировать риски деятельности самой монополии. Особенно ярко данный негативный эффект видно на примере привлечения заемных средств на реализацию высоко рискованных инновационных проектов. Чаще всего, при наличии в национальной экономике банковской монополии, инновационные проекты фактически будут отсечены от кредитных ресурсов. Таким образом, банковские монополии оказывают и негативное воздействие на темпы инновационного развития экономики,

что в долгосрочной перспективе окажет негативное влияние на всю экономическую систему государства.

В целом можно говорить о том, что монополизация банковского рынка является одной из негативных тенденций его развития, поскольку подрывает конкуренцию между банковскими структурами и приводит к невозможности выхода на рынок новых финансовых институтов. В числе негативных последствий монополизации банковской сферы выделяется и то, что она, по сути, разрушает ее. Это связано с тем, что банки-монополисты с использованием своих преимуществ поглощают более мелкие банковские структуры, в связи с этим актуальной становится проблема организации противодействия монополизации в банковском секторе и антимонопольного банковского регулирования.

В ходе исследования концентрации и централизации современного российского банковского рынка были получены следующие выводы.

Во-первых, концентрация и централизация банковского капитала является характерным процессом для кризисного и посткризисного периода, которым стал для России период с 2017 по 2022 год. К повышению уровня концентрации на рынке приводит сокращение числа банковских организаций, что спровоцировано массовым отзывом лицензий со стороны Банка России и увеличением количества и объемов сделок слияния и поглощения.

Следует отметить, что уровень концентрации и число игроков на рынке взаимозависимые показатели. Так на фоне растущей концентрации и консолидации банковской деятельности продолжается процесс массового ухода с рынка в основном малых и средних кредитных организаций, которые просто не могут конкурировать с более сильными соперниками.

Банковский рынок слияний и поглощений показал динамичные изменения за анализируемый период, как по числу проведенных сделок, так и по их общей стоимости. Объединение банков привело к улучшению показателей их деятельности, что положительно сказалось на всем рынке.

Во-вторых, за счет ухода с банковского рынка неэффективных организаций удалось повысить доверие населения, бизнеса к российскому банковскому сектору. При этом нужно понимать, что отзыв лицензий не оказал существенное влияние на уровень конкуренции банковского рынка России, поскольку указанная выше совокупная стоимость активов банков, лишившихся лицензий, составляет только 0,9% от общего объема активов банков, существующих в России [4].

Однако, снижение числа малых банков привело к тому, что их клиенты перешли к крупным игрокам рынка, а, следовательно, повысился совокупный уровень монополизации рынка. Нельзя не отметить, что там, где раньше были офисы таких банков, сегодня активно открываются офисы «лидеров» рынка. Это критично для малых городов и различных поселков,

где клиенты банков фактически вынуждены изменить обслуживающий банк.

Продолжение тенденции к концентрации в банковской сфере грозит формированием преференций для крупнейших банков уже со стороны регулятора, что приведет к практически полной ликвидации малых и средних банков, а, следовательно, существенно усилит уровень монополизации банковского рынка в России.

Исследуя другие факторы, оказывающие влияние на уровень монополизации банковского рынка в России, можно отметить наличие возможности государственной поддержки отдельных крупных банков, что в большей степени связано с недопущением существенных последствий финансовых кризисов [5]. С одной стороны, государство за счет таких мер обеспечивает функционирование национальной экономики, но в то же время как бы «выделяет» крупные банки, как системообразующие. Это приводит к повышению репутации и надежности крупных банков в глазах клиентов, а, следовательно, оттоку клиентов у средних и мелких финансовых структур.

Подытоживая сказанное, подчеркнем, что на сегодняшний день в России наблюдается наличие ряда факторов, оказывающих влияние на рост уровня монополизации банковского рынка. При этом, если в будущем будет наблюдаться дальнейшая реализация данных факторов в практике деятельности отечественных банков, можно прогнозировать усиление уровня монополизации банковской сферы, а также формирование зависимости деятельности отдельных экономических субъектов от крупнейших банков.

Список литературы:

1. Андреев, Г.К. Выявление тенденций трансформации процессов концентрации банковского капитала в Российской Федерации / Г. К. Андреев // Финансовые рынки и банки. – 2024. – № 4. – С. 165-168. – Текст: непосредственный.
2. Коновалова, М.Е. Концентрация и централизация капитала в банковской сфере / М. Е. Коновалова // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2020. – № 2-1. – С. 205-210. – Текст: непосредственный.
3. Донецкова, О.Ю. Состояние межбанковской конкуренции на российском банковском рынке / О. Ю. Донецкова // Финансы: теория и практика. – 2021. – Т. 25, № 1. – С. 143-156. – DOI 10.26794/2587-5671-2021-25-1-143-156. – Текст: непосредственный.
4. Таштамиров, М. Р. Оценка уровня конкуренции на российском рынке банковских услуг в условиях монополизации и централизации / М. Р. Таштамиров // Вестник Чеченского государственного университета

им. А.А. Кадырова. – 2021. – № 3(43). – С. 42-48. – DOI 10.36684/chesu-2021-43-3-42-48. –Текст: непосредственный.

5. Дьяконов, Р.В. Ретроспективная оценка состояния конкурентной среды в банковском секторе / Р. В. Дьяконов // Банковское дело. – 2023. – № 7. – С. 46-52. – Текст: непосредственный.

Куликов Дмитрий Евгеньевич, студент гр. ССб-221, III курс
Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ ПОВРЕЖДЕНИЙ И СТОИМОСТИ РЕМОНТА В АВТОСЕРВИСЕ

В современном мире автомобильный сервис становится неотъемлемой частью жизни автовладельцев. С каждым годом растет количество автомобилей на дорогах, что требует от автосервисов высокого уровня обслуживания и оперативности. Один из ключевых аспектов успешной работы любого автосервиса — это эффективность процесса оценки стоимости работ и заказа запчастей. Правильная организация этого процесса может привести к значительному сокращению времени обслуживания клиентов, снижению расходов и минимизации ошибок. В данной статье будут рассмотрены перспективы и преимущества оптимизации процесса заказа запчастей в автосервисах. Будет проанализировано, как автоматизация, сотрудничество с поставщиками и улучшение управления запасами могут не только повысить качество обслуживания, но и способствовать устойчивому развитию бизнеса [1].

На данный момент в автосервисе «Автодрайв» используется ручной метод оценки стоимости и сроков ремонта, который характерен для многих автосервисов. Этот процесс включает несколько ключевых этапов, представленных на схеме 1.

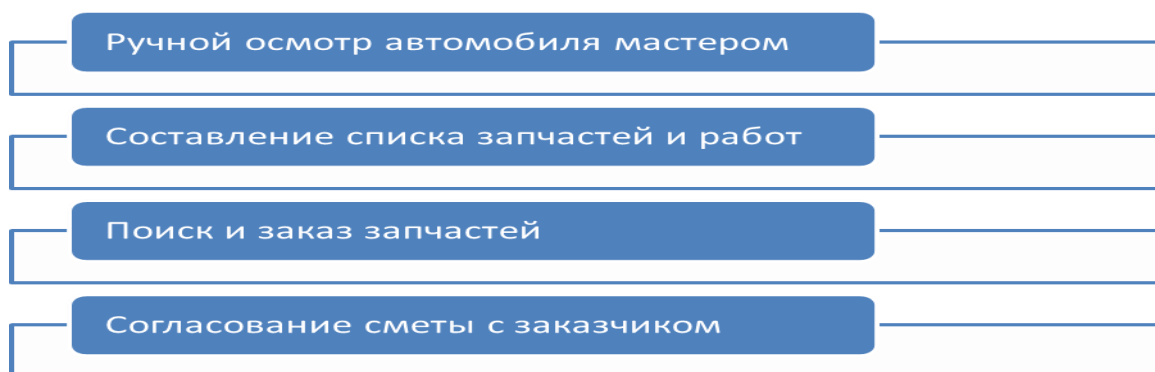


Схема 1 – Процесс оценки стоимости и сроков ремонта

При поступлении автомобиля мастер проводит детальный визуальный осмотр, чтобы определить необходимые работы и запчасти. Этот этап требует внимательности и опыта мастера, но в то же время он может занять значительное количество времени, особенно если автомобиль имеет множество повреждений или требуется комплексный ремонт.

После осмотра мастер вручную составляет список всех необходимых работ и запчастей. Этот процесс включает в себя запись каждого поврежденного элемента на бумагу или в электронный документ, что может привести к ошибкам и неточностям, особенно когда речь идет о наличии запчастей или расчетах времени на выполнение работ.

Следующим этапом является поиск запчастей. Мастеру приходится вручную искать информацию о наличии запчастей, их стоимости и сроках доставки у разных поставщиков, часто тратя время на звонки и коммуникацию. В условиях высокой загрузки сервиса, когда ежедневно поступает много клиентов, такие задержки могут негативно сказаться на общем времени ожидания автомобиля и уровне обслуживания клиентов.

Далее мастер обсуждает с клиентом условия ремонта, а именно выбор тех или иных запчастей, качество расходных материалов. Оговаривают сроки ремонта, дату начала восстановительных работ и озвучивается итоговая стоимость ремонта, исходя из предпочтений заказчика. Позже составляется договор на ремонт автомобиля и заказываются необходимые запчасти на предоплату.

Таким образом ручной процесс оценки приводит к увеличению времени, необходимого для обработки каждого заказа, что вызывает недовольство клиентов, ожидающих быстрой обработки их заявок. Это также создает нагрузку на мастеров, поскольку им приходится отвлекаться на административные задачи в ходе своей основной работы. В результате автосервис теряет потенциальных клиентов и упускает возможности для повышения общей эффективности бизнеса.

Для повышения эффективности процесса оценки стоимости и сроков ремонта в автосервисе «Автодрайв» предлагается внедрение специализированного программного обеспечения, которое обеспечит автоматизацию на всех этапах оценки и закупки.

Данное программное обеспечение позволит мастеру производить расчеты стоимости ремонта в режиме реального времени. Это приложение будет иметь интуитивно понятный интерфейс, в котором мастер сможет вносить информацию о состоянии автомобиля прямо во время осмотра, используя планшет со скаченной программой. Программное обеспечение будет включать 3D-модель автомобиля, что облегчит процесс идентификации повреждений, деталей и необходимых работ [2].

Этот подход включает несколько ключевых компонентов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые компоненты инновационной программы

<p>Специализированное программное обеспечение для расчета стоимости ремонта</p>	<p>Внедрение специализированного программного обеспечения позволит мастеру производить расчеты стоимости ремонта в режиме реального времени. Это приложение будет иметь интуитивно понятный интерфейс, в который мастер сможет вносить информацию о состоянии автомобиля прямо во время осмотра, используя планшет. Программное обеспечение будет включать 3D-модель автомобиля, что облегчит процесс идентификации повреждений и необходимых работ.</p>
<p>Автоматизация поиска необходимых запчастей и их артикулов</p>	<p>При внесении данных о повреждениях в приложение, оно автоматически будет анализировать требуемые запчасти, определяя их артикулы. Это значительно сократит время на ручной поиск и позволит избежать возможных ошибок при идентификации запчастей [3].</p>
<p>Поиск поставщиков в автоматическом режиме</p>	<p>Программа будет способна осуществлять автоматизированный поиск среди различных поставщиков, сравнивая цены и сроки доставки запчастей. Мастер получит доступ к актуальной информации о наличии запчастей у разных поставщиков в режиме реального времени. Это позволит ему быстро находить наилучшие варианты для клиента, что значительно улучшит качество обслуживания и доверие со стороны клиентов.</p>
<p>Прозрачность процесса для клиента</p>	<p>Получив информацию о запчастях и вариантах их закупки, мастер сможет обсудить это с клиентом. Такой подход не только улучшает взаимодействие между мастером и клиентом, но и позволяет клиенту участвовать в процессе выбора, что повышает его удовлетворенность. Клиент сможет выбирать наиболее подходящий вариант по цене и срокам, а мастер вносит выбранные параметры в программу, которая автоматически пересчитывает стоимость всех запчастей и работ.</p>
<p>Интеграция с системой учета и управления</p>	<p>Внедренное программное обеспечение также может интегрироваться с системой учета и управления автосервиса, что позволит улучшить планирование и управление запасами.</p>

Предлагаемые новые технологии не только оптимизируют процессы, но и значительно улучшают качество обслуживания клиентов, повышая их удовлетворенность и лояльность к автосервису.

Не стоит забывать и об оптимизации процесса заказа запчастей, это является важным аспектом для повышения эффективности работы автосервиса и улучшения процесса ремонта автомобилей. Внедрение специализированного программного обеспечения, которое автоматизирует этот процесс, несомненно, упростит взаимодействие между мастером и поставщиками [4].

Таким образом, данная инновация открывает возможности для дальнейшего роста бизнеса. С улучшением качества обслуживания и увеличе-

нием клиентской базы, автосервисы могут расширять спектр своих услуг, внедрять новые технологии и даже открывать новые филиалы. В конечном итоге, автоматизация и оптимизация заказа запчастей способствует не только улучшению текущей работы, но и обеспечивает устойчивое развитие бизнеса в будущем.

Список литературы:

1. Усуфов, М.М. Современные особенности развития автосервиса / М. М. Усуфов, О. В. Маковецкая-абрамов // ТТПС. – 2012. – № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-osobennosti-razvitiya-avtoservisa> (дата обращения: 28.09.2024).
2. Абдрахман, Д.К. Современное развитие автосервиса / Д.К. Абдрахман // Вестник магистратуры. – 2018. – №12-2 (87). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-razvitie-avtoservisa> (дата обращения: 28.09.2024).
3. Маркова, О.В. Создание инновационных сетей автосервиса / О. В. Маркова // Символ науки. – 2015. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-innovatsionnyh-setey-avtoservisa> (дата обращения: 28.09.2024).
4. Пестриков, В.М. Инновационные информационные технологии в автосервисе / В.М. Пестриков, А.В. Боровиков, Л.А. Голдобина // Инновации. – 2008. – №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-informatsionnye-tehnologii-v-avtoservise> (дата обращения: 28.09.2024).

Курочкина Милена Алексеевна, студент гр. 272301

Научный руководитель – к.э.н., доцент Чиков Михаил Владимирович
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет», г. Томск

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ ИИ-ТЕХНОЛОГИЙ В МИКРОПРЕДПРИЯТИЯХ

Искусственный интеллект (ИИ) стремительно трансформирует бизнес-ландшафт, предлагая новые возможности для повышения эффективности и конкурентоспособности всех предприятий. Однако, несмотря на очевидные преимущества, внедрение ИИ на микропредприятиях сопряжено с рядом специфических вызовов. Данный доклад посвящен анализу перспектив и проблем интеграции технологий ИИ в деятельность микробизнеса.

Для начала видится правильным обозначить черты микропредприятия, необходимые для понимания специфики организации. В РФ предпри-

ятие подпадает под такую категорию, если соответствует следующим критериям: размер ежегодного дохода не более 120 млн. р., численность работников – не более 15 человек. Для сравнения следующая после микропредприятий категория – малые предприятия, число сотрудников которых может достигать уже 100 человек, а размер ежегодного дохода – 800 млн. р. Таким образом, микропредприятие располагает достаточно ограниченным количеством материального и человеческого ресурса. В подобных условиях разработка собственных ИИ-решений видится достаточно затруднительной вследствие дороговизны персонализированных продуктов, разрабатываемых сторонними компаниями. Крупные игроки на рынке, сосредотачивающие в своих руках большее количество ресурсов и имеющие возможность создавать собственные подразделения по работе с ИИ, таким образом имеют огромное конкурентное преимущество. Сектор же микропредпринимательства играет важную роль в стимулировании экономического развития страны и особенно регионов: помогает в установлении контактов с локальными потребителями, имеет большую степень автономности и способен гибко реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. От того, насколько он развит в экономике страны, чем прочнее его позиция и противодействие крупному бизнесу, зависит в данном обществе процессе монополизации рынка. У микропредприятий существуют возможности для получения конкурентных преимуществ за счет внедрения ИИ некоторыми путями, которые будут описаны ниже.

Первый способ – использование готовых ИИ-инструментов, предоставляемых как на возмездной, так и на безвозмездной основе. Эти инструменты могут значительно упростить процессы, повысить эффективность и снизить затраты на выполнение рутинных задач. Например, микропредприятия могут использовать чат-ботов для автоматизации обслуживания клиентов, что позволяет сократить время ожидания и улучшить качество взаимодействия, не привлекая при этом дополнительные кадры, количество которых в микропредприятиях и так ограничено. Также для них существует возможность использования доступных платформ для сбора и анализа данных о своих клиентах и рынке, что позволяет лучше понимать потребности целевой аудитории, адаптировать предложения и разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии. Например, компания по продаже мототехники и электротранспорта «BVDSHOP» внедрила в свою работу многофункционального ИИ-ассистента «Claude», который помогает быстро обрабатывать большие объемы информации о трендах в индустрии, генерировать идеи для контента и оптимизировать описания товаров. Несмотря на то, что даже некоторые готовые инструменты могут быть дорогостоящими, результаты исследований [7] показывают, что вложения в ИИ окупаются достаточно быстро вследствие того, что компания существенно снижает затраты на персонал, отдавая часть задач ИИ-ассистентам и программам, и освобождает огромное количество времени, затрачивае-

мого на выполнение рутинных задач, для реализации более важных административных функций и принятия стратегических решений в рамках развития компании, а также повышая скорость принятия этих решений. Помимо автоматизации процессов ИИ также может использоваться и для выполнения творческих задач, например, разработки логотипов или названия компании, что также позволяет снизить издержки на привлечение сторонних специалистов.

Второй способ – образование альянсов микропредприятий для объединения ресурсов. Предприятия могут объединяться с целью проведения исследований и разработки новых технологий, в результате чего каждое из них получит работающий продукт, дальнейшая персонификация которого будет значительно дешевле, чем создание нового. В рамках таких альянсов компании также могут обмениваться технологиями, что позволяет ускорить процесс внедрения новых решений. Например, «Кооперация МСП» [7] – проект, реализуемый Фондом «Росконгресс» и объединяющий российские и иностранные компании с целью развития бизнес-сотрудничества, производственной кооперации, привлечения инвестиций и обмена технологиями. Компании сами создают свои карточки, после чего могут ознакомиться с реестром и посмотреть, что предлагают другие компании.

Помимо возможностей, которые открываются микропредприятиям с внедрением ИИ, также следует учитывать и риски, преждевременная проработка которых улучшит опыт их использования и предотвратит возможность обратного ожидаемому эффекта. В первую очередь нужно иметь четкую цель внедрения продукта: снижение издержек на персонал, увеличение количества продаж, оптимизация времени и т.д. Наличие ИИ не должно являться самоцелью, так как такой подход делает невозможным оценку результатов его внедрения. Возможность не расширять штат вследствие замены кадров инструментами ИИ влечет за собой необходимость обозначить действующему персоналу те выгоды, которые приобретет компания, а также обучить его работе с данными инструментами. В противном случае недостаточное вовлечение команды и неумение работы с новыми технологиями также повлечет за собой неэффективность внедрения ИИ и отрицательные результаты. Важно также изучить этические риски и юридические аспекты использования некоторых инструментов в области авторского права. На данный момент в РФ нет единого документа, который бы полноценно регулировал сферу ИИ. Однако при работе с зарубежными сервисами важно учитывать те нормы, которые они установили в рамках своей компании. Они могут распространять авторское право на всю информацию, полученную в результате их использования, и в связи с этим у предприятия могут возникнуть определенные обязательства или даже судебные тяжбы, влекущие за собой огромные убытки, которые микропредприятиям окажутся не по силам нести. Серьезной проблемами являются

недостаточная защищенность данных, используемых организациями при работе с подобными сервисами, и их утечка. В результате у предприятия могут возникнуть большие репутационные потери. Крупные корпорации, имеющие специалистов в данной области, могут попытаться нивелировать последствия таких утечек, в то время как для микропредприятий они будут обозначать неминуемый конец деятельности. Именно поэтому важно очень внимательно относиться к предоставляемым ИИ-инструментам данным и по возможности обезличивать их.

Подводя итог, можно отметить, что интеграция ИИ в микробизнес повышает конкурентоспособность, оптимизируя процессы и улучшая обслуживание клиентов. Это помогает микропредприятиям находить ниши, адаптироваться к потребностям и предлагать персонализированные решения. Гибкость и инновационность микробизнеса позволяют успешно конкурировать с крупными корпорациями, укрепляя их позиции на рынке. Технологии ИИ в настоящее время находятся на начальном этапе своей интеграции в сферу микробизнеса. Учитывая, что развитие этих технологий происходит очень активно, сейчас особенно важно повышать уровень знаний предпринимателей о возможностях, которые предоставляют технологии ИИ, но и следует обращать внимание на потенциальные проблемы и риски, а также на методы и стратегии, которые помогут их предотвратить.

Список литературы:

1. Бамбуров, В.А. Применение технологий искусственного интеллекта в корпоративном управлении / В. А. Бамбуров. – Текст : непосредственный // Государственная служба. – 2018. – Т. 20, вып. 3. – С. 23-28.
2. Белова, Е.Ю. Трансформация систем менеджмента предприятий в контексте цифровизации / Е. Ю. Белова, М. О. Шевченко. – Текст : непосредственный // E-Management. – 2023. – Т. 6, вып. 1. – С. 17-28.
3. Искусственный интеллект и его место в развитии малого бизнеса / А. Т. Гыязов, М. М. Усонов, Х. К. Тагаев, Ш. И. Кадыров. – Текст : непосредственный // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2021. – Т. 14, вып. 5. – С. 86—97.
4. Лукичев, П.М. Риски применения искусственного интеллекта в краткосрочном периоде / П. М. Лукичев, О. П. Чекмарев. – Текст : непосредственный // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Т. 13, вып. 4. – С. 2443-2460.
5. Симаева, Н.П. Развитие малого бизнеса в условиях цифровой экономики: риски и возможности / Н. П. Симаева, А. И. Аджиева. – Текст : непосредственный // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2023. – Т. 13, вып. 10А. – С. 220-235.

6. Нейросети в малом бизнесе: первые шаги и реальный опыт основателя BVDSHOP. – Текст : электронный // vs.ru : [сайт]. – 2024. – URL: <https://vc.ru/services/1487423-neiroseti-v-malom-biznese-pervye-shagi-i-realnyi-opyt-osnovatelya-bvdshop> (дата обращения: 29.09.2024).

7. ПРИМ. Искусственный интеллект в микро- и малом бизнесе: практики и оценки перспектив. Опрос предпринимателей. – Текст : электронный // smbiz.fom.ru : [сайт]. – 2023. – URL: <https://smbiz.fom.ru/post/prim-iskusstvennyj-intellekt-v-mikro-i-malom-biznese> (дата обращения: 01.10.2024).

Малышева Ксения Константиновна, студент гр. ОУб-211, IV курс
 Научный руководитель – к.т.н., доцент Закамская Лариса Леонидовна
 ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
 имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Трудовые ресурсы играют ключевую роль в деятельности любого предприятия, являясь одним из основных факторов его конкурентоспособности. В условиях современного рынка, где быстрое технологическое развитие и усиление конкуренции требуют высокой адаптивности, квалифицированный и мотивированный персонал становится важнейшим активом компании.

Ключевым аспектом повышения конкурентоспособности предприятия является не только привлечение, но и удержание квалифицированных специалистов, а также обеспечение их продуктивной работы. В качестве объекта исследования анализировалось ООО «Кемеровский ДСК». Динамика показателей эффективности использования трудовых ресурсов ООО «Кемеровский ДСК» показана в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика показателей эффективности использования трудовых ресурсов

№	Наименование показателей	Ед. изм.	2022 год	2023 год	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
1	Выручка	Тыс. руб.	2014697	2289661	+274964	+13,68
2	Среднесписочная численность работников	Чел.	783	891	+108	+13,79
3	Производительность труда	Тыс. руб./ч	2573,05	2569,77	-3,28	-0,13

		ел.				
4	Фонд оплаты труда	Тыс. руб.	483518	635413	+151895	+31,42
5	Среднемесячная заработная плата	Тыс. руб.	51,46	59,43	+7,97	+15,49
6	Коэффициент текучести персонала	%	36,60	45,20	+8,60	+23,50

Результат анализа показал, что в 2023 году выручка организации увеличилась на 13,68% по сравнению с 2022 годом (на 274 964 тыс. руб.), что свидетельствует об увеличении объема продаж ООО «Кемеровский ДСК» и является положительным фактором.

Однако, несмотря на рост выручки, на предприятии наблюдаются и отрицательные факторы в области использования трудовых ресурсов. Так, несмотря на увеличение выручки, производительность труда сократилась на 0,13%. Основная причина снижения производительности связана с тем, что темп роста среднесписочной численности сотрудников опережает темп роста выручки.

Увеличение численности персонала обусловлено увеличением объема производства основной площадки, а также приобретением новой производственной территории. В 2023 году среднесписочная численность работников возросла на 108 человек (на 13,79%), что повлекло за собой увеличение фонда оплаты труда (на 31,42%).

В ООО «Кемеровский ДСК» коэффициент текучести кадров за 2023 год составил 45,2%, что значительно превышает нормативное значение и указывает на серьезные проблемы с кадрами и сложности в удержании персонала. Учитывая специфику деятельности предприятия – производство (строительная отрасль), основной причиной текучести кадров является сезонность работы, отток численности наблюдался в период с апреля по сентябрь, когда строительные работы ведутся не только у официальных работодателей.

Многие сотрудники выбирают работу с «черной» заработной платой, многие уходят на так называемый «калым». Отток сотрудников в большей части идет с основных подразделений – формовочный участок, арматурный участок, участок крупнопанельного домостроения. Сотрудники уходят чаще со стажем до года, так как квалификации для работы по профессии «Формовщик железобетонных изделий и конструкций» не требуется (обучение проходит на предприятии), условия труда достаточно тяжелые, а уровень заработной платы для учеников или 2 разряда по профессии невысокий, многие не видят смысла в повышении разрядов, и меняют сферу деятельности, либо уходят на «черный заработок» бетонщиками, арматурщиками.

Немало важным является то, что более 40% сотрудников жители сельской местности и в летний период это влияет на причины увольнения,

а также заболеваемость сотрудников. Еще одна причина увольнения сотрудников связана с неэффективностью реализуемой программы наставничества.

В ходе анализа были выделены четыре основных аспекта: сильные и слабые стороны внутренней среды, а также возможности и угрозы внешней среды. SWOT-анализ предприятия позволяет визуализировать эти аспекты и их взаимосвязи, обеспечивая основу для разработки стратегии развития. В таблице 2 представлен SWOT-анализа предприятия.

Таблица 2 – SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Является одним из ключевых промышленных объектов в Кузбассе в отрасли промышленности строительных материалов. 2. Наличие уникальных товаров, качественного и широкого ассортимента продукции и услуг, долгое время на рынке. 3. ООО «Кемеровский ДСК» имеет сайт, социальную сеть ВКонтакте. 4. Проведение активной молодежной и социальной политики. 5. Использование современных способов привлечения кадров. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Плохая инфраструктура, дороги к проезду, а также местоположение: удаленность и труднодоступность. 2. Высокая текучесть кадров, нехватка кадров по определенному виду деятельности. 3. Средняя зарплата в организации меньше, чем в отрасли [5]. 4. Нездоровая ситуации в коллективе, корпоративном климате предприятия. 5. Несовершенная организационная структура.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие и застройка региона. 2. Умеренная конкуренция на рынке жилищного строительства. 3. Реализация государственной программы «Жилищная и социальная инфраструктура Кузбасса». 4. Развитие инвестиционной политики в городе Кемерово и создание инвестиционного портала. 5. Поддержка государственных программ и фондов развития. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение санкций против России. 2. Снижение численности трудоспособного населения Кемеровской области. 3. Недостаток квалифицированных специалистов в сфере строительства. 4. Ужесточение миграционного законодательства.

На основании SWOT-анализа можно сделать следующие выводы. Производство уникальных товаров, широкий ассортимент продукции и услуг, а также длительное присутствие на рынке обеспечивают компании конкурентные преимущества, создают новые рыночные возможности и помогают привлекать новых покупателей.

Реализация государственной программы «Жилищная и социальная инфраструктура Кузбасса» может предоставить компании доступ к дополнительным источникам кадров, например, через программы профессиональной переподготовки или поддержки молодых специалистов. Поддерж-

ка государственных программ позволит предприятию улучшить условия труда и социальный пакет для сотрудников, что снизит текучесть кадров и улучшит корпоративный климат.

В условиях недостатка квалифицированных специалистов в сфере строительства, компания может активно инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников. Партнерство с образовательными учреждениями: сотрудничество с вузами и техникумами поможет компании привлечь молодых специалистов и обеспечить себе постоянный поток квалифицированных кадров. Проведение активной молодежной и социальной политики создает позитивный имидж в обществе, что может удержать молодых специалистов на предприятии.

Наличие веб-сайта и активности в социальных сетях, обеспечивает эффективные каналы коммуникации с клиентами и потенциальными партнерами.

Для улучшения ситуации с персоналом ООО «Кемеровский ДСК» следует сосредоточиться на повышении производительности труда, уровня оплаты труда и улучшении корпоративного климата. Важно пересмотреть систему зарплат, которая на данный момент ниже средней по отрасли, и внедрить социальные программы для сотрудников. Также необходимо решить проблему нездоровой атмосферы в коллективе путем внедрения программ командообразования, тренингов по управлению конфликтами и улучшения внутренних коммуникаций.

Кроме того, для повышения производительности труда можно рассмотреть следующие предложения: провести анализ структуры и численности кадров, чтобы определить возможности для оптимизации, что позволит снизить избыточные расходы и улучшить производительность. Также важно внедрить программы обучения и повышения квалификации для сотрудников, чтобы улучшить их навыки, и инвестировать в технологии и автоматизацию, что снизит зависимость от численности персонала и повысит эффективность. Кроме того, необходимо разработать систему мотивации, основанную на результатах работы, чтобы стимулировать сотрудников.

Эти меры помогут снизить текучесть кадров и повысить удовлетворенность сотрудников, что в свою очередь создаст условия для устойчивого роста компании и дальнейшего развития ее конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Баранова, И.П. Человеческие ресурсы: их роль и значение / И.П. Баранова, Н.С. Попов. – Текст: непосредственный // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации : сборник материалов XX международной научно-практической конференции, 30 декабря 2023 г. – Москва, 2023. – С. 206 – 210.

2. Русецкая, И.Б. Современные проблемы управления человеческими ресурсами организации / И.Б. Русецкая, И.В. Соклакова, В.Н. Бор. – Текст : непосредственный // Вестник академии управления и производства. – 2021. № 2-2. – С. 63 – 71.

3. Сайт ООО «Кемеровский ДСК» : сайт. – URL: – <https://kemdsk.ru/> (дата обращения: 16.09.2024).

4. Сервис проверки контрагентов List-Org : сайт. – URL: <https://www.list-org.com/company/6129437> (дата обращения: 16.09.2024). – Текст : электронный.

5. Среднемесячная заработная плата на одного работника по региону Кемеровская область. – Текст : электронный // Audit-it.ru : сайт. – URL: https://www.audit-it.ru/inform/zarplata/index.php?id_region=149 (дата обращения: 16.09.2024).

Меринова Дарья Анатольевна, студент гр. ССб-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОТ КОНКУРЕНЦИИ К РОСТУ: КАК ИНТЕГРИРОВАННЫЙ БРЕНДИНГ ПРЕОБРАЗУЕТ ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС

В условиях конкурентной среды гостиничного бизнеса, постоянно меняющихся потребностей клиентов и стремительного развития цифровых технологий, крайне важно для гостиничного бизнеса выработать четкую стратегию развития, нацеленную на укрепление позиций на рынке и достижение устойчивого роста.

Аналогичные проблемы используют в своей работе многие гостиничные предприятия. В мировой практике широко используются различные стратегические инструменты, такие как:

- дифференциация: создание уникального предложения, выделяющего гостиницу среди конкурентов;
- фокусировка: специализация на определенном сегменте рынка и удовлетворение специфических потребностей клиентов;
- лидерство по издержкам: обеспечение низких цен и высокой эффективности за счет оптимизации бизнес-процессов.

Однако, для гостиниц предлагается более комплексный подход - интегрированный брендинг, который отличается от традиционных стратегий и обеспечивает системное развитие всех сторон деятельности [3].

В настоящее время гостиничный бизнес отличается отсутствием четкой стратегии развития и недостаточной взаимосвязью между отдельными целями.

Предлагается формирование стратегии развития гостиниц на основе стратегической карты (рисунок 1), определяющей ключевые целевые ориентиры и взаимосвязи между ними:

- укрепление позиций на рынке: обеспечение роста чистой прибыли и рентабельности продаж;
- увеличение объема реализации гостиничных услуг: за счет задействования имеющегося номерного фонда и увеличения спроса на рынке.

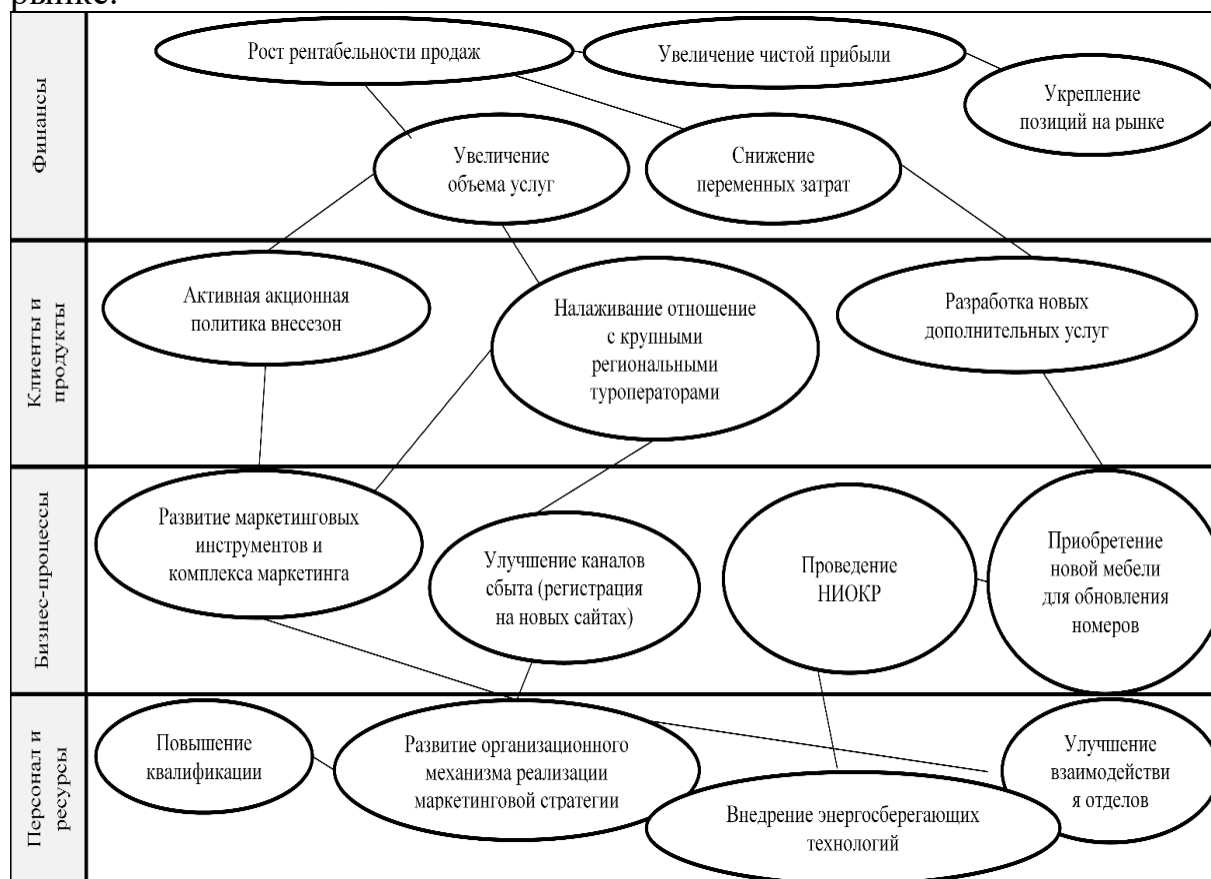


Рисунок 1 – Предлагаемая стратегическая карта для гостиниц

Для достижения этих целей предлагается использовать интегрированный брендинг как основной инструмент продвижения и укрепления позиций [4]:

- создание уникального бренда: формирование ценностей, основанных на сильных сторонах гостиницы и ожиданиях клиентов;
- интеграция бренда: внедрение брендовых принципов во все сферы деятельности, включая организационную структуру, принятие управленческих решений и корпоративную культуру;

– ориентация на потребителя: создание отношений с клиентами, в которых они могут идентифицировать себя с ценностями гостиницы и получать максимальную удовлетворенность от услуг [1].

Таким образом мы сможем получить следующий результат:

– увеличение доли рынка: за счет роста прибыли и спроса на услуги;

– укрепление позиций на рынке: создание конкурентного преимущества за счет уникального бренда и повышенной лояльности клиентов;

– повышение эффективности управления: за счет интеграции бренда во все сферы деятельности и ориентации на достижение стратегических целей;

– устойчивое развитие: создание долгосрочной перспективы для гостиниц.

Интегрированный брендинг – это инвестиции в долгосрочное развитие и принесут значительный экономический эффект:

– увеличение выручки: за счет роста спроса на услуги и повышения цены;

– снижение издержек: за счет повышения эффективности и оптимизации бизнес-процессов;

– повышение рентабельности: за счет увеличения прибыли и снижения издержек [2].

Внедрение интегрированного брендинга для гостиничного бизнеса – это перспективный шаг на пути к успешному развитию. Он обеспечит комплексный подход к реализации стратегии и принесет значительный экономический и конкурентный эффект. Важно помнить, что брендинг – это не одноразовая акция, а постоянная работа по формированию и укреплению позиционирования гостиницы на рынке.

Список литературы:

1. Черенков, В.И. Бренд и брендинг: вопросы теории и репрезентации / В. И. Черенков, А. А. Веретено // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-i-branding-voprosy-teorii-i-reprezentatsii> (дата обращения: 04.10.2024).

2. Нифатова, Е.М. Формализованное представление интегрированного брендинга: сущность и особенности управления // Формирование рыночных отношений в Украине. 2017. №12 (199). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formalizovannoe-predstavlenie-integrirrovannogo-brandinga-suschnost-i-osobennosti-upravleniya> (дата обращения: 04.10.2024).

3. Кусраева, О.А. Современная теория брендинга: разделение подходов на основе функциональной составляющей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-teoriya-brendinga-razdelenie-podhodov-na-osnove-funktsionalnoy-sostavlyayushey> (дата обращения: 04.10.2024).

4. Геманова, К.Д. Разработка услуги по брендированию / К.Д. Геманова, Д. А. Вертячих, А. Н. Малюгин // Производственные системы будущего: опыт внедрения Lean и экологических решений: Материалы III международной научно-практической конференции, Кемерово, 10–11 апреля 2024 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2024. – С. 302.1-302.x6. – EDN XIYCBK.

Метальникова Елизавета Сергеевна, студент гр. ОУБ-211.
Научный руководитель – к.т.н., доцент Закамская Лариса Леонидовна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях текущего рынка, где конкуренция становится все более интенсивной, компании вынуждены искать новые пути для укрепления своих позиций и достижения устойчивого роста. Одной из ключевых составляющих успешной деятельности любого предприятия является его социальная стратегия. Стратегия ООО СЗ «СДС-Строй» охватывает широкий спектр вопросов, включая социальные программы для сотрудников, взаимодействие с обществом, охрану окружающей среды и устойчивое развитие.

На основе данных из Положения о Социальной поддержке сотрудников ООО «СДС-Строй» [3], социальная политика как инструмент мотивации работников предусматривает принятие решений, касающихся следующих аспектов:

- выбор приоритетов в направленности самой социальной политики (социальная защита);
- выбор форм предоставления услуг, льгот, выплат и их видов;
- оценка величины возможных выплат, исходя из поставленных задач и финансовых возможностей предприятия;

– дифференциация размеров выплат по категориям персонала в зависимости от уровня заработной платы, избирательности в предоставлении льгот и услуг.

Рассмотрим несколько основных направлений социальной стратегии (СС) исследуемого предприятия, одним из которых является охрана труда и здоровья.

У ООО «СДС-Строй» есть основные цели в области охраны труда, которые направлены на обеспечение безопасности и здоровья работников, предотвращение производственного травматизма и профессиональных заболеваний [1].

К основным целям предприятия в области охраны труда относятся: обеспечение приоритета сохранения жизни и здоровья работников по отношению к другим результатам трудовой деятельности; осуществление организационно-технических мероприятий, направленных на профилактику профессиональных заболеваний и несчастных случаев на производстве; обеспечение законных интересов работников, пострадавших от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, а также членов их семей на основе обязательного социального страхования работников от профессиональных заболеваний и несчастных случаев; предоставление полной или частичной компенсации платы за санаторно-курортное лечение и путевки выходного дня в санаторий «Танай» [4] и т.д.

Компания ООО «СДС-Строй» придает высокое значение здоровью своих работников и принимает активные меры для обеспечения их доступа к качественной медицинской помощи. В этом контексте предприятие оплачивает прохождения медицинского осмотра в АО Клиника «Энергетик». Компания ООО «СДС-Строй» напрямую сотрудничает с АО Клиника «Энергетик» на постоянной основе, обеспечивая тем самым доступность качественной медицинской помощи для своих работников.

Следующим, не менее важным элементом СС является корпоративное обучение, так как от квалифицированной подготовки сотрудников зависит конечный результат деятельности предприятия. Непрерывное обучение и повышение квалификации кадров является одним из основных факторов, обеспечивающих устойчивое развитие и укрепление позиций на рынке.

Согласно Приказу об утверждении Концепции кадровой политики «СДС-Строй» проводятся следующие мероприятия по обучению:

– поддержка и развитие профессиональных компетенций работников через систему постоянного обучения и повышения квалификации. Основной упор на внутрикорпоративное обучение: обучение на рабочем месте, семинары, тренинги, дистанционное обучение;

– организация предлагает программы развития и обучения у лучших спикеров России за счет компании, а также оплачивает практику и стажировку на предприятиях-партнерах для студентов;

– компания оплачивает затраты на обучение сотрудников. С работником подписывается Соглашение об обучении, регулирующее условия возмещения затрат при увольнении;

– виды профессионального обучения: обучение вторым профессиям, обязательное обучение по законодательству, повышение квалификации, профессиональная подготовка, предаттестационная подготовка;

– направления обучения и развития: семинары, бизнес-тренинги, конкурсы профессионального мастерства, участие в чемпионатах, проектных группах, выставках и форумах.

Внутри компании проводятся следующие мероприятия: обучение по программе «бережливое производство», профессиональные конкурсы «Лучший строитель года» и «Профессионал года» [2].

Особое место в социальных проектах занимают инициативы, направленные на поддержку семьи и детства. Организация заботится не только о своих сотрудниках, но и о их семьях. Часто проводятся мероприятия, на которые сотрудники приводят своих детей, что способствует их социализации и приобщению к культуре компании. Дети видят предоставляемые привилегии и могут в будущем стать работниками компании.

«СДС-Строй» предлагает следующие мероприятия для детей своих сотрудников: «Подарки первоклашкам»: подарки для детей, идущих в первый класс; льготные путевки в лагерь; содействие в предоставлении мест в детских дошкольных учреждениях; конкурсы в честь всероссийских праздников; программа «особенные дети»: поддержка семей сотрудников с детьми с инвалидностью и т.д.

Таким образом, на ООО СЗ «СДС-Строй» предусмотрен социальный пакет, включающий как необходимые, так и дополнительные, стимулирующие элементы. Однако структуру этого пакета можно развивать и дальше.

Рассмотрим динамику среднесписочной численности сотрудников ООО «СДС-Строй», представленную на рисунке 1. Диаграмма способствует оценке изменений в штате компании.

Как видно из рисунка 1 в ООО «СДС-Строй» в 2022 году наблюдалось снижение численности сотрудников по сравнению с предыдущим годом. Это снижение может быть связано с различными факторами, такими как завершение крупных проектов, оптимизация штата или временное сокращение объемов работ.

Однако в 2023 году произошло значительное увеличение среднесписочной численности. Это увеличение обусловлено тем, что количество строительных объектов возросло, что потребовало большего количества работников для выполнения возросшего объема работ.

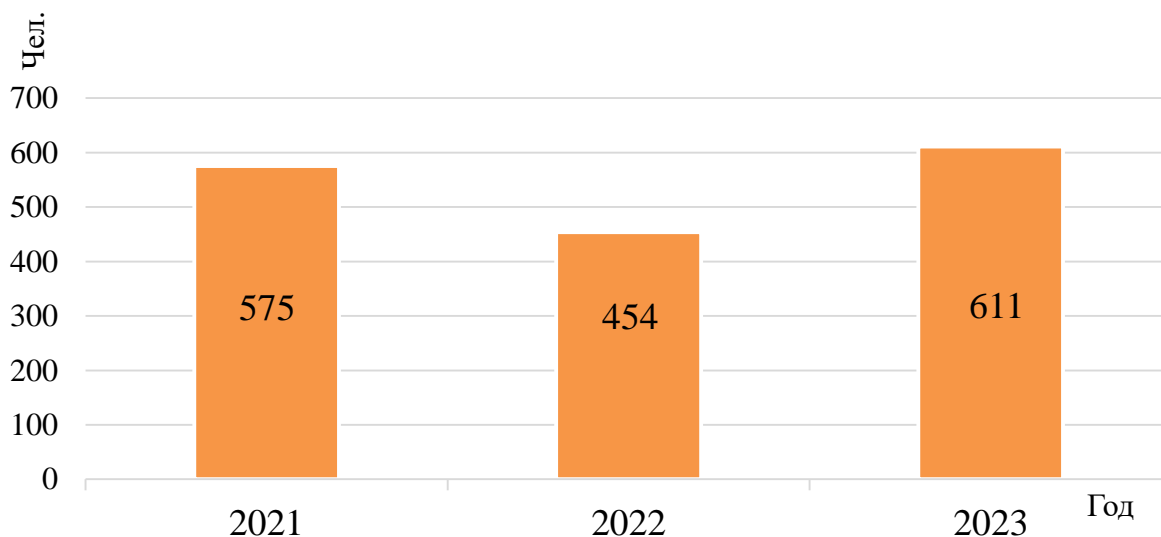


Рисунок 1 – Динамика среднесписочной численности, чел.

Таким образом, динамика среднесписочной численности отражает изменения в объеме строительных работ и потребности в рабочей силе для их выполнения.

Для анализа ключевых элементов СС на выбранном предприятии используем SWOT анализ. С помощью него проанализируем конкурентоспособность и устойчивости бизнеса.

Таблица 1 – SWOT анализ ООО «СДС-Строй»

Сильные стороны (S)	Угрозы (Т)
1. Высококвалифицированный персонал; 2. Сильная социальная стратегия; 3. Достойная оплата труда; 4. Удобный офис.	1. Снижение спроса на жилье в регионе из-за снижения уровня жизни населения и его оттока; 2. Удорожание строительных материалов; 3. Изменения в финансировании строительства.
Слабые стороны (W)	Возможности (О)
1. Низкая заинтересованность сотрудников в развитии предприятия; 2. Личные конфликты; 3. Несвоевременная оплата труда; 4. Отсутствие некоторых условий для удобства сотрудников.	1. Проект по развитию строительной отрасли в Кузбассе до 2030 года; 2. Проект по застройке территории горнолыжного курорта Шерегеш.

На основе SWOT анализа можно сделать вывод, что у предприятия хороший имидж на строительном рынке, поэтому можно использовать высококвалифицированный персонал для разработки крупных социально-значимых проектов. Качественный анализ рынка маркетологами предприя-

тия позволит выявить актуальные направления строительства для населения, а также решить проблему удорожания строительных материалов путем поиска новых поставщиков с более выгодными ценами.

Усовершенствование условий труда для комфортной работы сотрудников, повышение квалификации рабочих и привлечение большей части персонала к участию в корпоративной жизни организации также являются важными аспектами. Проведение тщательного анализа издержек для определения наиболее значимых статей расходов и потенциальных областей для сокращения издержек позволит оптимизировать бизнес-процессы, устранив избыточность и неэффективность, и направить средства на развитие социальной стратегии.

Социальная стратегия является важным фактором конкурентоспособности предприятия. Внедрение программ, направленных на улучшение условий труда, повышение квалификации сотрудников и их вовлеченность в корпоративную жизнь, способствует созданию благоприятной рабочей среды и повышению мотивации персонала. Кроме того, участие в социально-значимых проектах и анализ рынка для выявления актуальных направлений строительства помогают предприятию укрепить свою репутацию и удовлетворить потребности горожан. Оптимизация издержек и бизнес-процессов также играет ключевую роль в повышении эффективности и устойчивости компании. Таким образом, социальная стратегия не только улучшает внутренние процессы, но и способствует укреплению позиций предприятия на рынке.

Список литературы:

1. О компании ООО «СДС-Строй» // URL: О компании - СДС-Строй (xn----gtbqtjdbbj.xn--p1ai) (дата обращения: 15.09.2024).
2. Положение о конкурсе проф. мастерства ООО «СДС-Строй» // URL: Положение о конкурсе проф. мастерства 2022.pdf (дата обращения: 16.09.2024).
3. Положение о социальной поддержке сотрудников ООО "СДС-Строй" // Приказ+Положение социальной поддержке сотрудников СДС-Строй.pdf (дата обращения: 15.09.2024).
4. Положение по компенсации санаторно-курортного лечения в сан.Танай // URL: Положение по компенсации сан-кур и пвд в санаторий Танай.pdf (дата обращения: 14.09.2024).

Михайлов Владимир Сергеевич, студент гр. ПЭМ-231, II курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Жернов Евгений Евгеньевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕНЦИЯ ПО ИНТЕЛЛЕКТУ: ФИРМЫ ИЛИ ЛЮДИ?

Тема конкуренции многогранна: важнейшей гранью сегодня является конкуренция и интеллект. Актуальность темы обусловлена появлением проблемы описания, так называемого, интеллекта фирмы и его применения в конкуренции фирм в связи с технологиями искусственного интеллекта (далее – ИИ) и исчерпанностью классических тем в экономике фирмы. Возможности повышения конкурентоспособности путем усовершенствования традиционной технологии производства, внедрения относительно новых методов управления, повышения квалификации персонала сегодня крайне ограничены. На передний план выдвигается задача вовлечения в этот процесс интеллекта.

О.С. Сухарев отмечает очень жесткую конкуренцию по интеллекту среди интеллектуальных фирм [9, с. 54]. Практическую проблему автор видит в следующем: «Самостоятельные функции, отражающие так или иначе знания или интеллект фирмы, возможны, но они весьма расплывчаты и не могут участвовать в сравнительном анализе фирм» [9, с. 59]. На наш взгляд такая «расплывчатость» вызвана тем, что знания и интеллект присущи людям, а не фирмам [2; 7].

Тем не менее, О.С. Сухарев считает, что низкий интеллект не означает, что «фирма потерпит обязательно конкурентное поражение». В качестве доказательства автор приводит эффект гиперселекции (сверхотбора), «когда наиболее конкурентный агент на рынке терпит поражение относительно менее конкурентоспособного агента» [9, с. 52].

В институционализме такое явление обусловлено состоянием институтов данного рынка и способами влияния на него. Влияние интеллекта конкретного субъекта хозяйствования на эти условия может быть несущественным. Однако интеллект позволяет осознавать и понимать наличие таких условий, хотя понимание не означает действия. Следовательно, поражение или победа на рынке не связаны с интеллектом фирмы напрямую.

Следует обратить внимание на использование в институционализме термина «сверхотбор», присущего и универсальному эволюционизму. Он входит в дарвиновскую триаду «наследственность, изменчивость, отбор». Как известно, Дарвин объяснил, что живая природа, частью которой является человек, живет по законам эволюции. Ее движущей силой является борьба между видами, которая ведет к естественному отбору «по правилам природного рынка» (выражение Н.Н. Моисеева).

Но потенциал эволюции действительно необъятен и ее пути непредсказуемы. В действительности же именно эта неблагоприятная коллизия, резко обострившая все противоречия их жизни, послужила для наших предков источником разнообразнейших изобретений и стимулом их последующего прогрессивного развития. Именно она подняла наших предков на качественно новый уровень развития и заставила их однажды превратиться в людей. Конкуренция – частный случай такого «естественного отбора», происходящего в человеческом обществе. Получается, что Дарвин своей теорией усилил научный характер тезисов как об эволюции общества, о прогрессе в целом, так и о капиталистической конкуренции.

Универсальный эволюционизм Н.Н. Моисеева дополняет дарвиновскую триаду конкуренцией, хотя он и не включает ее в наиболее фундаментальные принципы и проблемы [10, с. 118]. Расширяя основной смысл понятий концепции универсального эволюционизма (далее – КУЭ), Моисеев называет отбором «совокупность правил (законов, процедур), отображающих виртуальное множество на множество реализуемых состояний» [10, с. 118]. Из этого определения, во-первых, видно, что из множества возможных (виртуальных) состояний системы реализуется только некоторое подмножество. Во-вторых, по Моисееву, отбор – это набор законов; в общественной жизни, включающей экономику, это законы общественного развития; по мере эволюции появляются качественно новые принципы отбора, формулируемые Разумом. Данный аспект, на наш взгляд, – точка сопряжения универсального эволюционизма Моисеева и институционализма в когнитивном плане при выборе пути развития, хотя слово интеллект Моисеев связывает только с человеком. Ученый объясняет это так: «Человек способен мыслить абстрактно, формировать общие понятия, отрывать в мышлении от сиюминутной реальности, рефлексировать, т.е. наблюдать себя со стороны. А, следовательно, иметь возможность изучать не только окружающий мир, но и самого себя. Вот почему термин интеллект я буду связывать только с человеком» [8, с. 166].

В биологии отбор связывают с адаптацией. Н.Н. Моисеев, будучи математиком, интерпретирует адаптацию как оптимизацию, оставляя ее, как и конкуренцию, за пределами основных принципов КУЭ. Вместе с тем Моисеев выделяет алгоритмы адаптационного типа, предполагающие наличие интеллекта, наряду с алгоритмами бифуркационного типа. Механизм бифуркации опасен для организованных форм, поскольку может привести к их регрессу. Избежать такого негативного сценария можно с помощью управления: управления адаптацией [3], конкуренцией, интеллектом, то есть управления, адаптированного к реальности, в котором задействованы обладающие интеллектом субъекты всех звеньев управления фирмой. В отчете АО «СУЭК» за 2021 год есть раздел «Адаптируемся к реальности» [1]. Оставаться на почве реальности важно всегда, а в период текущего сложного кризиса важно особенно.

Данный пример показывает, что победа на конкурентных рынках обусловлена не интеллектуальными способностями фирмы, а интеллектуальными способностями ее работников, обладающими знаниями. Отделение знаний от работников, свойственное некоторым теоретикам управления знаниями, с одной стороны, позволяет лучше представить знания в математических моделях, что полезно при сравнительном анализе интеллектуальных фирм. Но, с другой стороны, осложняет или даже делает невозможным гуманистическое управление персоналом фирмы, повышающее творческие потенции людей. Последние, как известно, играют сегодня решающую роль в конкурентной борьбе на интеллектуальных рынках.

Конкуренция интеллектуальных фирм это, прежде всего, конкуренция интеллектов их работников. Для того, чтобы она состоялась, нужна добросовестная конкуренция в образовании. Достижения любой интеллектуальной деятельности, концентрируемые, так или иначе, в образовании, в конечном счете, принадлежат обществу в целом, поскольку базируются на коллективных знаниях предшественников, передаваемых через обучение.

Цифровизация с использованием ИИ кардинально повысила требования к стандартам образования и поставила периферийные вузы в сложные конкурентные условия [6]. В этой конкурентной борьбе выживут только те из них, которым удастся соответствовать высокому уровню требований, включая этические [5], к содержанию и организации профессионального образования, отвечающего запросам региональной промышленности и экономики в целом. Наметившиеся в постсоветской России тенденции гуманитаризации регионального образования в ресурсодобывающем регионе в противовес инженерному образованию усиливают риски обеспечения предприятий квалифицированными кадрами, в том числе необходимыми для суверенитета и безопасности страны. А также обрекают на нерациональное использование физических и нравственных сил участников научного и образовательного процессов и, в конечном счете, на отставание в нарастающей конкуренции интеллектов.

С 1 мая 2024 года вступили в силу поправки в закон «Об образовании», которые касаются целевого обучения. Будущий работодатель берет на себя часть или даже все расходы студента и гарантирует ему трудоустройство. Так называемые «внешние издержки» бизнеса, которые раньше возлагались на все общество, теперь обрели свое надлежащее место [12].

Использование комбинации двух подходов – институционализма и универсального эволюционизма – позволяет сделать следующие выводы. Рассматривая конкуренцию интеллектов, можно и нужно раскрывать духовную сторону феномена «конкуренции», задействуя категории сотрудничества, кооперации и взаимопомощи, чтобы конкуренция умов не стала «бесконечной борьбой эгоизмов» (термин С.Ф. Шарапова), присущих представителям мира Homo Economicus. «Управляемый пользой, экономи-

ческий мир, по воззрениям западных экономистов, имеет могучим орудием борьбу индивидуальных эгоизмов между собой. В этой борьбе, носящей техническое название конкуренции, люди сами собой изощряются и придумывают все более и более совершенные орудия борьбы. Для большего успеха в деле люди сплачиваются в группы и союзы, удесятерят свои разрозненные силы и начинают бороться уже не человек с человеком, а группа с группой...» [11]. Если фирму понимать как группу людей, можно согласиться с использованием понятия «интеллект фирмы» в исследовании конкуренции.

Деятельность человека в экономической сфере, его экономические решения в интеллектуальной экономике будущего не должны противоречить ни общественным интересам, ни принципам гуманности [4]. Изначально на них воздействуют не только эгоистичность, рациональность и прагматичность, но и духовность, неразрывно связанная с интеллектом. Духовность и интеллект оказывают друг на друга прямое влияние. От них во многом зависит судьба самого Человека.

Список литературы:

1. АО «СУЭК». «Поставляем энергию для жизни». Интегрированный Годовой отчет компании за 2021 год. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.suek.ru/upload/files/pdf/ru/SUEK_AR21_RU.pdf. – [06.10.2024]
2. Жернов, Е.Е. О корректности категории «интеллект фирмы» // Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты: сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ / Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. Выпуск 5. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 72-80. – EDN EUAEVU.
3. Жернов, Е.Е. Рентный аспект циркулярной экономики в угольной промышленности ресурсодобывающего региона. 1. Рентный концепт циркулярной экономики / Е.Е. Жернов, Н.В. Осокина // Уголь. – 2022. – № 5. – С. 62-67. – DOI 10.18796/0041-5790-2022-5-62-67. – EDN SAEJPI.
4. Жернов, Е.Е. Стратегирование интеллектуальной фирмы: человеческое развитие // Теория и практика стратегирования: сборник избранных научных статей и материалов VI Международной научно-практической конференции, Кемерово-Мариинск-Киселевск-Прокопьевск-Гурьевск-Новокузнецк-Москва, 19–21 марта 2023 года / Под научной редакцией В.Л. Квинта. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2023. – С. 198-203. – EDN ZNLDFJ.
5. Жернов, Е.Е. Этические проблемы цифрового образования / Е.Е. Жернов, Д.Г. Кочергин // Профессиональное образование и занятость

молодежи: XXI век. Подготовка кадров для цифровой экономики: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Кемерово, 11 апреля 2019 года. – Кемерово: Кузбасский региональный институт развития профессионального образования, 2019. – С. 161-163. – EDN TDMOAT.

6. Курбатова, М.В. (2020). «Утроенный провал» институционального проектирования в реформировании высшего образования России / М.В. Курбатова, С.Н. Левин, К.С. Саблин // *Journal of Institutional Studies*. – 2020.– Т. 12. – № 4. – С. 94-111. – DOI: 10.17835/2076-6297.2020.12.4.094-111.

7. Логачев, В.А. Знание в новейших теориях фирмы / В.А. Логачев, Е.Е. Жернов // *ЭКО*. – 2007. – № 9. – С. 119-134. – EDN KTXPAR.

8. Моисеев, Н.Н. Современный рационализм. – Москва: МГВП КОКС, 1995. – 376 с.

9. Сухарев, О.С. Интеллектуальная фирма – новый вид хозяйственной организации // *Общество и экономика*. – 2021. – № 7. – С. 46-61. – DOI 10.31857/S020736760015760-5. – EDN SLEXVW.

10. Универсальный эволюционизм и глобальные проблемы / Рос. акад. наук, Ин-т философии; отв. ред.: В.В. Казютинский, Е.А. Мамчур. – Москва: ИФ РАН, 2007. – 253 с.

11. Шарапов, С.Ф. Россия будущего / Отв. ред. О.А. Платонов. – Москва: Институт русской цивилизации, 2011. – 720 с.

12. Zhernov E., Nekhoda E., Petrova M. Economic Transformation Impact on the Modernization of a Mineral Resource Industry Cluster // *E3S Web of Conferences: 5, Kemerovo, 19–21 октября 2020 года*. – Kemerovo, 2020. – P. 04003. – DOI 10.1051/e3sconf/202017404003. – EDN EIDDWV.

Нагорная Александра Павловна, студентка гр. УЦИ23-1, II курс
Научный руководитель – д.э.н., доцент Коряков Алексей Георгиевич
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

РОЛЬ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТНОГО ИГРОВОГО ПО В РФ

Индустрия компьютерных игр является одной из наиболее динамично развивающихся в сфере информационных технологий, привлекая к себе внимание как опытных разработчиков, так и начинающих талантов. Для успешной реализации проектов в этой сфере и создания качественного креативного продукта необходимо использование передовых методов раз-

работки и постоянное совершенствование процессов.

Актуальность темы заключается в том, что предложение компьютерных игр на российском рынке значительно сократилось в связи с уходом крупнейших транснациональных компаний, таких как Activision Blizzard, Sony, Nintendo, Microsoft и Bethesda, Electronic Arts, Amazon и многих других, включая перспективных российских разработчиков игрового контента (компании SperaSoft, Playrix, Mytona), сменивших свою юрисдикцию. На их место приходят ориентированные на внутренний рынок небольшие компании стартапы, целью которых является оперативно заполнить данную рыночную нишу. Такой бизнес получает значительные преференции и поддержку государства и крупных инвесторов. Требование выпуска актуального и качественного готового продукта в ограниченные сроки является приоритетным, поэтому организация процесса разработки и системное управление проектами играют важную роль для всей отрасли. Применение эффективного управленческого подхода может решить следующие задачи: повысить скорость разработки продукта, его дополнений и улучшений; организовать внешнюю и внутреннюю коммуникацию заинтересованных лиц; повысить вовлеченность команды и ее реакцию на изменения. Это в значительной мере повысит конкурентоспособность компании и отрасли в целом.

Рынок компьютерных игр является одним из самых динамично развивающихся сегментов индустрии развлечений. Распространение устойчивых высокоскоростных интернет-соединений в сферы нашей жизни, рост числа игровых устройств и пандемия выступили драйвером роста выпуска игрового ПО и увеличения числа потребителей. Оценки общемировых показателей отрасли весьма оптимистичны: рост индустрии ожидается с текущих 272,86 млрд. долларов до 426,02 миллиарда долларов в течение предстоящих пяти лет, что соответствует среднегодовому приросту в 9,32%. В результате, индустрия видеоигр демонстрирует значительный рост как в количестве игроков, так и в доходах. В перспективе предполагается сохранение тренда на увеличение популярности, количество активных игроков и рост рынка мобильных игр.

В силу текущей геополитической обстановки и ограничений, наложенных на компании из России, экспортный потенциал продаж компаний разработчиков ограничивается преимущественно странами БРИКС и некоторыми странами Азиатско-Тихоокеанского региона, который также занимает лидирующие места на мировом рынке. Стоит отметить, что рост рынка продуктов игрового контента обязательно коснется и российских разработчиков, несмотря на санкционные ограничения. Так, с 2022г. в России появилось, более 50 новых компаний, разрабатывающих компьютерные игры как на национальный рынок, так и на международный [6]. Преимуществом отечественных команд разработок игрового ПО является наличие высококвалифицированных человеческих ресурсов в области математики

и программирования, дизайна и сценарного искусства. Рост внутренних инвестиций также поддержит разработчиков. Таким образом, состояние национального рынка и его перспективы будет зависеть от результатов деятельности начинающих небольших и средних компаний.

Конечно, разработка любого программного продукта несет в себе определенные риски для заинтересованных сторон. На практике выделяют следующие: коммерческий риск, творческий риск, технический риск, управленческие риски.

Надлежащее управление проектами имеет решающее значение для управления такими рисками в целях предотвращения серьезных последствий. На помощь нам и приходят **методологии разработки игр** – специальные подходы и наборы практик управления проектами разработки, используемые командами при создании игрового продукта [1]. Методологии помогают обеспечить общий порядок, структуру и контроль, описывают основные процессы разработки, выделяют из них этапы, определяя для них персональные метрики и рекомендации. Они могут включать в себя принципы, инструменты и подходы, направленные на достижение целей проекта и оптимизацию использования ресурсов.

Существует 5 основных методологий, используемых в разработке игрового программного обеспечения.

1. Методология Waterfall (каскадная или водопадная модель)

Методология Waterfall берет свою историю из далеких 70-х годов 20 века и является широко применяемой в управлении проектами, ее по праву называют традиционной. Данная модель представляет собой линейный подход к разработке, где процесс идет последовательно через ряд этапов: определение требований, проектирование, реализация, тестирование и поддержка. Каждый этап зависит от успешного завершения предыдущего, что делает методологию довольно жесткой и негибкой [2]. В разработке игрового ПО ее используют все реже, хотя при определенных условиях она может быть очень эффективна. Пример популярной игры World of Warcraft (WoW) с 7,25 млн. подписчиков является тому подтверждением.

2. Методология Agile

Agile – это не только сама методология, но и обобщающий термин для целого ряда гибких подходов и практик, основанных на ценностях Манифеста Agile, сформулированного в далеком 2001 г. группой разработчиков Snowbird 17, состоящие из 4 основных идей и 12 принципов Agile [2].

На основе данных принципов были сформулированы основы гибких методологий, целью которых стало быстрая разработка и выпуск работоспособных версий продукта итеративным подходом. В цикле предусмотрена корректировка и дополнение продукта в соответствии с поступающими после итераций требованиями, что делает продукт более креативным, детализированным, качественным.

В отличие от метода Waterfall, Agile-подход считается более эконо-

мичным, лучше управляемым и реагирующим на изменения потребностей заказчика. Agile подходит для небольших и средних команд и проектов. Постоянный обмен информацией и организация эффективного взаимодействия заинтересованных лиц в приоритете. Профессиональное бизнес-сообщество поощряет применение Agile и содействует ее развитию (см. рис.1).

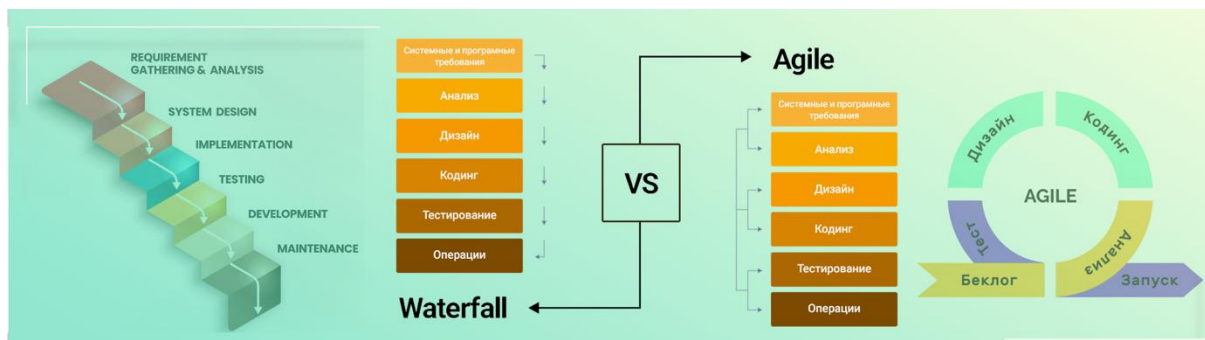


Рисунок 1 – Лестница Waterfalla и круги Agile методологии

Самыми распространенными методологиями, позволяющими сделать продукт конкурентным и наиболее адаптированным к интересам аудитории, являются зарекомендовавшие себя «фреймворки» Scrum и Kanban, а также методология управления проектами разработки ПО, как DevOps [3]. В таблице 1 можно познакомиться с их кратким описанием и ключевыми преимуществами.

При разработке ПО без проектного управления не обойтись. Оно улучшает контроль за процессами разработки и делает последние более поддающимися контролю и корректировке, прозрачнее для всех заинтересованных лиц. Применение методологий позволяет накопить собственный опыт ведения проектов, разработать собственные методики решения задач и создать сильную команду.

Таблица 1 – Характеристики и преимущества некоторых гибких методов управления проектами

Методология	Основные характеристики	Преимущества
Scrum	Гибкая методология управления проектами. Работа разбивается на спринты (2-4 недели). Включает планирование, приоритезацию задач, демонстрацию результатов и ретроспективу.	Улучшение процессов разработки, внедрение лучших практик, фокус на результатах.
Kanban	Визуализация рабочего потока и ограничение ко-	Эффективное управление задачами, устранение уз-

	личества одновременно выполняемых задач. Использование доски для отслеживания задач.	ких мест, гибкость в изменении приоритетов.
DevOps	Культурная методология, пришедшая из Японии. Объединяет процессы разработки и эксплуатации. Основные принципы: автоматизация, непрерывная интеграция и развертывание (CI/CD).	Повышение скорости и надежности поставки ПО, улучшение качества продукта, улучшенная коммуникация между командами разработки и дальнейшей поддержки.

Источник: составлено автором на основе [2], [3], [4]

Актуализация использования гибких методов проектного управления при разработке программного обеспечения произошло в эпоху недавней пандемии ковида, когда резко возрос спрос на продукты для дистанционных коммуникаций как в образовательной, так и в бизнес-средах [5].

Ярким примером успешного применения гибкой методологии является российская студия NX Studio (популярная игра "Hero Wars"), которая использует Agile с 2020 года и довольна результатами. Их руководитель Д.Цуканов в своей статье описал [7] процесс перехода своей компании на практику применения гибкой разработки Scrum. Им понадобилось не так много времени, чтобы разобраться с принципом работы фреймворка, ритуалами и терминами подхода. Компания сократила срок выхода продукта на рынок и успешно прогрессирует в этом вопросе. Увеличилась вовлеченность сотрудников в работу над проектом, работники стали ответственнее подходить к делу, использовать ретроспективу для совершенствования процессов. Результатом стал прогресс не только в производительности и эффективности разработки, но и в совершенствовании корпоративной культуры. Естественно, что, выделяя средства такой компании, инвестор будет доволен наличием современного и прозрачного проектного управления и контроля.

Нельзя не отметить роль государства как главного регулятора макроэкономических процессов в стране для обеспечения условий устойчивого развития [8]. Стимулирование развития игрового программного обеспечения в РФ должно быть ориентировано на импортозамещение и внедрение принципов экологизации производственных процессов [9].

Таким образом, хочется отметить важность развития конкурентного рынка компьютерных игр для национальной экономики. Данная отрасль пострадала от ухода с рынка иностранных игроков, при этом спрос на игровой контент вырос. Владельцы компьютеров и игровых консолей вынуждены искать варианты оплаты за игры и подписки иностранным компаниям, которые не платят национальные налоги и сборы. Участились случаи интернет-пиратства и кибермошенничества. Все это подталкивает гос-

ударство к активной поддержке национальной игровой отрасли. Это может сохранить креативные и высокотехнологичные профессии на рынке труда и создать новые рабочие места, развить отрасли электроники и вычислительной техники, сформировать экспортный кластер разработки игрового программного обеспечения.

В условиях ограниченного финансирования с небольшим штатом специалистов создать качественный продукт в короткие сроки довольно сложно. Для этого разработчик должен уделять больше внимания управлению проектами и организации процесса разработки. Применение методологий проектного управления позволит вывести продукт на конкурентный рынок максимально быстро, снизить затраты на разработку за счет оптимизации процессов, непрерывного взаимодействия с заказчиком, быстрой реакции на изменения и инкрементальной поставки функциональности. Это повысит доверие к разработчику и позволит привлечь дополнительные инвестиции на развитие.

Список литературы:

1. Дерюгин, С. В. Методы и средства проектирования информационных систем // Молодой ученый. – 2017. – № 17. – С. 51-56.
2. Хартман, Я. Agile Game Development: Build, Play, Repeat / Я. Хартман. – Addison-Wesley Professional, 2019. – 464 с.
3. Jamous, N. Hybrid project management methods efficiency in IT projects / N. Jamous, G. Garttan, D. Staegemann, M. Volk // 27th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2021. - 2021. - С. 1-10.
4. PC Industry Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029) - 2023 [Электронный ресурс] // Mordor Intelligence. - URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/pc-market> (дата обращения: 16.03.2024).
5. Kamysbayeva A., Koryakov A., Garnova N., Glushkov S., Klimenkova S. E-learning challenge studying the covid-19 pandemic // The International Journal of Educational Management. 2021.
6. Известия IZ - [Электронный источник] – URL: <https://iz.ru/1586121/oleg-kleshchev/urovнем-vyshli-v-rf-poiavilos-bolee-50-novykh-studii-razrabotchikov-igr> (Дата обращения: 16.09.2024).
7. Scrumtrek - [Электронный источник] – URL: <https://scrumtrek.ru/cases/nx-studio-agile/> (Дата обращения: 16.09.2024).
8. Коряков, А. Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий / А. Г. Коряков // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
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.

Некрасова Инна Владимировна, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону

ФРАКТАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

Основной целью исследования является анализ влияния негативных факторов, таких как: санкции, ухода с российского рынка нерезидентов, возможность не раскрывать данные финансовой отчетности акционерных компаний на фрактальную структуру российского фондового рынка.

Исследование фрактальной структуры фондового рынка проводилось на основе Гипотезы фрактального рынка с помощью R/S-анализа.

Основной показатель R/S-анализа - критерий Хёрста был рассчитан по формуле 1.

$$H = \frac{\log(R/S)}{\log(aN)} \quad (1)$$

где,

H – показатель Хёрста;

S – среднеквадратичное отклонение ряда наблюдений x ;

R – размах накопленного отклонения Z_u ;

N – число периодов наблюдений;

a – заданная константа, положительное число.

Критерий Хёрста, названный именем английского гидролога, первоначально использовался для определения размеров плотины [8].

Гипотеза фрактального рынка была сформулирована Б. Мандельбротом в 1975 году [4].

Мандельброт является автором термина «фрактал», определив его как нерегулярное самоподобное множество, объект, каждая из частей которого подобна целому. Применение данного понятия призвано упростить моделирование процессов в нестабильных системах.

Следует отметить, что вид и форма фракталов не меняются при изменении масштаба. Это свойство позволяет применять фракталы для описания многовариантности (или даже хаотичности) развития той или иной системы. Такой подход актуален и для исследования финансовых рынков, так как все ряды котировок финансовых активов обладают самоподобием. Если представить несколько графиков с различным временным интервалом (часовые, дневные или иные изменения цен), различить их визуально будет практически невозможно.

Согласно Гипотезе эффективного рынка критерием эффективности финансовых рынков является объем информации, доступной всем инвесторам [7].

Гипотеза фрактальной структуры финансовых рынков (ФМН) не отрицает значимость новой информации, поступающей на рынок и ее влияние на текущие цены. Однако это влияние выражается нелинейной зависимостью по причине действия следующих основных факторов: неоднородной структуры рынка, запаздывающей реакцией инвесторов на поступление новой информации в силу наличия некоторой инерции при принятии инвестиционных решений и наличия моментов иррационального поведения [3].

Поэтому, можно сделать вывод, что гипотеза фрактальной структуры финансовых рынков является актуальным и практически значимым подходом к анализу финансовых рынков.

Важной дефиницией данной теории является положение о пластичности рынков, т. е. способности к изменениям и сохранении этих изменений даже в отсутствии спровоцировавшей их причины, или, другими словами, долгосрочная память.

На протяжении длительного периода времени ученые сравнивают и анализируют достоинства и недостатки Гипотезы эффективного рынка и Гипотезы фрактального рынка.

В таблице 1 приведены аргументы за и против Гипотезы эффективного рынка.

Таблица 1 – Аргументы в поддержку и против теории эффективного рынка [составлено автором]

Аргументы за:	Аргументы против:
Независимость изменений цен во времени	Потенциально большая доходность при инвестировании в фирмы с малой капитализацией (обладание этой информацией позволяет получать доход выше среднего)
Своевременные и быстрые реакции рынка на значимые события (слияния, поглощения, дробление акций и др.)	Сезонные эффекты (например, т.н. эффект января)
Невозможность получения избыточной доходности при использовании технического анализа.	Неадекватная реальности волатильность как реакция на те или иные события.
Низкая доходность инвестиционных фондов активного управления по сравнению с бенчмарком (на примере американского рынка). В такой ситуации фондам становится невыгодно собирать информацию, а значит, рынок эффективен.	Иррациональное поведение участников торгов.

По нашему мнению, гипотеза фрактального рынка (FMH) не исключает важность воздействия информации на финансовые рынки, но FMH дополняет и углубляет EMH делая акцент на степень важности информации для инвесторов с разными инвестиционными горизонтами.

В финансах критерий Хёрста используется для поиска в динамическом ряду смещений, определения автокорреляции в изменениях цен во времени, что позволяет сделать вывод о наличии или отсутствии на рынке долгосрочной памяти.

Тестирование рынков разных стран на наличие долгосрочной памяти можно найти в исследованиях Skjeltop, Su и Yong, Huang и Yang, Kumar и Maheswaran. Долгосрочную память на российском рынке ценных бумаг обнаруживает Зиненко А. В., Бурлаков, В.В., Дементьева Е.М., Дзюрдзя О.А., Некрасова И. В. [1,2,5].

В таблице 2 представлены результаты тестирования рынка на наличие долгосрочной памяти на примере индекса MOEX до начала и в период Специальной военной операции (СВО). Исходные данные о ценах индекса MOEX были взяты с сайта Финам [6].

Таблица 2 – Результаты тестирования рынка на наличие долгосрочной памяти на примере индекса MOEX [составлено автором с использованием программного пакета Gretl]

	Период до начала СВО (24.02.2020 – 22.02.2022)	Период СВО (24.02.2022 – 10.10.2023)
Значение H	0,66	0,56
Вывод	Положительная корреляция в изменении цен	Положительная корреляция в изменении цен

Значение Херста попадает в диапазон от 0,5 до 1, что говорит о том, что цены являются фракталами, а движение цен подчинено трендам. Фрактальная структура фондового рынка свидетельствует о том, что на рынке присутствуют инвесторы с различными инвестиционными горизонтами и рынок обладает долгосрочной памятью, т.е. на рынке имеются паттерны, с помощью которых, можно строить прогнозы будущей динамики цен на основе технического анализа. Полученный вывод актуален для обоих периодов исследования.

Список литературы:

1. Бурлаков, В.В. Фрактальный анализ как метод прогнозирования динамики стоимости ценных бумаг предприятий с учетом их скрытого инновационного потенциала / В.В. Бурлаков, Е.М. Дементьева, О. А. Дзюрдзя. – Текст: электронный // Вестник РГГУ. Серия Экономика. Управление. Право. – 2020. -№ 3. – С. 87-98. – URL: <https://economics.rsuh.ru/jour/article/view/269> (дата обращения: 07.08.2024).

2. Зиненко, А.В. R/S анализ на фондовом рынке / А.В. Зиненко. - Текст: электронный // Бизнес-информатика. – 2012. – №. 3 (21). – С. 24-30. – URL: <https://bijournal.hse.ru/2012--3%2821%29/63370066.html> (дата обращения: 05.09.2024).
3. Максимов, В.А. Прогнозирование доходности инвестиций на фондовом рынке / В.А. Максимов, И.В. Некрасова. – Текст: непосредственный // Экономика и математические методы. – 2001. – Т. 37. № 1. – С. 37-46.
4. Мандельброт, Б. Фрактальная геометрия природы: монография / Б. Мандельброт. – Москва: Институт компьютерных исследований, 2002. – 656 с. – ISBN 5-93972-108-7 - URL: <https://libcats.org/book/469030> (дата обращения 10.09.2024). – Режим доступа: официальный сайт Yerevan state university library and archive. – Текст: электронный.
5. Некрасова, И.В. Показатель Херста как мера фрактальной структуры и долгосрочной памяти финансовых рынков / И.В. Некрасова // Международный научно-исследовательский журнал.- 2015. - №7 (38). – С. 87-91. - URL: <https://research-journal.org/archive/7-38-2015-august/pokazatel-xersta-kak-mera-fraktalnoj-struktury-i-dolgosrochnoj-pamyati-finansovyh-rynkov> (дата обращения: 02.10.2024).
6. Экспорт данных Индекс МосБиржи: официальный сайт Финам. – 2024. – URL: <https://www.finam.ru/quote/moex/imoex/export/> (дата обращения 20.09.2024). – Текст: электронный.
7. Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. The Journal of Finance, 25(2), pp. 383-417.
8. Hurst, H. E. (1951). Long-Term Storage of Reservoirs: An Experimental Study // Transactions of the American Society of Civil Engineers, 116(1), pp. 770-799. <https://doi.org/10.1061/TACEAT.0006518>.

Непушкина Екатерина Васильевна, магистрант гр. СУмоз-241, I курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ

Предприятия общественного питания играют важную роль в современном мире. Они обеспечивают людей высококачественными услугами во время их путешествий, отдыха и развлечений. Такие предприятия могут быть разного уровня и охватывать различные сферы, от небольших точек стритфуда и фастфуда до кафе и элитных ресторанов.

В настоящее время в предприятиях общественного питания существует необходимостью совершенствования данной деятельности, формирования новых путей привлечения потребителей для того, чтобы обеспечить собственные положительные результаты работы [1].

Такие понятия как «Кейтеринговые услуги» и «Кейтеринговые обслуживания» относятся к наиболее важным пунктам в предоставлении услуг в кейтеринговых предприятиях.

Одним из современных направлений обслуживания предприятием общественного питания является кейтеринг, представляющий собой полное выездное обслуживание группы потребителей по какому-либо знаменательному праздничному поводу, проводимое как на территории заказчика услуги, так и на нейтральных территориях обслуживания потребителей.

Организация работы ООО «КЕЙТЕРИНГ» поставлена на высокий уровень, что отражается как в положительных отзывах потребителей, так и в фактической загруженности сотрудников выездным ресторанным обслуживанием и доставкой готовой еды потребителям [3].

Методы увеличения продаж и привлечения потребителей ООО «КЕЙТЕРИНГ» включают в себя [4]:

— размещение рекламы в социальных сетях с указанием меню, времени работы кейтеринговой организации, положительных отзывов посетителей о ней. Также представлены и фотографии подаваемых блюд, которые может с доставкой заказать потребитель;

— использование механизма скидки за рекомендации от уже сложившейся конъюнктуры посетителей новым потребителям;

— участие ООО «КЕЙТЕРИНГ» в тендерах на приготовление и доставку блюд корпоративным потребителям;

— обслуживание корпоративных вечеров, памятных дат, юбилеев, свадеб и иных праздников.

Ценовая политика ООО «КЕЙТЕРИНГ» ориентирована на предоставление потребителям готовых блюд, напитков по ценам, которые соответствуют рынку оказания услуг общественного питания, что способствует привлечению посетителей на обслуживание без завышенных цен.

Объем заказов компании ООО «КЕЙТЕРИНГ» в 2023 году составил 62 крупных мероприятия, на которых были обслужены потребители.

Если сравнить динамику объема заказов кейтеринговых услуг за предыдущие годы, то происходит их увеличение на величину 8 заказов по сравнению с 2021 годом.

Более наглядно динамика объемов заказов ООО «КЕЙТЕРИНГ» на проведение кейтерингового обслуживания представлена на рисунке 1.

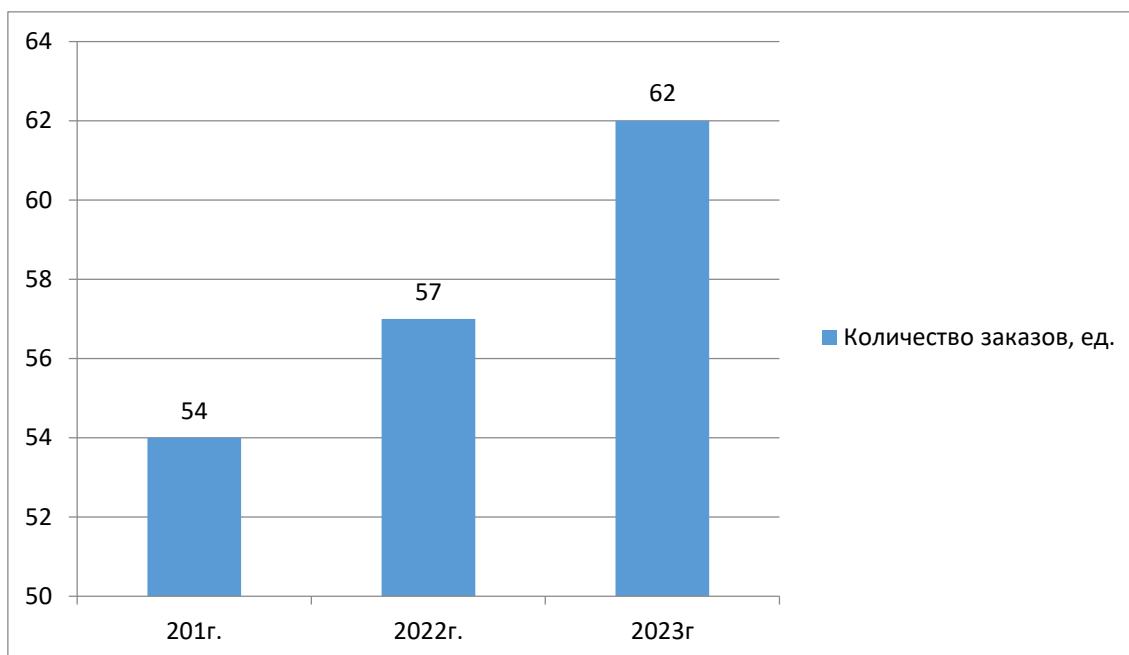


Рисунок 1 – Динамика объемов заказов ООО «КЕЙТЕРИНГ» на проведение кейтерингового обслуживания

Следует отметить, что у ООО «КЕЙТЕРИНГ» есть и постоянные потребители, которые заказывают услуги компании по выездному ресторанному обслуживанию по несколько раз в год.

В качестве ключевых конкурентов для исследуемого кейтерингового предприятия ООО «КЕЙТЕРИНГ» возьмем компанию «Food Factory».

Этот конкурент наравне с ООО «КЕЙТЕРИНГ» специализируются как на обслуживании потребителей в выездном формате с приготовлением и доставкой блюд под заказ.

Сравним ресторанный бизнес ООО «КЕЙТЕРИНГ» с выбранным конкурентом «Food Factory»

Сравнение произведем по ряду параметров в балльной оценке. Балльная оценка осуществлена с применением экспертного метода. В качестве экспертов взяты несколько ресторанных критиков, средний балл высчитан путем расчета среднеарифметического значения и округления его до целой единицы (таблица 1) [5].

Таблица 1 – Сравнение ООО «КЕЙТЕРИНГ» с конкурентом г. Кемерово

Фактор сравнения	ООО «КЕЙТЕРИНГ»	«Food Factory»
Цена	4	5
Местоположение	5	5
Качество обслуживания	5	4
Потребительский спрос на блюда	5	4
Наличие собственной посуды	4	4
Персонал	4	4

Наличие налаженных каналов поставки продуктов и готовых напитков	4	4
Корпоративная культура	5	4
Достаточность положительных отзывов для стимулирования спроса на рестораны	4	3
Качество наполнения сайта ресторана	4	4
Средний балл	4,4	4,1

Оценивая экспертное заключение по сравнению исследуемого кейтерингового предприятия ООО «КЕЙТЕРИНГ» с конкурентами следует отметить, что проведенный анализ конкурентоспособности показал, что исследуемый ресторан превосходит потребителей по ряду параметров.

Предлагаемым мероприятием для привлечения большего числа потребителей может стать кулинарный мастер-класс, специальное мероприятие, на котором повара учат гостей готовить изысканные блюда. Мастер-классы обычно проводятся в ресторане, кулинарной студии или на территории потребителя, например, дома или в офисе [2]. Подготовка к мероприятию начинается с выбора меню и концепции мастер-класса. Повара составляют программу, включающую кулинарные демонстрации, участие гостей, дегустации, элементы развлечений. Необходимо иметь под рукой все необходимое: ингредиенты, посуду, кухонные принадлежности. Стоимость кулинарного мастер-класса зависит от меню, локации и эксклюзивности.

Список литературы:

1. Ахмадеева, О. А. Тенденции развития рынка общественного питания в России / О.А. Ахмадеева // Молодой ученый. – 2019. – №8. – С. 483-486.
2. Кучер, Л.С. Организация обслуживания общественного питания: Учебник. / Л.С. Кучер. – Москва : Издательский дом «Деловая литература», 2019. – 450 с.
3. Малюгин, А. Н. Оценка бизнес-модели сервиса быстрой доставки продуктов / А. Н. Малюгин, К. Д. Геманова, Д. А. Вертячих // Россия молодая: Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 18–21 апреля 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 84114.1-84114.5.
4. Малюгин, А.Н. Рекламные мероприятия как фактор повышения эффективности деятельности производственного предприятия на примере Г. Кемерово / А.Н. Малюгин // Россия молодая : Сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 19–21 апреля 2022 года / Редколлегия: К.С. Костиков

(отв. ред.) [и др.]. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. – С. 84018.1-84018.4.

5. Салахова, В.Г. Управление качеством услуг в кейтеринговом бизнесе. // Молодой ученый. – 2019. – № 2 (240). – С. 263-265.

Околелова Анна Иосифовна, студент гр. БЭс-201, V курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Куманеева Мария Константиновна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ЭКОСИСТЕМНОСТЬ И ПЛАТФОРМЕННОСТЬ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Глобальная цифровизация финансовых процессов и масштабные технологические изменения послужили главным движущим механизмом появления экосистемных бизнес-моделей и развития платформенных решений. Традиционные финансовые продукты и решения все чаще уступают место новым инструментам для клиентов банков и инвесторов. Необходимость исследования этих новых перспективных направлений на финансовом рынке предопределила выбор цели данной статьи и ее актуальность в современных условиях.

Базовыми понятиями финансового рынка являются «экосистема» и «финансовая платформа». Одно из первых определений «экосистемы» в контексте финансовых цифровых услуг было дано в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы». Согласно данной Стратегии, экосистема – это «партнерство организаций, обеспечивающее постоянное взаимодействие принадлежащих им технологических платформ, прикладных интернет-сервисов, аналитических систем, информационных систем органов государственной власти Российской Федерации, организаций и граждан» [1]. Таким образом, в данном случае экосистема определяется через объединение компаний и их технологических платформ. В терминологии Банка России экосистема – это «совокупность сервисов, в том числе платформенных решений, одной группы компаний или компании и партнеров, позволяющих пользователям получать широкий круг продуктов и услуг в рамках единого бесшовного интегрированного процесса» [2].

Таким образом, основными элементами экосистемы являются центральная платформа, участники (инвесторы, партнеры, клиенты), взаимодействие между ними, общие ценности и культура, а также технологии, обеспечивающие их совместную работу.

Центральным звеном экосистемы является платформа – это онлайн-площадка, необходимая для взаимодействия участников финансового рынка между собой. Для российского финансового рынка наиболее типичной является модель построения отношений, в которой ядром экосистемы выступает банк (например, экосистемы ПАО Сбербанк, ПАО МТС, ПАО ВТБ и т.д.).

Финансовые платформы работают на основании Федерального закона № 211-ФЗ от 20. 07. 2020 «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» и в обязательном порядке должны быть зарегистрированы в реестре операторов финансовых платформ.

По состоянию на 31.03.2024 в «реестр ОФП Банка России включены сведения о 9 организациях» [3]. По данным Центрального Банка в первом квартале 2024 г. количество сделок, заключенных на финансовых платформах, составило 147 тыс., что больше аналогичного периода 2023 г. в 7,2 р. При этом сумма сделок также увеличилась кратно: с 7,7 млрд. руб. до 59,8 млрд. руб. Такой стремительный рост во многом связан с повышением ключевой ставки ЦБ РФ, что сделало главный «продукт» финансовых сделок – банковский вклад (депозит) – еще более привлекательным для клиентов. Доходность депозитов в 2024 г. превысила показатели доходности многих других финансовых инструментов, что привлекло на рынок дополнительный капитал. Динамика числа потребителей финансовых услуг и суммы сделок представлена на рисунке 1.

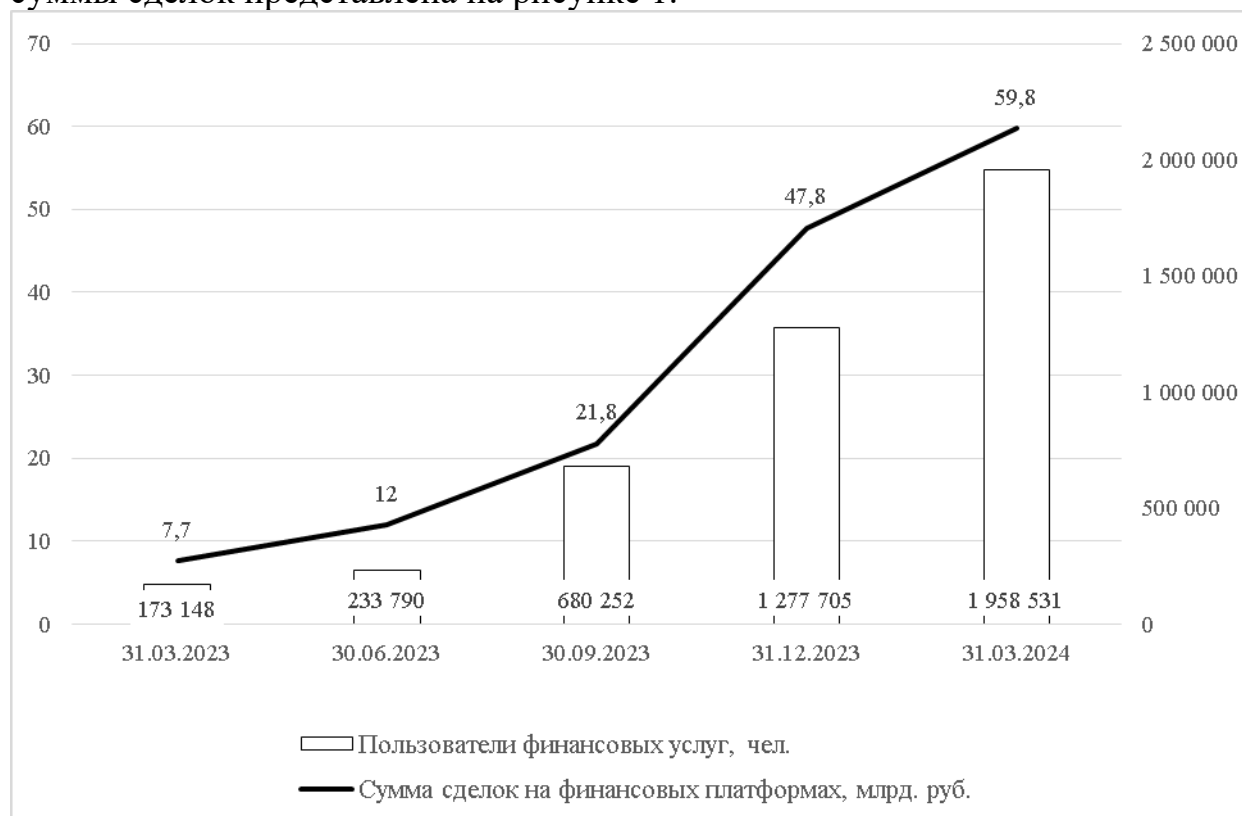


Рисунок 1 – Динамика числа потребителей финансовых услуг и суммы сделок на финансовых платформах [Составлено автором по данным [3]]

Таким образом, рынок платформенных сервисов находится в стадии активного развития, что связано как с действием внешних факторов, так и внутренней зрелостью финансовых решений, которые удобны для пользователей и отличаются высокой доходностью.

Тем не менее, в развитии платформенного и экосистемного подходов есть определенные ограничения и барьеры, которые могут препятствовать качественному росту сервисов. Автором были сформулированы основные преимущества и возможные барьеры развития финансовых платформ и экосистем в России (Таблица 1).

Таблица 1 – Преимущества, вызовы, барьеры и риски развития экосистемного и платформенного подходов

Преимущества	Вызовы и барьеры	Риски
Комплексные экосистемы и платформы обеспечивают синергию между различными финансовыми сервисами, повышая удобство и доступность для клиентов. Они способствуют инновациям, расширению рынка и увеличению лояльности потребителей.	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие разработанных и сбалансированных регуляторных требований представляют сложности для экосистемных игроков в настоящее время. - Построение эффективной экосистемы или платформы требует значительных инвестиций, интеграции сложных технологий и координации множества участников. 	Успешные экосистемы могут доминировать на рынке и вытеснять более мелких игроков. Это поднимает вопросы о поддержании здоровой конкуренции и предотвращении чрезмерной монополизации финансового и товарного рынков

Основными направлениями дальнейшего регулирования экосистем и платформ являются:

1) В ближайшие годы в РФ ожидается дальнейшее совершенствование нормативной базы и расширение возможностей для экосистем, в том числе за счёт внедрения новых цифровых технологий;

2) В России ведётся активная работа по формированию нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность финансовых экосистем и платформ. Уже приняты ключевые законы, определяющие статус участников и их взаимодействие.

3) Финансовые регуляторы усиливают надзор за экосистемами и платформами, внедряя новые механизмы мониторинга и управления рисками в этой сфере.

Экосистемность и платформенность становятся ключевыми трендами на российском финансовом рынке. Они создают новые возможности для финансовых организаций, в тоже время также несут определенные риски. Важно найти баланс между инновациями, уровнем конкуренции и регулированием, чтобы обеспечить устойчивое развитие данных бизнес-моделей.

Список литературы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы».
2. Доклад для общественных консультаций Центрального Банка Российской Федерации: Экосистемы: подходы к регулированию, Москва, апрель 2021: [сайт]. – URL: http://www.cbr.ru/content/document/file/119960/consultation_paper_02042021.pdf (дата обращения 08.10.2024).
3. Обзор платформенных сервисов в России : [сайт]. – URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/49243/platform_services_2024-1.pdf (дата обращения 01.10.2024).

Палеев Алексей Вячеславович, студент гр. МУб-211, IV курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна,
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПРЕЖДЕВРЕМЕННОЕ РАСКРЫТИЕ МОНОПОЛИИ

Аспекты преждевременного раскрытия монополии могут включать следующее:

- Причины возникновения монополий;
- Проблемы раскрытия информации;
- Последствия разоблачения;
- Роль антимонопольных органов;
- Влияние на конкуренцию;
- Стратегии защиты и адаптации монополий;
- Рекомендации по оптимизации процессов.

Монополии возникают по разным причинам. Одной из основных является эффект масштаба, когда крупные компании могут снизить затраты за счет массового производства, что делает их более конкурентоспособными [2]. Барьеры для входа, такие как высокие стартовые затраты, патенты или контроль над уникальными ресурсами, также препятствуют появлению новых игроков. Слияния и поглощения позволяют компаниям увеличивать долю рынка и снижать конкуренцию [2]. В некоторых отраслях государственные лицензии и постановления создают легальные монополии. Отсутствие информации у потребителей о ценах и качестве продукции помогает монополиям поддерживать высокие цены и низкое качество.

Кроме того, в сетевых отраслях ценность продукта увеличивается с увеличением количества пользователей, что способствует концентрации рынка.

Проблема с раскрытием информации монополиями заключается в том, что преждевременное или ненадлежащее раскрытие информации может привести к негативным последствиям, как для самих монополий, так и для рынка в целом. С одной стороны, прозрачность необходима для обеспечения конкурентной среды и защиты прав потребителей.

С другой стороны, слишком раннее раскрытие информации может вызвать волатильность рынка, привести к панике среди инвесторов, снизить уровень инвестиций и инноваций, а также ухудшить качество товаров и услуг. Это может создать неопределенность и риски для всех участников рынка. Важно сбалансировать необходимость прозрачности с защитой интересов монополий, чтобы избежать экономических последствий, которые могут отрицательно повлиять на промышленность и потребителей [1].

Антимонопольные органы играют ключевую роль в поддержании здоровой конкурентной среды на рынке. В их основные функции входит предотвращение и борьба с монополистической практикой, мониторинг слияний и поглощений, а также расследование нарушений антимонопольного законодательства. Эти агентства обеспечивают соблюдение правил конкуренции, защищают интересы потребителей и малого бизнеса, а также способствуют инновациям и улучшению качества товаров и услуг. Антимонопольные органы также информируют общественность о последствиях монополии и обучают участников рынка понимать важность добросовестной конкуренции [3].

Влияние монополии на конкуренцию проявляется в снижении конкурентоспособности на рынке. Монополии могут устанавливать высокие цены, снижая доступность товаров и услуг для потребителей. Это приводит к снижению стимулов к инновациям и совершенствованию, поскольку отсутствие конкуренции снижает потребность в улучшении качества продукции. В долгосрочной перспективе монополия может привести к стагнации отрасли, поскольку снижение конкуренции снижает стимулы для роста. Кроме того, сокращение числа игроков на рынке может ограничить выбор потребителей и привести к ухудшению качества услуг.

Таким образом, влияние монополии ощущается как на потребителях, так и на экономике в целом, поскольку затрудняет развитие здоровой конкурентной среды [1].

Монополии используют различные стратегии защиты и адаптации для сохранения своего положения на рынке. Вот несколько основных подходов:

- **Ценообразование:** монополии могут устанавливать цены выше рыночных, чтобы максимизировать прибыль. Они также могут использовать стратегии скидок для удержания клиентов.

– Улучшение качества продукции. В ответ на потенциальную конкуренцию монополии могут инвестировать в исследования и разработки для улучшения качества своих товаров или услуг.

– Предоставление эксклюзивности. Иногда монополии заключают эксклюзивные контракты с поставщиками или дистрибьюторами, что затрудняет выход на рынок новых игроков.

– Лоббирование и влияние на законодательство. Монополии могут активно использовать лоббирование для защиты своих интересов и снижения антимонопольного регулирования.

– Дифференциация. Расширение ассортимента товаров или услуг позволяет монополиям снизить риски и укрепить свои позиции на рынке.

– Вступление в альянсы и слияния: монополии могут объединяться с другими компаниями, чтобы создать более сильную позицию и увеличить долю рынка [3].

Эти стратегии помогают монополиям адаптироваться к изменениям рынка и конкурировать даже в условиях жестких антимонопольных правил.

Разработка комплексной платформы для автоматизированного управления процессами раскрытия информации о монополиях может существенно повысить эффективность и прозрачность. Эта платформа будет использовать алгоритмы искусственного интеллекта для анализа и оценки конфиденциальности информации, автоматически определяя, какая информация может быть раскрыта и в какой форме. Он также должен включать функцию мониторинга и документирования всех процессов раскрытия информации для обеспечения полной отчетности и соблюдения нормативных требований. Внедрение такой системы позволит минимизировать человеческий фактор, снизить риск преждевременного раскрытия информации и улучшить взаимодействие между монополиями и контролирующими органами, обеспечивая более справедливую конкурентную среду.

Список литературы:

1. Городов, О.А. Недобросовестная конкуренция: учебно-практическое пособие / О.А. Городов, А.В. Петров, Н.А. Шмигельская; под ред. О.А. Городова. – Москва: Юстицинформ, 2020.

2. Варламова, А. Н. Правовое обеспечение развития конкуренции: учебное пособие / А. Н. Варламова. – Москва: Статут, 2010.

3. Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование: учебник и практикум для вузов / М. Шишкин, А. Смирнов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024.

Пасынкова Юлия Александровна, студентка гр. СУмоз-221, II курс
Научный руководитель – доцент, к.э.н. Голофастова Наталья Николаевна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И МОНОПОЛИИ НА РЫНОК ТРУДА

На сегодняшний день рынок труда является неотъемлемой частью экономики, играя ключевую роль в социально-экономическом развитии общества. Он не только отражает текущее состояние экономики, но и служит важным индикатором для формирования будущих тенденций. Рынок труда представляет собой полноценную систему сложного строения, объектами которой выступают рынок рабочей силы и рынок рабочих мест.

На рынке труда происходит обмен рабочей силой между работодателями и наемными работниками, что способствует эффективному распределению ресурсов и поддержанию уровня занятости.

С точки зрения экономической теории спрос на труд – это количество труда, которое желают и способны приобрести работодатели в данный период времени, т.е. это платежеспособная потребность [1,с.48].

Если субъектами спроса на труд являются фирмы и государство (в роли работодателя), то субъектами предложения труда выступают сами работники. Предложение труда представляет собой количество труда, которое предлагается наемным работникам на рынке в данный конкретный период времени по определенной цене, то есть ставке заработной [1,с.52].

Мировой рынок труда стремится к созданию гибкой, интегрированной и высококачественной системы, отвечающей требованиям современности, что включает в себя повышение мобильности рабочей силы, интеграцию национальных рынков, улучшение качества трудовых ресурсов и защиту прав работников. К ключевым направлениям, в которых стремится к развитию данная система, относят повышение гибкости рынка труда (сокращение нелегальной занятости, гибкие формы занятости), улучшение качества рабочей силы (профессиональная мобильность, совершенствование образования), создание новых рабочих мест (эффективные рабочие места, поддержка молодежи и ограниченных групп), сбалансированность спроса и предложения (снижение уровня безработицы, информационная поддержка).

В процессе достижения устойчивого экономического роста и социальной стабильности в глобальном масштабе рынок труда сталкивается с различными проблемами конкуренции и монополии, что оказывает большое влияние на его функционирование и дальнейшее видоизменение.

Конкуренция и монополия на рынке труда – это два противоположных концепта, которые описывают различные ситуации на рынке труда.

С экономической точки зрения термин конкуренция определяется следующим образом: «Конкуренция – ситуация, когда существует несколько альтернативных направлений использования редкого блага, в котором заинтересованы различные группы людей, борющихся между собой за право распоряжаться этим благом» [2].

На рынке труда конкуренцию трактуют как наличие большого числа работников и работодателей, которые соревнуются друг с другом за рабочую силу и рабочие места. В условиях конкуренции работники могут легко изменить место работы, выбирая наиболее выгодные для себя условия труда, а работодатели вынуждены предлагать адекватную оплату и условия труда, чтобы привлечь квалифицированных специалистов. В своих исследованиях А.А. Барышников считает, что конкуренция на рынке труда представляет собой комплекс экономических отношений соперничества, возникающих между поставщиками рабочей силы, ее потребителями, а также поставщиками и потребителями рабочей силы в результате столкновения их интересов. Развитие основных форм конкуренции на рынке труда определяют следующие факторы: институциональные, экономические, профессионально-квалификационные, географические, психологические [3, с.6].

Термин монополия дословно переводится как власть одного, что достаточно точно определяет позицию на рынке труда. Преобладание одного или нескольких работодателей, которые контролируют спрос и предложение на рабочую силу, определяет сущность монополии.

Отличительными особенностями рынка труда от других видов рынка является следующее:

1. Рабочая сила – это товар, который напрямую зависит от возможностей человека, поэтому труд нельзя приравнять к объекту товарного рынка. Человеческие потребности и возможности будут определять условия найма, которые будут востребованы на рынке труда работодателями.

2. Цена за рабочую силу зависит от уровня спроса и предложения, от уровня квалификации будущего работника, от условий труда и обязанностей работника. В то время как на рынке товаров ценообразование будет зависеть от рыночных условий, себестоимости и издержек производства.

3. Спрос и предложение на труд зависит от типа рыночной структуры (Таблица 1). Конкуренция и монополия рынка труда между работниками и работодателями постоянно изменяет ситуацию на рынке труда и занятости.

Теории монополии и конкуренции на рынке труда рассматривают различные модели этого рынка.

К основным из них относят:

1. Конкурентный рынок труда (рынок труда совершенной конкуренции). Эта модель идеализирована и предполагает большое количество предприятий и работников, которые конкурируют за рабочие места.

Таблица 1 – Особенности типов структур рынка труда

Тип рыночной структуры	Рыночный спрос на труд	Рыночное предложение труда	Цена труда	Рыночное равновесие
Конкуренция продавцов и покупателей	Падает при снижении рыночной цены	Растет при повышении рыночной цены	Устанавливается под воздействием рыночного механизма	Устанавливается под воздействием рыночного механизма
Монополия	Превышает предложение труда	Ограничено возможностями монополиста	Устанавливается монополистом	Не достигается, дефицит предложения труда
Монополия	Зависит от объемов производства монополии	Превышает спрос на труд	Устанавливается монополистом	Не достигается, избыток предложения труда

2. Монополистический рынок труда (монополия). Это модель несовершенной конкуренции, которая характеризуется малым количеством работодателей.

3. Рынок труда с участием профсоюзов. В этой модели профсоюз регулирует уровень заработной платы и влияет на количество нанимаемых работников.

4. Рынок труда двусторонней монополии. В этой модели работодателю-монополисту противостоит профсоюз-монополист.

Конкуренция и монополия существуют как между работниками за рабочие места, так и между работодателями за квалифицированные кадры, и каждый из аспектов данной системы по своему влияет на рынок труда.

С точки зрения наемного работника конкуренция заключается в стремлении проявить себя и выделиться на фоне других кандидатов с помощью предложения конкурентных преимуществ: накопленных знаний и опыта, уровня квалификации или выделения положительных качеств (мобильность). В условиях конкуренции работники могут легко изменить место работы, выбирая наиболее выгодные для себя условия труда. В то же время, работник может столкнуться с дискриминацией и неравенством по различным факторам (возраст, пол). Дискриминация в условиях конкуренции может создавать неравные условия для разных групп работников. Конкуренция на рынке труда способствует снижению заработной платы и увеличению безработицы, поскольку работодатели могут выбирать из большого количества кандидатов и предлагать им низкие зарплаты. Это может быть особенно заметно в отраслях с большим количеством работников, имеющих сходные навыки и квалификацию. В таком случае работники вынуждены снижать свои требования или искать работу по более низким ценам из-за большого количества кандидатов на вакансии.

Конкуренция с точки зрения работодателя представляет собой борьбу за квалифицированные кадры. Конкуренция на рынке труда способ-

ствуется повышению эффективности использования рабочей силы, поскольку работодатели вынуждены стремиться к повышению производительности труда и снижению издержек. Привлечение новых сотрудников сопровождается предложением лучших условий труда и уровнем заработной платы для быстрого привлечения и удержания достойных сотрудников. В условиях большой конкуренции работодатели вынуждены предлагать адекватную оплату и условия труда, чтобы привлечь квалифицированных специалистов.

При конкуренции между работниками есть вероятность возникновения монополии, что представляет собой контролирование большей части рынка труда одним работодателем. При такой ситуации работодатель может устанавливать свой уровень заработной платы, определенные условия найма и труда, что негативно отражается на работниках.

Монополия также может проявляться как со стороны работодателя, так и со стороны наемных работников. Со стороны работников монополия чаще проявляется в ситуациях, когда профсоюзные организации ведут переговоры с работодателем от имени работников, что позволяет работникам получать от работодателя лучшие условия труда, а также увеличение заработной платы. Если на рынке труда преобладает лишь одна крупная фирма, то работодатель данной фирмы может устанавливать свои уровни заработных плат и условия труда, что будет приводить к отсутствию какой-либо мотивации у сотрудников. Таким образом, крупные предприятия получают контроль над рынком труда, что приводит к отсутствию выбора у работника, снижению мобильности сотрудников, как следствие снижение гибкости рынка труда в целом. В такой ситуации работники могут оказаться в невыгодном положении, так как им будет сложно изменить место работы и получить более высокую заработную плату. Монополия также может привести к ухудшению условий труда и отсутствию инноваций, так как компании с доминирующим положением менее заинтересованы в повышении качества услуг или внедрении новых технологий.

Можно сделать вывод о том, что конкуренция и монополия связаны на рынке труда неоднозначно. С одной стороны, эти понятия могут рассматриваться как взаимоисключающие, с другой — конкуренция не только не является угрозой монополии, но и способствует росту влияния монополии на рынок.

Список литературы:

1. Яковлева, Е. Б. [и др.]. Рынок труда: учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. Б. Яковлевой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 253 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-09043-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 60 – URL: <https://urait.ru/bcode/536536/p.60> (дата обращения: 05.10.2024).

2. Гуляев, Г. Ю. Эволюция теории конкуренции // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-teorii-konkurentsii> (дата обращения: 05.10.2024) – Текст: электронный.

3. Барышникова, А. А. Конкуренция и монополия на рынке труда. Автореф. дисс. канд. экон. наук. – Самара, 2008. – 30 с. <https://economy-lib.com/konkurenciya-i-monopoliya-na-rynke-truda> (дата обращения: 05.10.2024) – Текст: электронный.

4. Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование: учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 159 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17195-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/537274> (дата обращения: 05.10.2024)

5. Бурганов, Р.А. Управленческая экономика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 38.04.02 «Менеджмент», 38.04.01 «Экономика» (квалификация (степень) «магистр» / Р.А. Бурганов. Москва: Инфра-М, 2018. 190 с. (Высшее образование: Магистратура). – ISBN 9785160125237: 578.03. – Текст: непосредственный.

Пронина Алина Сергеевна, магистрант гр. ПОГМС-2301-3

Научный руководитель – к.ю.н., доцент Ваймер Евгения Владимировна
Сибирский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Новосибирск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

Государственные и муниципальные закупки являются важным элементом системы государственного управления. Рост числа нарушений в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд является современным явлением. Проблемы в действующем российском антикоррупционном законодательстве ограничивают возможности быстрого выявления и пресечения коррупционных практик в сфере государственных закупок.

Данный аспект актуален в связи с тем, что отсутствует четкое определение термина «личная заинтересованность», что препятствует уголовному преследованию за действия, в которых личная заинтересованность не связана с материальной выгодой или очевидным подкупом. Это затрудняет

привлечение к ответственности лиц, которые руководствуются не материальной выгодой, а личными, профессиональными или репутационными мотивами.

Статья 3 Конвенции ООН против коррупции [1] призывает страны-участницы осуществлять меры по предотвращению коррупции, расследованию, судебному преследованию виновных, а также контролировать активы – от их замораживания и ареста до конфискации и возврата незаконно приобретенного имущества.

Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [2] (далее – Федеральный закон № 44-ФЗ) принят в целях совершенствования механизмов закупок, повышения прозрачности процедур, эффективности использования бюджетных средств и обеспечения добросовестной конкуренции в сфере закупок. Федеральный закон № 44-ФЗ включает в себя основные понятия и принципы контрактной системы, устанавливает порядок планирования закупок, правила их осуществления, требования к участникам закупочной деятельности и меры по обеспечению соблюдения прав и законных интересов субъектов контрактной системы.

Письмо Минтруда России от 25 декабря 2014 г. № 18-0/10/В-8980 «О проведении федеральными государственными органами оценки коррупционных рисков» [6] является важным элементом комплекса мероприятий, направленных на противодействие коррупции в сфере государственных и муниципальных закупок. В документе подробно рассматриваются меры, направленные на выявление, аналитическую оценку и минимизацию коррупционных рисков, возникающих на различных этапах процесса закупок. В документе подчеркивается необходимость контроля за добросовестным и законным исполнением служебных обязанностей сотрудниками, вовлеченных в деятельность, подверженную коррупционным рискам. Подчеркивается важность активных мер по минимизации таких рисков в их профессиональной деятельности.

Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» [3] (далее – Федеральный закон № 273-ФЗ) является основополагающим нормативно-правовым актом, регулирующим меры по предотвращению и борьбе с коррупционными правонарушениями, в том числе в сфере государственных и муниципальных закупок. В п. 12 ст. 37 Федерального закона № 273-ФЗ подчеркивается важность роли государственных органов в разработке и реализации государственной политики. Эти структуры устанавливают стандарты поведения, разрабатывают и внедряют законодательные акты, направленные на борьбу с коррупцией. Государственные органы являются основным инструментом в борьбе с коррупцией, обладая необходимыми средствами и полномочиями для осуществления требуемых мер.

Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы» [4] призван поддерживать и развивать усилия по повышению прозрачности, подотчетности и добросовестности в деятельности органов государственной власти. Основное внимание в данном акте уделено обновлению и дополнению нормативно-правовой базы, а также разработке и внедрению системы мер, включая запреты, ограничения и обязательства, направленные на предотвращение коррупции в конкретных сферах. Данное направление характеризуется активной работой по выявлению и устранению законодательных пробелов, которые могут способствовать коррупции, и усилению контроля за соблюдением антикоррупционных стандартов.

Методические рекомендации по выявлению и минимизации коррупционных рисков при осуществлении закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд, принятые в 2020 г. [5], обеспечивают необходимую правовую и организационную основу для повышения прозрачности и добропорядочности в сфере государственных и муниципальных закупок. Документ охватывает ключевые направления предотвращения коррупции, в том числе идентификацию возможных рисков и внедрение механизмов их минимизации. Акцент сделан на разработке антикоррупционных мер, таких как систематическая оценка коррупционных уязвимостей, внедрение механизмов внутреннего контроля и аудита, а также создание прозрачных условий для конкуренции среди поставщиков.

В настоящий момент требуется совершенствование законодательной базы, регламентирующей особенности организации государственных и муниципальных закупок. Помимо этого, существует необходимость в принятии детальных регламентов, которые бы обязывали участников закупочного процесса соблюдать принципы прозрачности и отчетности. Любые действия поставщиков и заказчиков должны проверяться независимо от масштабов и стоимости проводимой закупочной деятельности.

Таким образом, совершенствование законодательства в области государственных и муниципальных закупок является одной из ключевых задач, стоящих перед современным обществом. Эта сфера прямо затрагивает интересы всех уровней органов власти, бизнеса и общества в целом. В связи с этим процесс обновления и доработки соответствующих нормативных актов требует комплексного подхода.

Список литературы:

1. Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции: принята Резолюцией 58/4 на 51-ом пленарном заседании 58-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН 31 октября 2003 года // Справочно-правовая система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/2563049/> (дата обращения: 07.10.2024).

2. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ // Справочно-правовая система «Гарант» : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/70353464/> (дата обращения: 07.10.2024).

3. О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // Справочно-правовая система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12164203/> (дата обращения: 07.10.2024).

4. О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы: Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 // Справочно-правовая система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/402619978/> (дата обращения: 07.10.2024).

5. Методические рекомендации по выявлению и минимизации коррупционных рисков при осуществлении закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд: утверждены Министерством труда и социальной защиты РФ 03 октября 2020 г. // Справочно-правовая система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74621204/> (дата обращения: 07.10.2024).

6. О проведении федеральными государственными органами оценки коррупционных рисков: Письмо Минтруда России от 25 декабря 2014 г. № 18-0/10/В-8980 // Справочно-правовая система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/70997002/> (дата обращения: 07.10.2024).

Рахманова Виктория Артуровна, студент гр. БЭс-201, V курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Кудреватых Наталья Владимировна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

Россия, будучи страной с большой территорией, имеет отличительные особенности, влекущие за собой ряд вопросов, связанных с энергообеспечением (погодные условия, дифференциация регионов по технологическому развитию и др.) Нельзя забывать и о том, что у нас имеются территории, которые до сих пор не в полной мере освоены человеком. Этим обусловлено разделение оптового рынка электроэнергетики на три зоны: ценовые, неценовые и изолированные. В них отличается система ценообразования и в первую очередь зоны разделены географически.

Ценовые зоны электроэнергетики – это оптовые ценовые зоны, территорию которых определяет Правительство Российской Федерации и на

которых происходит формирование равновесных цен оптового рынка в порядке установленных законодательством РФ и правилами оптового рынка.

Неценовые зоны электроэнергетики – это оптовые зоны рынка, территорию которых определяет Правительство Российской Федерации и в границах, которых оптовая торговля электрической энергией (мощностью) осуществляется по регулируемым ценам (тарифам).

Технологически изолированные территориальные электроэнергетические системы – энергетические системы, территорию которых определяет Правительство Российской Федерации и технологическое соединение которых с Единой энергетической системой России отсутствует.

Ценовые зоны делятся на две части. К первой ценовой зоне относится Европейская часть России и Урал (Тюмень, Вятка, Волга, Балаково, Кавказ, Волгоград, Каспий, Кубань, Махачкала, Москва, Кольская), ко второй ценовой зоне относится основная часть Сибирского федерального округа (Сибирь, Южный Кузбасс, Омск, Чита, Алтай).

Механизмы ценообразования по двум ценовым зонам одинаковые, но отличаются из-за электрической энергии и мощности, а также конкурентные торги проходят отдельно по каждой ценовой зоне, что снижает конкуренцию в каждой зоне и позволяет сохранить чистоту конкуренции. В ценовых зонах отсутствуют ограничения по свободному перетоку, что позволяет свободно существовать конкуренции.

Неценовые зоны объединены в единую национальную электрическую сеть, а также существуют ограничения по перетоку электроэнергии, таким образом конкуренция ограничена.

Изолированная зона является не присоединенной к единой электрической системе РФ, энергоснабжение происходит за счет децентрализованных источников. Сравнительный анализ конкуренции в ценовых, неценовых и изолированных зонах России представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ конкуренции в ценовых, неценовых и изолированных зонах России

Параметр	Ценовые зоны	Неценовые зоны	Изолированные зоны
Уровень конкуренции	Высокий (оптовый рынок)	Низкий (розничный рынок частично конкурентный)	Отсутствует (вертикально интегрированные компании)
Количество участников рынка	Много (генерирующие компании, поставщики, трейдеры)	Ограниченное (доминируют крупные генерирующие компании и гарантирующие поставщики)	Один (как правило, филиал ПАО «Россети»)
Формирование цены	Рыночное ценообразование на оптовом рынке, регулируемые тарифы на розничном рынке для населения	Регулируемые тарифы для всех категорий потребителей	Регулируемые тарифы

Стимулы к повышению эффективности	Высокие для генерирующих компаний на оптовом рынке, ограниченные для розничных поставщиков	Низкие, ограничены регулированием	Минимальные
Инвестиции	Стимулируются рыночными механизмами на оптовом рынке, регулируются государством на розничном	Зависят от государственных программ и решений регулирующих органов	Зависят от решений монополиста и государственного регулирования
Инновации	Высокий потенциал на оптовом рынке, ограниченный на розничном	Ограниченный потенциал	Низкий потенциал
Качество обслуживания потребителей	Зависит от конкуренции на розничном рынке	Может быть ниже из-за отсутствия конкуренции	Зависит от политики монополиста
Риски для потребителей	Ценовая волатильность на оптовом рынке, возможен рост тарифов на розничном	Перекрестное субсидирование, неэффективное использование средств	Высокие тарифы, низкое качество обслуживания, риск технологического отставания
Примеры	Европейская часть России, Урал, Сибирь	Дальний Восток	Камчатка, Сахалин, Калининградская область, Республика Крым, г. Севастополь, Архангельская область

Целью развития конкурентных отношений в электроэнергетике является повышение эффективности функционирования отрасли, снижение экономических расходов, улучшение качества сетей и инвестиционного планирования, привлечение инвестиций в отрасль.

Конкуренция в отрасли электроэнергетики в России существенно различается в зависимости от территории. Развитие конкуренции на оптовом и розничном рынках является важным фактором повышения эффективности отрасли и снижения тарифов для потребителей.

На данный момент рынок электроэнергетики подвергнут либерализации с установлением коэффициента, а также Минэнерго РФ приняло проект о присоединении Дальнего Востока к ценовой зоне, что позволит привлечь инвестиции, увеличить конкуренцию и уменьшить затраты, что поможет создать условия для повышения энергоэффективности.

Кемеровская область – Кузбасс входит в состав 2-й ценовой зоны оптового рынка электроэнергии России. Это в первую очередь говорит о том, что цены на электроэнергию на оптовом рынке формируются на основе баланса спроса и предложения. Однако территории Кузбасса присуща

особенность, а именно, то, что Южная часть Кузбасса относится к изолированной энергосистеме, то есть, не подключена к единой энергетической системе России. Города южной части Кузбасса (Новокузнецк и Междуреченск), получают электроэнергию за счет автономных источников, таких как: Кузнецкая ТЭЦ, Западно-Сибирская ТЭЦ, Беловская ГРЭС. Южная часть Кузбасса не связана с Единой энергосистемой России, что ограничивает возможности импорта и экспорта электроэнергии. Большая часть электроэнергии производится на угольных ТЭС, что делает энергосистему зависимой от угольной промышленности.

Именно поэтому в Южной части Кузбасса необходимо отходить от зависимости от угля и в перспективе войти в общую систему генерации ЕЭС России для повышения надежности и эффективности электроснабжения. Из-за деления территории, Кузбассу присущи два вида конкуренции, одна из которых ограничена.

Кроме того, необходимо все изолированные зоны России присоединить к единой национальной электрической сети. Разделение на зоны создает проблемы с обновлением мощностей за пределами ценовых зон. Таким образом, необходимо объединить территорию в единое целое, для стабильности конкуренции на территории России.

Говоря об особенностях конкуренции в электроэнергетике можно выделить такие признаки, как:

- 1) территориальный;
- 2) регулирование государством ценообразования определенной территории;
- 3) зависимость компании от перетока сетей и мощностей;
- 4) конкуренция областей не подключенных ЕЭС (изолированные зоны, в которых возможна монополия-автономия);
- 5) высокие барьеры для входа (технологические и инфраструктурные);
- 6) три вида конкуренции в электроэнергетике (свободная, ограниченная и монополия).

Таким образом, главной особенностью является, что конкуренция в отрасли электроэнергетики разнообразна. И нельзя выделить какую-то одну, поэтому вход производителя на этот рынок зависит от зоны, в которой компания планирует функционировать.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 N 190-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О теплоснабжении».
2. Федеральный закон от 26.03.2003 N 35-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «Об электроэнергетике» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2024).
3. Долматов, И. А. Оценка состояния конкуренции на оптовом рынке электроэнергии /И. А. Долматов, Сасим, С. В. – Москва, 2022 - URL

<https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2022/03/konkureniya-na-rynkah-elektricheskoy-energii-i-moshhnosti.pdf> (дата обращения: 04.10.2024).

4. Официальный сайт Кузбасса – Электроэнергетика: [Электронный ресурс]. –Режим доступа: (свободный). – URL: <https://vvk-kuzbass.ru/industries/elektroenergetika/>(дата обращения: 02.10.2024).

5. Оптовый рынок: [Электронный ресурс]. –Режим доступа: (свободный). – URL: <https://www.ruses.ru/ru/clients/energy-market/wholesale/> (Дата обращения 01.10.2024).

6. Оптовый рынок электрической энергии и мощности: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (свободный). – URL: <https://www.ruses.ru/ru/clients/energy-market/wholesale/> (Дата обращения 28.09.2024).

Рудюк Александра Константиновна, студент гр. ОУБ-211, III курс
Научный руководитель – к.т.н., доцент Закамская Лариса Леонидовна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

На современном этапе развития общества успешное функционирование фирмы зависит от многих факторов как внешних, так и внутренних. Постоянные изменения в бизнес-среде вынуждают хозяйствующие субъекты реагировать на них и адаптироваться к новым условиям.

Одним из инструментов, позволяющих оценить ситуацию и принять обоснованные стратегические решения, является анализ среды функционирования организации.

Стратегический анализ представляет собой процесс проведения исследования компании и ее операционной среды для последующего формулирования стратегии. Обязательным требованием анализа среды является рассмотрение всех факторов, которые воздействуют на организацию [2].

Среди большого многообразия методов стратегического анализа особое значение приобретает анализ макроокружения предприятия, инструментом которого является PEST-анализ.

Кемеровская область - Кузбасс является главным угледобывающим регионом страны, поэтому в качестве объекта исследования рассматривается шахта «Южная» (филиал АО «Черниговец») (табл. 1).

Таблица 1 – PEST-анализ шахты «Южная»

Описание фактора	Влияние фактора	Экспертная оценка. Вероятность изменения			Средняя вероятность изменения фактора	Относительное влияние фактора
		1	2	3		
1	2	3	4	5	6	7
Политические						
1 Ужесточение природоохранного законодательства	2	4	4	2	3,33	0,21
2 Внешнеполитическая напряженность	3	5	4	2	3,67	0,36
3 Программа развития угольной промышленности до 2035 года	1	3	2	2	2,33	0,08
4 Политика в области труда и социальной защиты работников угольной отрасли	2	3	2	3	2,67	0,17
Экономические						
1 Снижение спроса	3	5	4	3	4	0,39
2 Увеличение тарифов на перевозку угля	2	3	3	4	3,33	0,21
3 Снижение цен на уголь	2	5	4	4	4,33	0,28
Социально-культурные						
1 Здоровье и безопасность работников угольной отрасли	2	3	2	2	2,33	0,15
2 Нехватка кадров	3	2	3	3	2,67	0,26
Технологические						
1 Новые поставщики аналогичного оборудования	2	2	4	1	2,33	0,15
2 Зависимость от иностранных поставщиков	4	3	5	3	3,67	0,46
3 Наличие технопарка	3	3	3	2	2,67	0,25
4 Низкий уровень базовой автоматизации процессов	2	2	2	3	2,33	0,15
Итого	31					

По данным таблицы видно, что наибольшее влияние оказывают экономические факторы. Изменение спроса на потребление угля является наиболее значимым и весомым фактором, который может снизить прибыльность организации. Снижение спроса на потребление угля может быть вызвано изменением энергетической политики государства, развитием альтернативных источников энергии. Фактор снижения мировых цен на

уголь неразрывно связан с изменением спроса: экспортные цены на российский энергетический уголь снизились до минимумов 2021 года из-за низкого спроса на рынках сбыта.

Наиболее весомым политическим фактором является внешнеполитическая напряженности, в следствие санкционного давления организации сталкиваются с проблемами в поставках импортного угледобывающего оборудования, трудностями в осуществлении логистических операций по доставке угля. Изменение экологического законодательства может привести к увеличению расходов, которые направлены на соответствие новым стандартам, так, например, с июля 2025 года в силу вступает закон, предусматривающий административную ответственность за непредставление или несвоевременное представление отчета о выбросах парниковых газов либо за указание заведомо недостоверной информации.

Ввиду набирающего обороты процесса «утечки умов» организация может столкнуться с нехваткой квалифицированных кадров в течение ближайшего десятилетия, что может привести к снижению эффективности производства, увеличению рисков аварий. Из-за высоких рисков, присутствующих шахтам, и серьезного влияния на здоровье наблюдается отток кадров, что в будущем может оказать серьезное влияние на деятельность угледобывающих предприятий.

Зависимость организации от иностранных поставщиков выражается в сведении к минимуму возможности закупки у недружественных стран не только нового горно-шахтного, но и комплектующих. В отрасли развито активное сотрудничество с научными и исследовательскими институтами, внедрение инновационных решений.

Одним из методов ситуационного анализа факторов внутренней среды предприятия является SNW-анализ, представленный в таблице 2 [1].

Таблица 2 – SNW-анализ организации

Фактор	Позиции			Комментарий
	S	N	W	
Организационная структура	x			Линейно-функциональная структура управления, высокая специализация каждого подразделения
Заработная плата		x		Заработная плата соответствует средней по отрасли, разработаны положения об «Оплате труда» и о «Премировании»
Корпоративная культура	x			Проведение ежегодных соревнований и мероприятий, наличие миссии, ознакомление персонала с историей организации
Система мотивации	x			Система материальной мотивации: премирование, конкурсы лучший рабочий месяца, лучшая проходческая бригада и другие. Нематериальная мотивация: справедливая оплата труда, социальный пакет, карьерный рост и другие
Адаптация со-	x			Индивидуальное составление плана стажировок, си-

трудников				стема наставничества, ознакомление с историей и традициями
Состояние основных средств			x	Высокая степень износа оборудования, неудовлетворительное состояние основных средств
Система обучения персонала	x			Наличие учебного центра и образовательных программ обучения, подготовки и переподготовки кадров
Инновации		x		Модернизация технологических процессов, ввод в эксплуатацию новых дегазационных установок, отсутствие специализированного подразделения
Производительность труда			x	Низкая производительность труда
Безопасность			x	Выявлены серьезные нарушения законодательства об охране труда, промышленной и пожарной безопасности [3]
Экологическая политика	x			Современные очистные сооружения, поэтапная рекультивация земель, работа по сохранению уникальных видов растений, зарыбление водоемов

На основе данной таблицы можно сделать вывод, что у организации преобладают сильные стороны, к которым относятся: организационная структура, корпоративная культура, экологическая политика, система мотивации, обучения и адаптации сотрудников.

Нейтральные стороны шахты, такие как среднемесячная заработная плата свидетельствуют о том, что организация находится в стабильном состоянии и не отстает от конкурентов в своей отрасли по данным параметрам. В области инновационной деятельности организация старается совершенствовать свои технологии и поддерживать их на современном уровне, но при этом не делает ставку на радикальные инновации.

Высокая степень износа основных средств говорит о недостаточном внимании к техническому обслуживанию и модернизации производства, что может привести к снижению качества продукции и увеличению рисков производственных травм. Низкая производительность труда говорит о недостаточной эффективности работы сотрудников и необходимости принятия мер по ее повышению, а проблемы с безопасностью труда могут привести к неисправимым последствиям и сказаться на деятельности всей организации.

Чтобы получить более подробную информацию о возможностях компании и потенциальных препятствиях, целесообразно использовать SWOT-анализ (табл. 3) [4].

Для эффективного развития организации важно учитывать как внутренние факторы, так и внешние изменения на рынке.

Таблица 3 – Матрица SWOT-анализа

	<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие технопарка 2. Новые поставщики аналогичного оборудования 3. Программа развития угольной промышленности 	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение спроса на потребление угля 2. Нехватка кадров 3. Ужесточение природоохранного законодательства 4. Зависимость от иностранных поставщиков 5. Здоровье и безопасность работников угольной отрасли
<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организационная структура 2. Корпоративная культура 3. Система обучения персонала 4. Экологическая политика 5. Адаптация сотрудников 	<ul style="list-style-type: none"> - Разработка программ обучения при сотрудничестве с производителями отечественного оборудования - Формирование специализированного подразделения связанного с инновационной деятельностью 	<ul style="list-style-type: none"> - Использование системы обучения персонала для преодоления нехватки квалифицированных кадров - Снижение влияния изменений в области природоохранного законодательства с помощью экологической политики - Наладить горизонтальные связи между подразделениями, отвечающими за безопасность
<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая степень износа основных средств 2. Низкая производительность труда 3. Нарушения в области безопасности труда 	<ul style="list-style-type: none"> - Использование новейших технологий для роста производительности труда - Направление инвестиций на модернизацию оборудования и создание современных и безопасных условий труда 	<ul style="list-style-type: none"> - Удержание кадров за счет улучшения условий и безопасности труда - Замена устаревшего оборудования с целью снижения негативного воздействия на окружающую среду и повышения производительности труда

На пересечении сильных сторон предприятия с возможностями рынка лежат точки роста, а на пересечении слабых сторон и угроз рассматриваются проблемы, которые предприятию необходимо решить.

Подводя итоги, стоит отметить, что проведение стратегического анализа является ключевым элементом для повышения конкурентоспособности организации. Изучение факторов влияния, выявленных в ходе анализа, позволяет организации разрабатывать более эффективные стратегии, принимать верные управленческие решения, адаптироваться к изменениям внешней и внутренней среды и опережать конкурентов, что, в свою очередь, способствует укреплению позиций на рынке.

Список литературы:

1. Бронникова, Е.М. Методика SNW-анализа как компонент SWOT-анализа деятельности организации / Е.М. Бронникова, С.С. Дымова // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 2 (18). С. 2. – URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2020-g-2-18-iyun/bronnikova-e-m-dymova-s-s-metodika-snw-analiza-kak-komponent-swot-analiza-deyatelnosti-organizatsii/> (дата обращения: 18.09.2024).

2. Козлов, П. М. Понимание организации и ее среды // П. М. Козлов. Серия «Изучаем ISO 9001 - 2015». – 2017. – Текст: непосредственный – 59 с.
3. Портал Администрации Беловского городского округа - О результатах проверки АО «Черниговец» Филиал «Шахта «Южная» - URL: <https://www.belovo42.ru/prokuratura/2023/05/31/26041-o-rezultatah-proverki-ao-chernigovec-filial-shahta.html> (дата обращения: 16.03.2024).
4. Сулимова, Е.А. Внутренняя среда организации как основа стратегического анализа / Е.А. Сулимова, А.И. Степанова // Инновации и инвестиции. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennyaya-sreda-organizatsii-kak-osnova-strategicheskogo-analiza> (дата обращения: 16.03.2024).

Симоненко Алиса Александровна, студент гр. ДГТ-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КОНТЕНТ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: НОВЫЙ УРОВЕНЬ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

В то время, когда культура потребления ценит персонализацию и индивидуальность, гостиничный бизнес также неизбежно попадает под влияние этого тренда. Персонализация – это не просто модная тенденция, а конкретное стратегическое решение, которое может увеличить лояльность гостей, стимулировать продажи и выделить гостиницу на фоне конкурентов.

Что такое персонализированный контент в гостиничном бизнесе?

Персонализированный контент – это контент, который создан для конкретного человека с учетом его индивидуальных потребностей, интересов и предпочтений. В гостиничном бизнесе он может выступать, как:

1. Персонализированные рекомендации: Индивидуальный подбор ресторанов, развлечений, достопримечательностей, которые соответствуют интересам гостя.

2. Индивидуальные предложения: акции, купоны, пакетные предложения, разработанные с учетом предпочтений гостя (например, романтический вечер для пары или семейный пакет с интересными предложениями для детей) [4].

3. Удобства: Возможность настройки комфортной температуры для каждого гостя, яркость освещения и выбор музыки в номере.

4. Информация о городе: Составление подборки интересующей информации для гостя о городе, подбор достопримечательностей и мероприятий, которые проводятся на родном языке гостя.

Психология гостя и значение индивидуального подхода. Индивидуальный подход в гостиничном бизнесе - один из основных факторов для удовлетворения потребностей гостя и создания лучшего опыта [1]. Вот несколько аспектов, которые стоит рассмотреть:

1) Чувство ценности и признания. Когда гости отеля ощущают заботу и их потребности учитываются, они чувствуют: их индивидуальность признается и учитывается отелем. Это создает положительное впечатление и способствует повышению лояльности к гостинице.

2) Повышенное чувство контроля. Гости хотят иметь контроль над своим пребыванием в отеле. Персонализация позволяет им формировать свой опыт в соответствии со своими предпочтениями, что дает им чувство контроля повышает уровень удовлетворения.

3) Уникальность и запоминаемость. Персонализация превращает каждое пребывание в незабываемое событие. Гости очень ценят усилия, которые гостиница предпринимает, чтобы сделать их пребывание особенным. Это создает положительное впечатление, которые гости, с большей вероятностью, будут рекомендовать получить другим.

4) Снижение когнитивной нагрузки. Индивидуальный подход к гостю помогает снизить когнитивную нагрузку, предоставляя им нужную информацию. Это делает пребывание в отеле более приятным и комфортным.

5) Создание эмоциональной связи. Специализированный подход создает тесную связь постояльца с гостиницей. Гости чувствуют себя более связанными с отелем, который принимает их потребности и заботится о них.

Преимущества персонализированного контента для гостиничного бизнеса:

– Повышение лояльности.

Гости, которые получают персональный подход, с большей вероятностью будут лояльны к гостинице.

– Снижение оттока клиентов.

Удовлетворенные гости с меньшей вероятностью выберут другую гостиницу.

– Улучшение качества обслуживания.

Персональный подход позволяет предлагать гостям услуги, которые соответствуют их интересам и запросам.

– Создание преимущества на рынке.

Гостиницы, которые внедряют индивидуальный подход к каждому гостю, значительно выделяются на фоне конкурентов.

Возможные риски:

Наряду с преимуществами персонализация также влечет за собой риски, такие как:

1. Неточная персонализация.

Некачественная обработка личных данных может привести к неверному подходу к подбору рекомендаций и привести к отрицательному опыту гостя.

2. Нарушение конфиденциальности.

Важно обеспечить безопасность и конфиденциальность личных данных гостя [2].

3. Затраты на внедрение.

Персонализация требует от гостиницы инвестиций в технологии и обучение персонала.

Внедрение персонализированного контента.

Этапы внедрения:

1. Сбор личных данных гостя: Сбор данных гостя через анкеты при заселении, системы бронирования.

2. Анализ данных: Анализ собранных данных позволяет определить предпочтения гостей и сегментировать их по интересам.

3. Создание персонального контента: На основе полученных персональных данных, гостиница создает индивидуальные предложения и контент для гостей.

Персонализированный контент является одним из наиболее эффективных инструментов для повышения лояльности клиентов в гостиничном бизнесе, увеличения объемов продаж и создания заметного конкурентного преимущества на рынке. Учитывая современные тенденции и ожидания потребителей, важно подходить к процессу внедрения персонализации с особой осторожностью, тщательно следя за безопасностью данных и уважая интересы гостей [3].

Обеспечение уникального и индивидуального подхода к каждому клиенту способствует не только улучшению общего впечатления от пребывания, но и повышает вероятность повторных визитов и рекомендации гостиницы другим. В этом контексте персонализация становится не просто дополнительной услугой, а неотъемлемой частью стратегии развития бизнеса.

С учетом стремительного роста технологий и изменяющихся привычек потребителей, можно с уверенностью сказать, что в будущем персонализация займет ещё более значимую роль в сфере гостеприимства. Это открывает новые возможности для создания незабываемых впечатлений, которые остаются у гостей на долгие годы, а также для формирования положительных ассоциаций с брендом. Гостиницы, которые сумеют интегрировать передовые подходы к персонализации, несомненно, получат конкурентное преимущество и смогут удовлетворить даже самые высокие ожидания своих клиентов.

Список литературы:

1. Геманова, К. Д. Разработка услуги по брендированию / К. Д. Геманова, Д. А. Вертячих, А. Н. Малюгин // Производственные системы будущего: опыт внедрения Lean и экологических решений: Материалы III международной научно-практической конференции, Кемерово, 10–11 апреля 2024 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2024. – С. 302.1-302.х6. – EDN XIYCBK.
2. Калинин, А.А. Социальные сетевые технологии, их роль в продвижении и применение в гостиничном и туристском бизнесе / А.А. Калинин, А.А. Карпова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. №2-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-setevye-tehnologii-ih-rol-v-prodvizhenii-i-primenenie-v-gostinichnom-i-turistskom-biznese> (дата обращения: 09.10.2024).
3. Романишина, Т. С. Эпоха цифрового брендинга в индустрии туризма и гостеприимства // Сервис +. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/epoha-tsifrovogo-brendinga-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva> (дата обращения: 09.10.2024).
4. Третьякова, И. Н. Повышение конкурентоспособности предприятия общественного питания ООО «Трест» г. Юрга / И. Н. Третьякова // 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 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 195-200.

Таран Екатерина Александровна, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
Томский политехнический университет», г. Томск
Скрипко Владислав Евгеньевич, аспирант гр. Эа-231, II курс
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

СЕТЕВАЯ СРЕДА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Глобальный процесс сетевой трансформации экономики неизбежно затрагивает изменение характера конкуренции при переходе от иерархического (в рамках вертикально-интегрированных корпораций) к кооперативно-сетевому (платформенному) созданию инноваций [1].

В результате процесс концентрации собственности неизбежно сменяется ее децентрализацией и разукрупнением, во многом вследствие того, что приобретение промежуточных продуктов стало выгоднее собственного производства [2]. В свою очередь, образование новых цепочек создания стоимости из высоко конкурентоспособных сетевых кластеров, ускоряется за счет глобального роста числа работников с цифровыми компетенциями и развитием институтов защиты нелокализованных иностранных инвестиций [3].

Концепция такой высоко конкурентной «платформенной» хозяйственной системы [4-6] подразумевает сосуществование двух параллельных сетей: физических – человеческо-предпринимательских (субъекты бизнеса, работники, покупатели) и подлинно цифровых («цифровые двойники» материальных объектов). Последние представляют собой базы данных об экономических процессах, обновляемые в реальном времени и управляемые искусственным интеллектом. Примерами платформенных компаний являются российские 1С, Sber, Yandex, иностранные Boeing, BMW и пр. [7] Именно в рамках платформенной экономики ожидается сокращение технологического разрыва между передовыми и догоняющими странами, радикальный рост эффективности факторов производства (производительности труда, фондоотдачи, рентабельности) с одновременным снижением трудо- и капиталоемкости создания новых благ [8].

Само становление и развитие платформенной экономики России в ходе ее постепенной сетевой трансформации позволяет по-новому взглянуть на перспективы развертывания в ней процессов импортозамещения. Прежде всего, в сетевой экономике видится возможным преодоление ряда препятствий, сдерживающих импортозамещения:

- дефицит стимулов для организации конкурентоспособных и эффективных предприятий, которые смогли бы насытить российский рынок современной продукцией;
- неценовое конкурентное давление со стороны компаний Юго-Восточной Азии, усилившееся после «разворота на Восток», прежде всего, Китая и Южной Кореи;
- более низкий уровень удельных издержек китайских и южнокорейских корпораций («чеболей») с беспрецедентно высоким уровнем финансирования НИОКР и темпами роста производительности труда.

Поскольку основной целью импортозамещения выступает изменение структуры российской экономики для создания внутренних источников инвестиций и новых производственных технологий, необходимо создание условий для повышения уровня конкурентоспособности обрабатывающей индустрии и созданием в ней широкомасштабного производства с низкими издержками. Это, в свою очередь, требует формированию институциональной среды с априори высоким уровнем развития предприниматель-

ской активности и доверия между его субъектами, партнерством государства и бизнеса.

Формирование сетевой рыночно-предпринимательской среды в российской экономике, благоприятной для развития импортозамещения, связано с активизацией таких процессов, как увеличение мобильностью факторов производства, ускорение диффузии технологий между отраслями экономики [9], привлечение технологически связанных иностранных инвестиций и развитие глобальной научно-производственной кооперации, выход на новый (технологическо-компетентностный) уровень в международной трудовой миграции [10].

Сетевой фактор развития импортозамещения в российской экономике, связанный, как было сказано выше, с ростом факторной мобильности и эффективности, обусловлен уровнем развития инфраструктуры и институтов национальных рынков. Применительно к государственному регулированию импортозамещения это означает, что протекционизм не должен ослаблять конкуренцию на внутреннем рынке, что признается ключевой проблемой, сдерживающей развитие импортозамещения в российской экономике [11], в особенности в ее высокотехнологичном и обрабатывающем секторах, в наибольшей степени пострадавших в результате антироссийских санкций.

В свою очередь, на микроэкономическом уровне формирования сетевой среды развития импортозамещения в России необходимо создание системы селективной поддержки инвестирования и внедрения передовых производственных технологий, определяющих конкурентоспособность реального сектора экономики на внутреннем и внешнем рынках. Приоритетной сферой здесь выступает семейство цифровых технологий Индустрии 4.0.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01423, <https://rscf.ru/project/23-28-01423/>

Список литературы:

1. Дерябина, М.А. Горизонтальные связи и сетевая координация в современной экономике / М.А. Дерябина // *Общественные науки и современность*. – 2014. – №1. – С. 65–76. – Текст: непосредственный.
2. Борисенко, Я.М. Роль аутсорсинга управления знаниями в глобальной экономике / Я.М. Борисенко // *Креативная экономика*. – 2018. – №7. – С. 877-886.
3. Шабашкин, С.С. Теоретические аспекты развития решоринга / С.С. Шабашкин // *Вестник Института экономики Российской академии наук*. – 2017. – №3. – С. 86-95. – Текст: непосредственный.
4. Паркер, Дж. Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас / Дж. Паркер, М. Альстин,

С. Чаудари. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 304 с. – Текст: непосредственный.

5. Маркова, В.Д. Бизнес-модели компаний на базе платформ / В.Д. Маркова // Вопросы экономики. – 2018. – № 10. – С. 127-135. – Текст: непосредственный.

6. Cikovic, K.F. Exploring the efficiency of Platform Economy: a Prisma Complaint Systematic Review of Data Envelopment Analysis Applications / K.F. Cikovic, D. Kesek, M. Smoljic // UTMS Journal of Economics. – 2022. – Vol. 13(2). – pp. 236–248. – Текст: непосредственный.

7. Логинова, Е.В. Сетевая экономика как инновационный фактор модернизации современного российского общества / Е.В. Логинова: автореферат дис. ... доктора экономических наук: 08.00.01. – Волгоград: Волгогр. гос. ун-т, 2012. – 51 с. – Текст: непосредственный.

8. Jing, G., Digital economy and the domestic supply chain network / G. Jing, S. Meng, M. Yu // Digital Economy and Sustainable Development. – 2023. – Vol. 1:3. – pp. 1-13. – Текст: непосредственный.

9. Галенко, В.П. Мобильность человеческого капитала как фактор повышения устойчивости экономического развития предприятия и страны / В.П. Галенко, К.С. Плис // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. № 8. – С. 1089-1096. – Текст: непосредственный.

10. Кутенина, И.А. Внешнеэкономический потенциал и его влияние на устойчивость экономики региона / И.А. Кутенина // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2022. – №5. – С. 184-203. – Текст: непосредственный.

11. Атурин, В.В. Антироссийские экономические санкции и проблемы импортозамещения в условиях современной международной конкуренции / В.В. Атурин // Вестник евразийской науки. – 2019. – №2. – С. 1-9. – Текст: непосредственный.

Ткалин Александр Андреевич, студент гр. БЭсоз-243, I курс
Верчагина Ирина Юрьевна, к.и.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева», филиал КузГТУ в г. Белово, г. Белово

ДЕМОГРАФИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ И НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

Кемеровская область на протяжении последних десятилетий стабильно теряет население, как за счет естественной убыли, так и за счет миграционного оттока населения преимущественно трудоспособного возраста.

та в другие субъекты РФ. За последние 30 лет (с 1994 по 2024 гг.) численность населения Кузбасса сократилась на 524 831 чел.

В связи с этим, обостряются проблемы экономического и внеэкономического (административно-правового) регулирования рынка труда. В целях нашего исследования мы анализируем два сопредельных региона Сибирского федерального округа (Кемеровскую и Новосибирскую области) с точки зрения динамики демографических показателей организаций и взаимосвязи этих показателей с региональным рынком труда. Указанные регионы выбраны как объекты исследования в силу оттока трудоспособного населения Кузбасса преимущественно в соседние субъекты РФ, что подтверждают данные интернет-издания Газета 42а. Так, жители Кемеровской области «чаще всего выбирают для переезда Новосибирск. Среди кемеровчан, которые выбрали именно Новосибирск, доля составила 49%. Второе место по популярности занял Томск (14%), третье — Красноярск (11%)» [1].

Схожесть социально-демографических показателей (урбанизация, доступ к инфраструктуре), территориальное расположение и климат имеют существенно значение при выборе места проживания и трудоустройства. При этом конкурентным преимуществом Новосибирской области является структура региональной экономики, что подтверждает динамика численности населения. За период с 1994 по 2024 гг. численность населения Новосибирской области не значительно, но увеличилась (на 55 794 чел.) [2], что в сравнении с существенными демографическими потерями Кемеровской области за аналогичный период свидетельствует об очевидной привлекательности Новосибирской области.

Анализ показателей хозяйствующих субъектов в Сибирском федеральном округе, представленные в таблице 1, свидетельствует о существенных региональных отличиях, что связано как с отраслевой спецификой регионов, так и с условиями хозяйствования. Мы представили данные о количестве организаций и индивидуальных предпринимателей в сравнении с показателями численности населения по регионам СФО.

Таблица 1 – Показатели хозяйствующих субъектов по регионам Сибирского федерального округа в соотношении с численностью населения [2]

Регион СФО	Количество зарегистрированных организаций (на 1 июля 2024 г., ед.)	Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей (на 1 июля 2024 г., ед.)	Численность населения (на 1 января 2024 г.)
Новосибирская область	85 972	92 729	2 790 347
Красноярский край	58 747	75 670	2 847 826
Иркутская область	49 017	62 478	2 331 463

Алтайский край	39 116	53 885	2 115 707
Омская область	34 284	44 903	1 818 300
Кемеровская область	33 929	50 885	2 548 034
Томская область	22 669	25 889	1 043 855
Республика Хакасия	7 855	13 819	528 313
Республика Алтай	4 627	7 023	210 730
Республика Тыва	3 841	8 783	337 490

Очевидно, что число зарегистрированных организаций не отражает показателей валового регионального продукта (ВРП Кемеровской области за 2022 г. составил 2 188 751,4 млн., Новосибирской - 1 939 378,1 млн.), а также среднесписочную численность работников организаций. Однако это может свидетельствовать о некоторых характеристиках и динамике рынка труда. Крупные промышленные предприятия Кузбасса добиваются роста производительности труда благодаря внедрению инновационных способов добычи и применению нового поколения оборудования, что приводит к сокращению занятого в отрасли персонала. Планируемое в Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года [3] сокращение работников отрасли к 2035 г. на 23–32% (22–30 тыс. чел. в абсолютных величинах) потенциально может увеличить отток трудоспособного населения из региона, так как экономические ниши для высвобождающихся категорий формируются недостаточно эффективно.

Если мы сравним организации двух регионов (Новосибирская и Кемеровская области) по видам экономической деятельности, то получим некоторую разницу. По состоянию на 2024 г. наибольшее число организаций по видам экономической деятельности (ОКВЭД2) в Новосибирской области зарегистрировано в следующих сферах: торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств (25 369), строительство (9 642), деятельность по операциям с недвижимым имуществом (9 153), обрабатывающие производства (7 428), деятельность профессиональная научная и техническая (7 222), транспортировка и хранение (6 341). Аналогичный анализ данных по Кемеровской области дает на следующие пять видов экономической деятельности, наиболее привлекательных для среднего и малого бизнеса: торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств (7 701), строительство (3 200), обрабатывающие производства (2 711), деятельность профессиональная научная и техническая (2 817), деятельность по операциям с недвижимым имуществом (3 175). Анализ показателей данных организаций по формам собственности (83,1% организаций, зарегистрированных в Кемеровской области, находятся в частной собственности) и организационно-правовой форме (73,7% это общества с ограниченной ответственностью) подтверждает тот факт, что большая

часть организаций – это коммерческие структуры в сфере малого и среднего бизнеса с небольшой среднесписочной численностью персонала.

Таким образом, два региона Сибирского федерального округа, в целом сопоставимые по численности населения и размерам ВРП, дают нам довольно отличающуюся картину занятости населения в сфере малого и среднего бизнеса (данные представлены в таблице 2).

Таблица 2 – Динамика хозяйствующих субъектов по видам экономической деятельности в Кемеровской и Новосибирской областях [2]

Вид экономической деятельности (ОКВЭД2)	Число зарегистрированных организаций (Новосибирская область, ед.) на 2024 г.	Число зарегистрированных организаций (Кемеровская область, ед.) на 2024 г.	Отклонение показателей Кемеровской области от Новосибирской (в %)
торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств	25 369	7 701	- 69,7%
строительство	9 642	3 200	- 66,8%
деятельность по операциям с недвижимым имуществом	9 153	3 175	- 65,3%
обрабатывающие производства	7 428	2 711	- 63,5%
деятельность профессиональная научная и техническая	7 222	2 817	- 61%
транспортировка и хранение	6 341	2 332	- 63,3%
образование	2 431	2 254	- 7,3%
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	1 909	1 165	- 39%

Сопоставляя активность в таких видах экономической деятельности, как социальная сфера (образование и здравоохранение), можно увидеть, что процент отклонения ниже, чем в торгово-производственной сфере деятельности. Процент отклонения в сфере образования практически полностью совпадает с процентом отклонения по численности населения (Новосибирская область на 8,7% больше по численности населения, чем Кемеровская), что свидетельствует о том, что в обоих регионах именно в сфере образования схожая структура.

Сравнивая регионы по такому показателю, как уровень безработицы по состоянию на 2023 г. (Новосибирская область 4,5%, Кемеровская об-

ласть 4,8%) можно сделать вывод о том, что оба региона находятся в ситуации дефицита трудовых ресурсов. Однако Новосибирская область становится более привлекательной для лиц, профессионально не ориентированных на работу в промышленном секторе, что может способствовать дальнейшему оттоку населения Кузбасса.

Список литературы:

1. Котова, В. Кузбассовцы чаще всего переезжают в Новосибирск / В. Котова. // <https://gazeta.a42.ru/> Текст: электронный // Интернет издание gazeta.a42.ru: [сайт]. – URL: <https://gazeta.a42.ru> (дата обращения: 01.10.2024).
2. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный // Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.10.2024).
3. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года. – Текст: электронный // Электронный бюллетень Правительства Кемеровской области-Кузбасса: [сайт]. – URL: <https://bulleten-kuzbass.ru/bulletin/210988> (дата обращения: 01.10.2024).

Ткалин Александр Андреевич, студент гр. БЭСоз-243, I курс
Верчагина Ирина Юрьевна, к.и.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева», филиал КузГТУ в г. Белово, г. Белово

СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА)

Региональная отраслевая структура Кемеровской области складывалась на протяжении десятилетий и является историческим продолжением советской экономической политики. Значительная доля населения Кузбасса традиционно занята на предприятиях добывающей и обрабатывающей промышленности. Однако устойчивость региональной экономики в современных условиях во многом определяется диверсификацией отраслевой структуры как по видам экономической деятельности, так и по ее субъектам. Исходя из этого, основной целью нашего исследования является анализ регионального экономического развития через анализ доли малого и среднего предпринимательства в структуре валового регионального продукта (ВРП) Кузбасса.

Анализ структуры валового регионального продукта Сибирского федерального округа за 2022 г., представленные в таблице 1, свидетельствует

о том, что пять из десяти субъектов РФ (Красноярский край, Иркутская, Кемеровская, Новосибирская и Омская области) покрывают долю в 82,4% ВРП, тогда как на долю оставшихся пяти субъектов РФ, входящих в СФО, приходится 17,6% [1]. Это объясняется объективными социально-демографическими и экономическими факторами, в том числе наличием высококонцентрированных производств добывающей и обрабатывающей промышленности на территории указанных субъектов. Анализ ВРП в разрезе такого показателя, как вклад деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, дает нам следующую картину. [1].

Таблица 1 – Вклад деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в ВРП регионов СФО [1]

Субъект СФО	Вклад деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в ВРП, в %				Отклонение в процентных пунктах в сравнении с 2019 г.
	2019	2020	2021	2022	
Республика Алтай	25,8	24,7	23,6	22,1	- 3,7
Республика Тыва	12,9	12,0	13,0	11,5	- 1,4
Республика Хакасия	17,4	15,5	16,7	16,6	- 0,8
Алтайский край	36,0	36,3	36,6	37,7	+ 1,7
Красноярский край	11,4	12,5	13,1	14,7	+ 3,3
Иркутская область	18,3	17,3	18,1	16,4	- 1,7
Кемеровская область	17,5	18,3	14,8	15,8	- 1,7
Новосибирская область	36,9	37,1	39,3	39,8	+ 2,9
Омская область	24,9	25,8	30,2	28,6	+ 3,7

Представленные данные свидетельствуют о том, что самый значительный вклад в ВРП субъекты малого и среднего предпринимательства вносят в таких регионах, как Алтайский край, Новосибирская и Омская области. В этих регионах произошло ситуативное сокращение вклада субъектов малого и среднего предпринимательства в ВРП в период пандемии COVID-19 при сохранении тенденции к росту их долевого участия. При этом Красноярский край при относительно небольшой доле малого и среднего предпринимательства показывает стабильный прирост данного показателя. Наиболее значительное сокращение вклада субъектов малого и среднего предпринимательства произошло в Республике Алтай, Кемеровской и Иркутской области.

Дополнительным источником анализа регионального экономического развития является изучение динамики организаций. Структура хозяйствующих субъектов в Кемеровской области, согласно принятой методике статистического учета, включает в себя организации и индивидуальных предпринимателей.

Тогда как численность индивидуальных предпринимателей и их отраслевая структура изменилась не существенно (в 2017 г. было зарегистрировано 50 290 индивидуальных предпринимателей, в 2024 г. – 50 885), структура организаций претерпела существенные изменения (таблица 2). Так, если в 2018 г. в Кузбассе было зарегистрировано 46 526 организаций разной правовой формы, то в 2024 г. – 34 245. В сводной таблице представлена динамика организаций за период с 2018 по 2024 гг. по некоторым видам экономической деятельности. В выборку попали те виды деятельности, которые были наиболее привлекательны в 2018г. для субъектов предпринимательства.

Таблица 2 – Распределение организаций Кемеровской области по видам экономической деятельности (ОКВЭД2) за 2018-2024 гг. [1]

Распределение организаций Кемеровской области по видам экономической деятельности (ОКВЭД2)	2018 г., единиц	2024 г., единиц	Изменение показателя к 2018 г., %
Добыча полезных ископаемых	454	395	-13,0
Обрабатывающие производства	3629	2711	- 25,3
Строительство	4248	3200	- 24,7
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	12524	7701	- 38,52
Деятельность в области информации и связи	1188	869	- 26,9
Деятельность финансовая и страховая	891	554	- 37,8
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	4048	3175	- 21,6
Деятельность профессиональная, научная и техническая	3454	2817	- 18,5
Образование	2479	2254	- 9,5

По всем проанализированным видам деятельности произошло сокращение зарегистрированных организаций, что может свидетельствовать как о процессе укрупнения в отдельных отраслях экономики, так и о сокращении деловой активности субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе. При этом наибольшее сокращение произошло по таким видам экономической деятельности как торговля, финансовая и страховая деятельность, деятельность в области информации и связи, строительство и обрабатывающие производства.

Анализ такого дополнительного показателя как численность занятых в неформальном секторе экономики свидетельствует о том, что экономически активное население региона предпочитает стратегию миграции в другие субъекты РФ, стратегии ухода в неформальную экономику. По состоянию на 2023 г. среди регионов Сибирского федерального округа Кемеровская область имеет наименьшее число лиц, занятых в неформальном секторе: 156,5 тыс. или 13,1% (в среднем по регионам СФО этот показа-

тель равен 21,3%). При уровне безработицы в Кузбассе за 2023 г. равном 4,8% можно предположить, что даже при наличии финансовой и административной поддержки малого и среднего бизнеса в Кемеровской области при таком дефиците трудовых ресурсов возможности для полноценного развития данного сектора сокращаются.

Таким образом, поводя итоги анализа можно сделать вывод о том, что, во-первых, в субъектах СФО существенно отличается динамика восстановления малого и среднего предпринимательства в период после пандемии COVID-19 и введения санкций и, во-вторых, отраслевые рынки субъектов РФ могут заполняться конкурирующими организациями малого и среднего предпринимательства, зарегистрированными в иных территориях. С точки зрения анализа отраслевого рынка труда Кемеровской области это может означать сокращение его гибкости и сохраняющуюся динамику оттока населения.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный // Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.10.2024).

Топорищева Алена Витальевна, студент гр. ССб-221, III курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Совершенствование стратегии развития гостиничных услуг в условиях конкуренции имеет высокую актуальность по нескольким причинам:

- увеличение конкуренции: В последние годы рынок гостиничных услуг стал более насыщенным. Появление новых игроков создает дополнительные вызовы для традиционных гостиниц.

- изменение потребительских предпочтений: Гости становятся все более требовательными и ищут уникальные впечатления. Это требует от гостиничного бизнеса адаптации услуг под индивидуальные предпочтения клиентов, что возможно только при наличии четкой и гибкой стратегии.

- технологические инновации: С развитием технологий в гостиничном бизнесе появляется много новых инструментов, поэтому

гостиницы должны постоянно обновлять свои стратегии, чтобы использовать эти возможности.

- кризисы и изменения на рынке: Компании, которые смогли адаптироваться к новым условиям, выжили и сохранили конкурентные преимущества.

- устойчивое развитие: Стратегия, ориентированная на устойчивое развитие, может стать важным конкурентным преимуществом.

- персонализация и клиентский опыт: В условиях конкуренции гостиницы должны стремиться к персонализации предоставляемых услуг, что требует анализа потребительского поведения и внедрения новых подходов к обслуживанию клиентов.

Таким образом, актуальность совершенствования стратегии развития гостиничных услуг в условиях конкуренции заключается в необходимости соответствовать современным требованиям рынка, учитывать тенденции и ожидания потребителей, а также адаптироваться к изменяющимся условиям [2].

В данной статье мы рассмотрим, какие способы и методы существуют в условиях жесткой конкуренции для совершенствования стратегии развития гостиничного бизнеса.

В условиях конкурентной среды и меняющихся потребностей клиентов, для гостиничного бизнеса важно постоянно анализировать свою стратегию развития и вносить необходимые коррективы:

1) модернизация инфраструктуры.

Модернизация инфраструктуры является важной частью стратегии развития любого предприятия. Обновление инфраструктуры помогает улучшить качество обслуживания клиентов, повысить эффективность работы сотрудников, снизить издержки и улучшить общую конкурентоспособность компании.

В случае гостиниц модернизация инфраструктуры может включать в себя ряд мероприятий: обновление номеров и общественных зон, внедрение современных технологий для управления бронированием и обслуживанием гостей, улучшение системы безопасности и связи. Такие шаги помогут привлечь больше клиентов, улучшить уровень сервиса и повысить доходы от бизнеса.

Модернизация инфраструктуры может способствовать экологической устойчивости предприятия, что также становится все более важным для современных потребителей. Инвестиции в энергоэффективные технологии, утилизацию отходов и другие экологические меры могут не только снизить негативное воздействие на окружающую среду, но и привлечь новых клиентов, ценящих заботу о природе.

Модернизация инфраструктуры является ключевым элементом стратегии развития гостиничных услуг, позволяющим улучшить качество

обслуживания, повысить конкурентоспособность и стать более устойчивым к изменениям на рынке.

2) повышение уровня сервиса.

Повышение уровня сервиса в гостиничном бизнесе играет ключевую роль в совершенствовании стратегии развития компании. Гостиницы могут достичь успеха и конкурентных преимуществ, обращая особое внимание на качество обслуживания гостей. Повышение уровня сервиса способствует улучшению репутации компании, привлечению новых клиентов и удержанию постоянной клиентской базы.

Чтобы успешно реализовать стратегию повышения уровня сервиса, необходимо провести анализ ожиданий и потребностей гостей, обучить персонал обслуживания, создать стандарты обслуживания и контролировать их соблюдение, а также постоянно совершенствовать сервисные процессы. Внедрение инновационных технологий и подходов также может значительно улучшить качество обслуживания и повысить уровень удовлетворенности гостей.

Повышение уровня сервиса не только способствует увеличению доходов компании, но и создает благоприятную репутацию, что является важным конкурентным преимуществом на рынке гостиничных услуг. Инвестирование в повышение уровня сервиса можно рассматривать как стратегическое развитие гостиниц с целью долгосрочного успеха и роста.

3) цифровизация.

Цифровизация представляет собой ключевой элемент современного бизнеса, включая гостиничную индустрию. Для всех гостиниц цифровизация может стать мощным инструментом для совершенствования стратегии развития.

Внедрение цифровых технологий в работу гостиницы позволит оптимизировать процессы бронирования номеров, управления ресурсами, обслуживания гостей и маркетинга. Автоматизация бухгалтерии, управления персоналом и аналитики данных поможет повысить эффективность работы и сократить издержки.

Создание мобильного приложения для бронирования номеров и получения информации об услугах гостиницы может привлечь новых клиентов и улучшить обслуживание постоянных гостей. Внедрение системы умного дома позволит автоматизировать управление комфортными параметрами номеров и повысить уровень сервиса.

Цифровизация также открывает новые возможности для анализа данных о предпочтениях гостей, сезонных колебаниях спроса и конкурентной среде, что поможет более точно выстраивать стратегию развития гостиниц.

Внедрение цифровых технологий в деятельность любых гостиниц не только повысит эффективность бизнеса, но и способствует улучшению

качества обслуживания гостей и укреплению конкурентных позиций на рынке гостиничных услуг.

4) позиционирование и маркетинг.

Позиционирование и маркетинг играют важную роль в совершенствовании стратегии развития любого предприятия. Позиционирование помогает определить уникальное место компании на рынке и выделиться среди конкурентов. Для гостиницы это может означать определение своей целевой аудитории, выделение особых качеств или услуг, которые делают ее привлекательной для посетителей, и создание уникального образа бренда [1].

Маркетинг позволяет привлечь внимание потенциальных клиентов, увеличить продажи и укрепить позиции на рынке. Это включает в себя разработку маркетинговых стратегий и тактик, проведение рекламных кампаний, работу с социальными медиа и другие мероприятия для продвижения бренда и услуг гостиницы.

Совершенствование стратегии развития гостиничного бизнеса через позиционирование и маркетинг поможет привлечь больше клиентов, улучшить узнаваемость бренда, увеличить доходы и обеспечить стабильный рост компании. Важно постоянно анализировать рынок, отслеживать тренды и потребности клиентов, чтобы успешно адаптировать свою стратегию и оставаться конкурентоспособным [5].

Реализация стратегии различных гостиниц включает в себя несколько ключевых этапов.

Необходимо составить подробный план действий, включающий конкретные задачи, определение сроков и назначение ответственных лиц. Это поможет обеспечить структурированное выполнение поставленных целей. Важно определить все необходимые ресурсы для успешной реализации стратегии, включая финансовые, человеческие и материальные ресурсы. Обеспечение достаточных ресурсов поможет избежать проблем в процессе выполнения стратегии [3].

Не менее важным этапом является постоянный мониторинг выполнения плана, анализ результатов и внесение необходимых корректировок. Это позволит оперативно реагировать на изменения среды и обеспечить достижение поставленных целей.

Стратегия гостиниц должна быть реализована системным и структурированным способом, учитывая все вышеперечисленные этапы для достижения успеха и устойчивого развития бизнеса.

После реализации стратегии развития во многие гостиницы региона ожидаются следующие результаты.

Благодаря улучшению качества обслуживания, разработке новых продуктов и услуг, оптимизации бизнес-процессов и другим мерам, уровень удовлетворенности клиентов должен увеличиться. Реализация стратегии должна привести к увеличению прибыли гостиницы. Это может

произойти благодаря увеличению числа клиентов, расширению спектра услуг, оптимизации затрат и другим мерам. Благодаря активному маркетингу, позиционированию на новых рынках и другим мерам, узнаваемость бренда гостиницы должна увеличиться. Реализация стратегии позволит гостиницам создать устойчивое конкурентное преимущество на рынке. Это может быть достигнуто благодаря уникальным продуктам и услугам, высокому уровню сервиса, инновационным подходам и другим мерам [4].

Эти ожидаемые результаты помогут гостиничным услугам стать более успешными и конкурентоспособными на рынке, привлечь больше клиентов и увеличить прибыль.

Совершенствование стратегии развития является непрерывным процессом, требующим постоянного анализа, адаптации и инноваций. Комплексный подход, включающий модернизацию инфраструктуры, повышение качества сервиса, цифровизацию и эффективное позиционирование, позволит любой гостинице занять лидирующие позиции на рынке и обеспечить устойчивое развитие.

Список литературы:

1. Гаранина, Е. Н. Проблемы управления конкурентоспособностью гостиниц / Е. Н. Гаранина // Вестник РМАТ. – 2013. – №2 (8). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-upravleniyakonkurentosposobnostyu-gostinits> (дата обращения: 04.10.2024).

2. Друганов, С. П. Формирование национальной стратегии развития ресторанно-гостиничного бизнеса / С. П. Друганов // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-natsionalnoy-strategii-razvitiya-restoranno-gostinichnogo-biznesa> (дата обращения: 04.10.2024).

3. Кабаненко, М. Н. Конкурентоспособность предприятий гостиничного бизнеса / М. Н. Кабаненко, В. Н. Бруйка // Экономика и социум. – 2017. – №1-1 (32). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiy-gostinichnogo-biznesa> (дата обращения: 04.10.2024).

4. Ковальчук, А. П. Управление конкурентоспособностью предприятий индустрии гостеприимства в современных условиях в России / А. П. Ковальчук, Е. А. Блинова // Российское предпринимательство. – 2017. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-predpriyatiy-industrii-gostepriimstva-v-sovremennyh-usloviyah-v-rossii> (дата обращения: 04.10.2024).

5. Шундулиди, А. И. Экономическое управление недвижимостью / А. И. Шундулиди, А. Н. Малюгин // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2005. – № 6(51). – С.110-112.

Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ООО «АВТОЦЕНТР ДЮК И К»

Функционируя в рыночной среде, каждая организация формирует свое движение, учитывая сигналы, поступающие из внешней среды, и параметры, отражающие состояние самой организации.

Среда выступает как спектр некоторых ограничений и появляющихся возможностей.

Официальная процедура диагностики текущего состояния организации широко признанный метод SWOT-анализа, позволяющий провести изучение одновременно внешней и внутренней среды.

Анализ сильных и слабых сторон ООО «Автоцентр ДЮК и К» даст нам возможность выстроить наиболее конкурентоспособную стратегию развития организации с точки зрения интересующей нас маркетинговой деятельности.

Предметом деятельности общества «Автоцентр ДЮК и К» является торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах.

Структура персонала организации соответствует ее отраслевой специфике. Согласно данным Федеральной налоговой службы на 2021 год среднесписочная численность работников составляет 104 человека.

ООО «Автоцентр ДЮК и К» - официальный дилер LADA, CHERY, EXEED в Кузбассе. Создание компании началось в 1998 году с огороженной арендуемой площадки, шести человек персонала и полного отсутствия стартового капитала. В настоящее время компания занимает лидирующие позиции не только в своем регионе, но и в России. Начиная с 2015 г. – компания занимает I место по продажам автомобилей LADA в Сибири и Дальнем Востоке, а по результатам глобального дилерского рейтинга дилеров LADA за 2019 год – III место в России.

За годы работы Автоцентр ДЮК и К приобрел репутацию добросовестной и надежной компании. Регулярное повышение квалификации специалистов организации, постоянный контроль качества технического обслуживания позволили центру завоевать доверие 120 тысяч автовладельцев Кузбасса. Об уровне доверия кузбассовцев к Автоцентру ДЮК и К говорит и то, что компанию трижды признавали «Брендом Кузбасса» [1].

По данным на 2018 год:

25 492 – именно столько автомобилей продал «Автоцентр ДЮК и К» кузбассовцам за свою 20-летнюю историю.

20% – именно столько от всего автомобильного рынка России занимают автомобили марки LADA. Это значит, что каждый пятый проданный автомобиль в стране – отечественный.

80% – таков индекс клиентской лояльности клиентов автосалона и сервисного центра компании [2].

Автоцентр ДЮК и К входит в топ-3 дилеров LADA и топ-10 дилеров CHERY России. Автоцентр ДЮК и К активно развивается и предлагает полный комплекс услуг, связанный с продажей, гарантийным и сервисным обслуживанием автомобилей, реализацией оригинальных запчастей и аксессуаров через собственные розничные магазины [1].

На российском рынке по результатам масштабного голосования в рамках премии «Автомобиль года в России» автомобили CHERY серий «TIGGO 8» вошли в списки лидеров в различных номинациях, а по итогам исследования «Рейтинги Авто Года в России» кроссоверы CHERY отмечены в ТОП-10 в различных категориях 15 раз, что можно назвать триумфом компании [3].

Высокую популярность кроссоверов марки CHERY также демонстрируют и рыночные показатели, так аналитическое агентство «Автостат» зафиксировало смену лидера по итогам 2022 года – теперь в России марка CHERY является №1 по объему рынка SUV в России, с самой популярной моделью TIGGO 7 PRO. При этом кроссовер TIGGO 4 вошел в ТОП-3 лидеров в сегменте SUV (B) по сохранности остаточной стоимости [4].

По сей день Автоцентр занимается продажей автомобилей LADA, Chery, Exeed.

Также Автоцентр предоставляет дополнительные услуги в виде автосервиса, магазина автозапчастей, автомойки, также покупателям доступен тест-драйв автомобилей, trade-in и покупка авто в кредит.

Согласно данным бухгалтерского баланса, выручка предприятия за последние три года растет. За 2022 год по сравнению с 2021 годом выручка сократилась на 439 710 тыс. руб. Причиной данного явления могла стать СВО, иностранные конкуренты ушли с рынка и оставили место китайским автопроизводителям. А за 2023 год по сравнению с 2022 годом выручка увеличилась на 1 151 047 тыс. руб. Это говорит о том, что реализуемые китайские автомобили могут эффективно конкурировать с другими автомобилями на рынке.

В результате проведенного SWOT-анализа внутренней и внешней среды ООО «Автоцентр ДЮК и К» были определены наиболее эффективные направления использования имеющихся преимуществ, а также способы устранения своих слабостей и нейтрализации негативных угроз внешней среды.

Благодаря выявленным характеристикам были определены направления планируемых мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности и отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа

	ВОЗМОЖНОСТИ (О)	УГРОЗЫ (Т)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потребность потребителя в недорогом автомобиле; 2. Поддержка Правительства продаж автомобилей эконом-сегмента; 3. Увеличение продаж по России из-за прекращения ввоза автомобилей из европейских стран; 4. Спад спроса на европейские авто; 5. Обновление российского автомобиля современной комплектацией; 6. Активное проникновение китайских авто на рынок; 7. В Сибирском и Дальневосточном федеральных округах особые климатические условия. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение стоимости автомобилей иностранного производителя; 2. Спрос на экологичные авто; 3. Спрос на премиум сегмент; 4. Внедрение на рынок электромобилей; 5. Появление новых конкурентов, имеющих больший ассортимент, гибкие цены и лучшее качество; 6. Повышение стоимости ввозимых деталей из-за изменения курса валют; 7. Создание новых видов автомобилей, оснащенных современными электронными дополнениями и с обновленной комплектацией; 8. Низкий уровень зарплат у населения; 9. Параллельный импорт.
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)	SO	ST
<ol style="list-style-type: none"> 1. 25 лет на рынке; 2. Лучший дилер Сибирского и Дальневосточного федерального округа; 3. Дилер китайских автомобилей; 4. Близкое расположение к поставщикам; 5. Налаженные каналы рекламы; 6. Проведение маркетинговых исследований; 7. Позитивный имидж компании в общественной жизни; 8. По итогам «Автомобиль года России» 2022 года автомобили Chery заняли лидирующие позиции в разных разделах. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поддержка и стимулирование покупки автомобиля потребителем путем предоставления приятной цены для покупателя, удобства приобретения в кредит, сопутствующего сервиса и дополнительных услуг; 2. Создание бренда Автоцентра как недорогого, надежного и гибкого к климатическим условиям поставщика российского автопрома; 3. Расширение сферы деятельности, развитие Автоцентра на рынке, а также открытие новых точек. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оставаться лидером на рынке благодаря развитому бренду, непрекращающемуся развитию Автоцентра, постоянному проведению маркетинговых исследований и созданию стратегий; 2. Ввести в продажи новые марки автомобилей, пользующиеся спросом; 3. Начать продажи электрокаров; 4. Развить модельный ряд экологичных авто; 5. Использование автомобильных запчастей отечественного производителя.

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)	WO	WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Небольшой ассортимент автомобильных запчастей для российского автопрома; 2. Нехватка специалистов и оборудования по ремонту электромобилей; 3. Высокие цены на товары и услуги; 4. Не налаженная система обращений; 5. Отсутствие некоторых типов ключевой квалификации и компетентности; 6. Требуется совершенствование системы обучения персонала; 7. Отставание в области исследования и разработок; 8. Не оборудованы клиентские зоны; 9. Неудобная планировка залов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Есть вероятность неудовлетворения потребности потребителя в недорогом автомобиле, запчастей и услуг; 2. Отставание в области исследования и разработок дают преимущество конкурентам; 3. Недостаток квалифицированных кадров может сократить спектр предоставляемых услуг. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Небольшой ассортимент автомобильных запчастей и высокие цены на товары и услуги может привести к росту привлекательности конкурентов; 2. Не налаженная система обращений, отсутствие программ лояльности может помешать созданию клиентской базы, а также поддержке имиджа компании; 3. Из-за нехватки некоторых специалистов, в связи с небольшим ассортиментом услуг, может быть потеря части клиентов.

Сильные стороны Автоцентра «ДЮК и К» позволят реализовать появившиеся возможности с помощью следующих мероприятий:

Во-первых, поддерживать и стимулировать покупки автомобиля путем предоставления оптимальной цены для покупателя, обеспечивать удобство приобретения в кредит, сопутствующий сервис и дополнительные услуги.

Во-вторых, создать образ бренда Автоцентра как недорогого, надежного и гибкого к климатическим условиям поставщика российского автопрома.

В-третьих, расширить сферы деятельности, увеличить присутствие Автоцентра на рынке через открытие новых точек продаж и сервиса.

Что может помешать воспользоваться возможностями. Есть вероятность неудовлетворения потребностей потребителей в недорогом автомобиле, запчастей и услуг из-за возможного повышения цен. Отставание в области исследований и разработок дает большее преимущество конкурентам. Недостаток квалифицированных кадров может сократить спектр предоставляемых услуг, что также может сократить количество клиентов.

Исходя из анализа, самыми большими опасностями для фирмы представляются:

- недостаточный ассортимент автомобильных запчастей;

- высокие цены на товары и услуги;
- не отлаженная система обращений и обратной связи, недостатки в программах лояльности могут помешать поддержке положительного имиджа компании;
- недостаток квалифицированных кадров может сократить спектр предоставляемых услуг.

Однако известность бренда ООО «Автоцентр Дюк и К» позволяет оставаться лидером на авторынке Кузбасса.

Для эффективного функционирования организации необходимо:

- совершенствовать уникальность товара, концентрировать усилия на усилении осведомленности об уникальности предложения;
- проводить постоянный мониторинг предложений конкурентов;
- искать новых поставщиков автомобильных запчастей;
- разработать программу лояльности, а именно предложение для VIP-клиентов;
- проводить акций, направленных на длительность контакта потребителя с компанией;
- разработать экономические предложения для покупателей, чувствительных к цене;
- повышать качество товара и услуг по отстающим параметрам;
- следить за тенденциями в области развития и удовлетворения потребностей клиентов;
- проводить мониторинг появления новых компаний;
- вводить новые товары, способные закрывать микро-ниши.

Таким образом, следует еще раз отметить, что внутренние факторы среды в сочетании с факторами внешней среды оказывают решающее воздействие на жизнедеятельность любой организации. В связи с этим внутренняя и внешняя среда организации должна подвергаться постоянному изучению и анализу со стороны руководства для того, чтобы впоследствии принять верное решение и, при необходимости, стабилизировать экономическое положение организации.

Список литературы:

1. Лидеры и аутсайдеры российского авторынка в январе 2023 года // АВТОСТАТ [сайт]. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/53822/?yrwinfo=1680690467574941-9799462382707766158-balancer-17leveler-kubr-yp-vla-126-BAL-3181> (дата обращения: 08.09.2024). – Текст: электронный.].
2. Клавдеева, В. / Бизнес-прогнозирование: какой метод выбрать [Электронный ресурс] / Управляем предприятием – URL: <https://upr.ru/article/biznes-prognozirovanie-kakoy-metod-vybrat/> (дата обращения: 17.08.2024). – Текст: электронный.].

3. Пресс-конференция в ТАСС: Как выбирают автомобили в России в новых реалиях рынка? //Автогода [сайт]. – URL: <https://autogoda.ru/news/kak-vybirayut-avtomobili-v-rossii-v-novykh-realiyakh-rynka-> (дата обращения: 20.06.2024). – Текст: электронный.].

4. Лучшие китайские автомобили в 2024 году в России // Комсомольская правда [сайт]. – URL: <https://www.kp.ru/expert/avto/luchshie-kitajskie-avtomobili/> (дата обращения: 20.05.2024). - Текст: электронный.

Федосьина Ксения Игоревна, студент гр. УЦИ23-2, II курс
Научный руководитель – ассистент Чупреева Алёна Николаевна
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

РОЛЬ ПОНИМАНИЯ ЦЕЛИ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТАМИ

Современная парадигма управления проектами акцентирует внимание на многофакторных аспектах планирования и реализации проектов, однако ключевую роль в их успешном завершении играет четко сформулированная и глубоко осознанная всеми участниками проекта цель. Цель проекта является не только ориентиром для действий стейкхолдеров, но и инструментом координации всех процессов и ресурсов, необходимых для успешного завершения проекта. В условиях возрастающей сложности и многокомпонентности проектов, понимание цели становится одним из определяющих факторов, который влияет на качество и своевременность выполнения поставленных задач. Данная статья посвящена анализу правильного и унифицированного понимания цели всеми стейкхолдерами, а также анализ того, как четкая постановка цели способствует успешной реализации проекта.

«Проект – это комплект взаимосвязанных мероприятий, направленных на получение уникальных результатов, а условиях временных и ресурсных ограничений» [4]. Данное определение напрямую связано с понятием цели в управлении проектами и является мультидисциплинарным и широко обсуждаемым в научном сообществе. В русской лексической традиции, как зафиксировано в словаре Даля, цель понимается как «...Конечное желанье, стремление, намеренье, чего кто силится достигнуть... Цель, начало или корень дела, побужденье; за ним идет средство, способ, а вершит дело конец, цель, достижение ее...» [7]. В контексте управления проектами цель – «это конечный результат, на который должны быть направлены работы; стратегическая позиция, которую следует занять; задача, которую следует решить; результат, который следует полу-

чить; продукт, который следует произвести; услуга, которую следует оказать» [2,4].

В современных подходах цель рассматривается более объективно и конкретно, как конечный результат или задача, что отражает эволюцию от абстрактных желаний к конкретным, измеримым результатам, что привело к появлению различных инструментов и методологий для её формулирования и достижения. Одним из наиболее распространённых методов является SMART, предложенный Джорджем Дораном. Согласно SMART, цель должна быть конкретной (Specific), измеримой (Measurable), достижимой (Achievable), релевантной (Relevant) и ограниченной во времени (Time-bound). Павел Алферов, профессор бизнес-практики Школы управления СКОЛКОВО предлагает рассматривать цель через призму «целеполагания», акцентируя внимание на процессе формулирования целей, который должен включать в себя анализ возможностей, ресурсов и ограничений. Это подход перекликается с концепцией SMART, но добавляет фазу предварительного анализа и адаптации целей.

Общее понимание цели всеми участниками проекта является критически важным фактором, влияющим на успех проекта. Согласно статистике, только около 39% проектов завершаются успешно [1]. Успешность проекта представляет собой мультикомпонентную конструкцию, включающую две взаимосвязанные, но автономные составляющие. Во-первых, актуальность проектного результата, которая включает в себя степень соответствия проектного результата ожиданиям заинтересованных сторон и достижение запланированного бизнес-результата. Во-вторых, эффективность менеджмента проекта, которая предполагает реализацию проекта в соответствии с согласованными параметрами и демонстрацию профессионализма и слаженности работы проектной команды. Эти две составляющие не имеют прямой причинно-следственной связи, и успешность менеджмента проекта не обязательно гарантирует актуальность проектного результата [6, с. 99–101].

Одной из причин низкой успешности проектов является отсутствие единого видения и понимания цели среди членов команды и стейкхолдеров. Единое восприятие цели обеспечивает когерентность действий команды, способствует более эффективному распределению ресурсов и снижает вероятность отклонений от плана проекта, повышает мотивацию и ответственность каждого члена команды за конечный результат. Единое понимание также способствует эффективной коммуникации, снижает риски возникновения конфликтов и недопонимания. В контексте теории заинтересованных сторон формирование общего понимания цели позволяет учитывать интересы всех стейкхолдеров, что повышает вероятность успешной реализации проекта. Кроме того, единое понимание цели облегчает процесс принятия решений, так как все действия команды направлены на достижение согласованного результата.

Цель проекта выступает элементом, детерминирующим процесс принятия управленческих решений на всех этапах жизненного цикла проекта. Она выполняет роль стратегического ориентира, задающего приоритеты и критерии успешности, что обеспечивает направленность всех последующих действий. В процессе планирования цель трансформируется в конкретные задачи и мероприятия, структурированные в рамках системы декомпозиции, что позволяет количественно и качественно определить объем работ, распределить ответственность между участниками проекта и создать основу для разработки графиков, бюджета и плана управления рисками. На этапе реализации проекта цель служит критерием для оценки прогресса и эффективности выполнения работ, используя метрики и ключевые показатели эффективности. Это обеспечивает возможность оперативного реагирования на отклонения и коррекции траектории проекта и способствует точному определению требований к конечному продукту, что минимизирует вероятность несоответствия результатов ожиданиям заинтересованных сторон.

Цель проекта выполняет функцию фильтра для оценки их потенциального влияния на проект. В современных гибких методологиях управления проектами (например, Agile, Lean) цель проекта служит постоянным ориентиром для приоритизации задач и оптимального распределения ресурсов, что контрастирует с традиционными линейно-последовательными моделями (Waterfall), где цель фиксирована на начальном этапе и редко пересматривается. В рамках гибких методологий, таких как Scrum, цели, не противоречащие основной, могут пересматриваться в ходе проекта, что позволяет адаптироваться к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Взаимосвязь между целью проекта и требованиями к продукту необходима для предотвращения потенциальных несоответствий между стратегическими целями и возможностями исполнительной команды [5, с.67–69]. Согласно Национальному стандарту Российской Федерации по проектному менеджменту в части требований к управлению проектом, требования к продукту формируются на основе четко сформулированной цели на этапе процесса планирования содержания проекта, что существенно влияет на точность их определения и, следовательно, на успешность реализации проекта [3].

Для успешной реализации проекта и обеспечения единого понимания его цели среди всех участников, необходимо применение комплексного подхода, включающего коммуникацию и координацию всех заинтересованных сторон проекта. Регулярные совещания, брифинги, отчетные мероприятия, а также прозрачная документация проекта служит формальной базой для координации действий. Координация усилий участников требует четкого распределения ролей и обязанностей, что минимизирует конфликты и дублирование задач. Для этого используются специализированные инструменты, такие как YouGile или Jira, которые обеспечивают визуализацию

зацию процессов и контроль за их выполнением. Визуализация плана с помощью диаграмм Ганта позволяет участникам видеть временные рамки и взаимосвязи задач, что способствует оперативному выявлению отклонений от графика и корректировке действий. Важной составляющей является декомпозиция задач с использованием структуры разделения работ (WBS), которая разбивает общую цель на более мелкие, управляемые подзадачи. Это упрощает выполнение работы и четко определяет вклад каждого участника в общий результат. Сочетание этих методов и инструментов обеспечивает общее понимание цели проекта всеми участниками, что является залогом его успешной реализации.

Таким образом, в ходе проведенного исследования показывает, что цель в контексте проектного управления является не просто абстрактным ориентиром, а инструментом, который определяет направление всех действий заинтересованных сторон проекта и влияет на весь жизненный цикл проекта. Одним из критических факторов успешной реализации проекта является не только правильная формулировка цели, но и ее единое понимание и восприятие всеми участниками проекта, которое снижает количество возможных конфликтных ситуаций и возможных недоразумений в процессе выполнения проекта. Формулировка и донесение цели до каждого участника проекта является ключевым элементом, который должен быть учтен на всех этапах проектной деятельности. Только при наличии и единого представления о цели можно обеспечить успешное завершение проекта в установленные сроки, при соблюдении бюджетных и качественных ограничений.

Список литературы:

1. Pinhas H., Project Management Statistics: 45 Stats You Can't Ignore / Pinhas H, [Электронный ресурс] // Workamajig: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.workamajig.com/blog/project-management-statistics> (дата обращения: 05.10.2024).
2. Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). – 6-е изд. – Newtown Square, PA: Project Management Institute, 2017. — 756 с.
3. ГОСТ Р 54869–2011. Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом / Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. – Москва: Стандартинформ, 2011.
4. Постановление Правительства РФ от 31 октября 2018 г. № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» от 01.11.2018 № 1288 // Официальный интернет-портал правовой информации. – 2018.
5. Полковников, А.В. Управление проектами. Полный курс МВА / А.В. Полковников, М.Ф. Дубовик. – Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2021. – 552 с.

6. Проектный менеджмент / под ред. С.А. Полевого. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 575 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/2016339. – ISBN 978-5-16-018508-8. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2016339> (дата обращения: 03.10.2024). – Режим доступа: по подписке.

7. Толковый словарь Даля. Цель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/dal/%D1%86%D0%B5%D0%BB%D1%8C> (дата обращения: 01.10.2024).

Фольмер Демид Эдуардович, студент гр. МУб-211, III курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕХАНИЗМОВ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В условиях современной рыночной экономики, проблема недобросовестной конкуренции имеет острый и первоочередный характер. Стремление к максимализации прибыли и укреплению своих позиций на рынке зачастую подталкивает отдельных хозяйствующих субъектов к использованию методов, противоречащих принципам честной конкуренции. Недобросовестная конкуренция не только наносит ущерб конкретным компаниям, лишая их доли рынка и подрывая деловую репутацию, но и негативно влияет на всю экономическую систему, искажая конкурентные механизмы и снижая доверие между участниками рынка. Это препятствует развитию инноваций, тормозит инвестиционную активность и в конечном итоге вредит потребителям, ограничивая их выбор и доступ к качественным товарам и услугам[5].

В связи с этим выявление новых методов защиты от недобросовестной конкуренции, а так же анализ и оценка уже существующих методов является значимой задачей. Наличие действенных инструментов противодействия недобросовестным практикам – необходимое условие для формирования здоровой конкурентной среды, стимулирования экономического роста и обеспечения благоприятного инвестиционного климата.

Выделяют два основных механизма защиты от недобросовестной конкуренции [7]:

А. Законодательные механизмы:

Составляют основу системы защиты от недобросовестной конкуренции и обеспечивают юридическую базу для привлечения нарушителей к ответственности. К ним относятся:

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» (№ 135-ФЗ): Этот закон является основным инструментом регулирования конкурентных отношений и содержит определения недобросовестной конкуренции, а также перечень запрещенных действий, таких как распространение ложных или искаженных сведений, введение в заблуждение потребителей, незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности конкурента и другие [1].

2. Гражданский кодекс РФ: Регулирует отношения, связанные с защитой деловой репутации (ст. 152 ГК РФ), недопустимостью недобросовестной конкуренции, защитой исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (часть IV ГК РФ). Позволяет взыскать убытки, причиненные недобросовестной конкуренцией, а также требовать опровержения недостоверных сведений [2].

3. Кодекс об административных правонарушениях РФ (КоАП РФ): Предусматривает административную ответственность за отдельные виды недобросовестной конкуренции, например, за незаконное использование товарного знака, распространение недостоверной рекламы [3].

4. Уголовный кодекс РФ (УК РФ): В отдельных случаях, когда недобросовестная конкуренция сопряжена с причинением крупного ущерба или совершается с использованием служебного положения, действия нарушителя могут быть квалифицированы как преступление [4].

Б. Незаконодательные механизмы:

Незаконодательные механизмы играют важную роль в предотвращении недобросовестной конкуренции и формировании этических норм ведения бизнеса. К ним относятся:

1. Саморегулирование в отраслях: Разработка и принятие отраслевыми ассоциациями и союзами кодексов этики, стандартов добросовестной конкуренции, создание механизмов контроля за их соблюдением.

2. Общественное порицание: Негативная реакция общественности, потребителей, средств массовой информации на факты недобросовестной конкуренции может нанести существенный ущерб репутации компании и служить сдерживающим фактором.

Анализируя эффективность существующих методов необходимо рассмотреть как сильные, так и слабые стороны методов.

К сильным сторонам можно отнести тот факт, что Российское законодательство в области недобросовестной конкуренции достаточно развито и охватывает широкий спектр неправомερных действий. Различные законы предоставляют инструменты для пресечения различных

форм недобросовестной конкуренции. При этом пострадавшие от недобросовестной конкуренции компании имеют право обращаться в суд за защитой своих прав и интересов. Суд может признать действия конкурента незаконными, взыскать убытки, компенсировать моральный вред, запретить использование незаконных методов конкуренции. А антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела о недобросовестной конкуренции и налагать административные штрафы.

К слабым сторонам в первую очередь относится сложность доказывания. Необходимо собрать достаточную доказательственную базу, подтверждающую наличие умысла, причинно-следственной связи между действиями конкурента и причиненным ущербом.

Судебные процессы по делам о недобросовестной конкуренции могут затягиваться на длительное время и требовать значительных финансовых затрат от истца. В то время как размеры административных штрафов за недобросовестную конкуренцию зачастую недостаточно высоки, чтобы служить действенным сдерживающим фактором для нарушителей.

Выделяя слабые стороны можно предложить следующие рекомендации по устранению существующих недостатков. Первоочередной задачей является необходимость более четко и однозначно формулирования определения различных форм недобросовестной конкуренции, чтобы исключить возможность различного толкования закона и упростить процесс доказывания [8]. Следует так же рассмотреть возможность снижения порога доказывания в делах о недобросовестной конкуренции, например, путем введения презумпции вины нарушителя в отдельных случаях. Это позволит облегчить бремя доказывания для пострадавших компаний.

Так же важно пересмотреть размеры штрафов за недобросовестную конкуренцию в сторону их увеличения, чтобы сделать их более эффективным сдерживающим фактором. Также следует рассмотреть возможность введения новых видов ответственности, например, уголовной, за особо тяжкие случаи недобросовестной конкуренции. Помимо этого необходимо повышение эффективности работы государственных органов, развитие саморегулирования и повышение правовой грамотности бизнеса.

Проблема недобросовестной конкуренции, несомненно, является острой и актуальной до сих пор. Однако, рассматривая эффективность существующих механизмов защиты можно говорить об относительно высоком уровне их развития, позволяющим сдерживать недобросовестные компании от нечестных способов повышения прибыли и захвата рынка, а так же о компенсации пострадавшим компаниям, в случае уже совершившихся преступлений, ущерба, и ответственности перед законом.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.06.2006 г., в ред. от 05.04. 2010 г., № 135.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019) // Собрание законодательства РФ. – 05.12.1994.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Текст]: от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 24.04.2020) // Собрание законодательства РФ.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.03.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 23.03.2022).
5. Бачурин, Е.Ю. Понятие недобросовестной конкуренции и ее влияние на безопасность предпринимательской деятельности / Е.Ю. Бачурин, С.С. Низамов // Общество, право, государственность: ретроспектива и перспектива. – 2022.
6. Загайнов, В.В. О необходимости совершенствования понятия «недобросовестная конкуренция» / В.В.Загайнов, Е.В. Кузнецов // Сибирский юридический вестник. – 2020.
7. Сапожникова, Н.Г. Недобросовестная конкуренция: сущность, признаки, формы / Н.Г. Сапожникова, Л.А. Уточкина // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022.
8. Юсупова, А.Ф. Недобросовестная конкуренция: формы и средства борьбы // Вопросы российской юстиции. – 2022.

Ходжаев Абдулазиз Эркинович, студент гр. МЕН20-7

Научный руководитель – д.э.н., доцент Коряков Алексей Георгиевич
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ И МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

При формировании алгоритмов и дорожных карт политики устойчивого развития и функционирования предприятия одним из ключевых факторов выступает система мотивации и процессы стимулирования живого труда [1]. Особенно это актуально в условиях конкурентной внешней среды.

На сегодняшний день газовая отрасль является наиболее развитой и конкурентоспособной отраслью в России (см. рис. 1). Анализируя данные, можно отметить, что доля газового сектора в ВВП в России колеблется в пределах 14% до 21,7%.

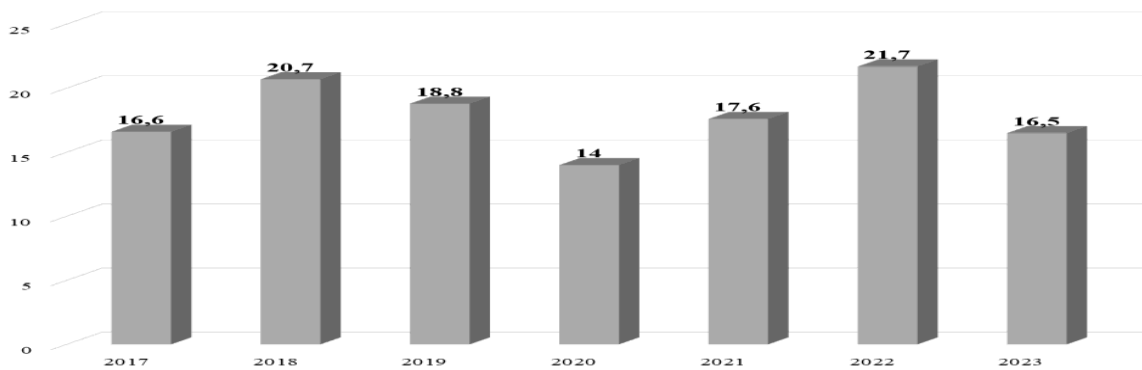


Рисунок 1 – Доля газового сектора в ВВП Российской Федерации, % [2]

В 2018 году произошел значительный рост доли газового сектора в ВВП до 20,7%, что связано с увеличением цен на энергоносители на мировых рынках. Однако в последующие годы доля сектора начала снижаться, вероятно, из-за снижения спроса на энергоносители, а также конкуренции со стороны альтернативных источников.

Одной из основных проблем предприятий газовой отрасли является высокий оборот персонала. Постоянная нехватка квалифицированных специалистов и высокая текучесть кадров оказывает негативное влияние на эффективность производства и качество услуг [2].

Для решения данной проблемы предприятия стали чаще проводить анализ мотивации персонала и разрабатывать эффективную систему стимулирования сотрудников. При этом учитываются не только материальные мотивы, но и социальные и профессиональные аспекты. В то же время методы анализа мотивации персонала используются такие, как представлены на рис. 2.



Рисунок 2 – Методы оценки мотивации персонала [3]

Для стимулирования персонала в газовой отрасли важно создать условия, которые помогут сотрудникам чувствовать себя комфортно и

уверенно на рабочем месте. Организация доставки к месту работы также играет важную роль, так как большинство предприятий находятся в отдаленных районах.

Виды материального неденежного стимулирования предлагаются предприятиями газовой отрасли для повышения уровня удовлетворенности работников, улучшения их жизненного уровня и обеспечения дополнительных льгот. Например, дополнительное пенсионное страхование помогает работникам обеспечить себя на пенсии, добровольное медицинское страхование обеспечивает доступ к качественной медицинской помощи, а страхование от несчастных случаев оказывает поддержку сотрудникам и их семьям в случае неожиданных ситуаций [4].

На предприятиях газовой отрасли часто сохраняется консервативный подход к решению задач, а также недостаточное внимание к инновациям и изменениям во внешней среде. В то же время, благодаря устойчивой организационной культуре предприятия газовой отрасли обладают большим опытом и знаниями в своей области.

Для молодых сотрудников устойчивая организационная культура на предприятиях газовой отрасли может быть как преимуществом, так и вызовом. С одной стороны, они получают ценный опыт работы на таком предприятии и учатся подстраиваться под любые условия. С другой стороны, им может быть сложно внести свежие идеи и изменения в уже сложившуюся систему, а также справиться с консервативным подходом к решению проблем [5].

Однако на следующей стадии развития отношений организации с работником возникает некий кризис. У молодых специалистов в газовой отрасли наблюдается уменьшение желания карьерного роста, что приводит к личным и организационным зстоям. Причиной выступают незначительные расхождения в оплате должностей, а также опасением не справиться с обязанностями, которые формируются на более высоких должностях. Другими словами, высокий уровень вознаграждения создает препятствия для заинтересованности работников в выполнении более сложных задач и взятии на себя большей ответственности для продвижения по карьерной лестнице.

Профессиональное развитие и карьерный рост взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, способствуя росту сотрудника и в целом компании. Мотивированные и развивающиеся сотрудники являются ключевым ресурсом любой компании и способствуют ее успешному развитию и достижению поставленных целей [6].

Отдел организации труда и мотивации персонала занимается разработкой и внедрением различных мероприятий, направленных на стимулирование работников к достижению лучших результатов. К материальным стимулам относятся премии, бонусы, повышение заработной платы, к нематериальным – возможности для профессионального роста, обучение, интересные проекты и задачи.

Для успешного управления мотивацией сотрудников в организации необходимо постоянно изменять и адаптировать подходы к их мотивации. Новые сотрудники имеют другие потребности и ожидания по сравнению с существующими, поэтому важно учитывать различия при разработке мотивационных программ [7].

Для построения успешных взаимоотношений с сотрудниками и стимулирования их мотивации необходимо использовать различные механизмы мотивации, такие как материальное вознаграждение, поощрение, возможности для профессионального и личностного развития, признание и поощрение достижений. Каждый сотрудник уникален, поэтому важно использовать индивидуальный подход к их мотивации и создавать условия для удовлетворения их потребностей и достижения целей.

Список литературы:

1. Коряков, А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.
2. 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.
3. Павлов, Д. М. Анализ системы мотивации и стимулирования персонала // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), – 2022. – С. 35-39.
4. Голубев, С.С. Формирование долгосрочных систем мотивации персонала // Банковское дело. – 2014. – № 9. – С. 59-64.
5. Коряков, А.Г. Совершенствование бизнес-процессов обеспечения средствами индивидуальной защиты при формировании механизма устойчивого развития экономики промышленного предприятия // Экономическое развитие России. – 2023. – Т. 30. – № 12. – С. 103-111.
6. Алиев, А.Т. Оценка состояния устойчивости развития промышленного производства с целью наращивания экономического потенциала страны / А.Т. Алиев, К.В. Балдин // Проблемы экономики и юридической практики. – 2024. – Т. 20. – № 3. – С. 174-178.
7. Коряков, А.Г. Центры совместного обслуживания, как инструмент повышения управляемости и эффективности промышленных холдинговых структур / А.Г. Коряков, М. Окумбекова, Р. Окумбеков // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 12. – С. 130-134.

Царева Анастасия Максимовна, студент гр. ЭБбтс-231, курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Тюленева Татьяна Александровна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Стоматологическая отрасль сегодня является лидером преобразований на рынке медицинских услуг по скорости реакции на экономические, социальные и технологические изменения. Данная сфера стала коммерциализироваться еще в советские времена. Исследование проблем конкуренции на рынке стоматологических услуг представляет интерес с точки зрения понимания тенденций развития медицинской коммерции для прогнозирования изменений на аналогичных рынках. [1]

Другой особенностью развития данного рынка услуг стал более ранний, по сравнению с другими направлениями частной медицины, переход в коммерческую сферу и, как следствие, более раннее наступление этапа жесткой конкуренции. На стоматологическом рынке отчетливо проявляются черты монополистической конкуренции, когда изменения ценовой политики какого-либо его участника не повлияют на общую ситуацию, а само предложение существенно превышает спрос. Внутри сектора частных медицинских клиник наблюдается более обостренная конкурентная борьба за клиентуру высокого и среднего уровня доходов по сравнению с государственными стоматологическими учреждениями. Для получения конкурентных преимуществ участники рынка нередко встают на пути узкой специализации оказываемых стоматологических услуг (например, косметическая стоматология, протезирование, геронтологическая стоматология и др.), тем самым стремясь занять собственную нишу. Данная мера не всегда оправдана с точки зрения рациональности, особенно если стоматологическая клиника является звеном цепочки сетевых центров.

Другой проблемой конкуренции на рынке стоматологических услуг является завуалированность стоимости оказываемой платной услуги – в одних клиниках прайс-листы формируются из стоимости этапов выполняемых работ и затраченных материалов, в других они определяются в фисированной стоимости услуги, определяемой по усредненной величине суммы всех составляющих ее оказания. Потребитель услуги может повлиять на ценовую политику, только отказавшись от лечения и перейдя к другому ее продавцу. [2]

Также немаловажной проблемой конкурентной борьбы на рынке стоматологических услуг является наличие специфических факторов, которые оказывают влияние на принятие решения потребителем в пользу определенного продавца, из них в приоритете не цена, а личная безопас-

ность. Критерии, формирующие данный фактор – доверие клиента к стоматологу, удобство рабочего места, гигиеничность и гипоаллергенность материалов и инструментов.

Кроме того, на рынке стоматологических услуг конкурентная борьба между его участниками затрудняется по причине неэффективности применения рекламы как инструмента привлечения новых потребителей. В связи с этим стоматологические клиники вынуждены постоянно решать проблему поддержания количества своих клиентов, достаточного для обеспечения необходимого уровня прибыльности. Данная проблема в большинстве случаев решается путем принятия на работу опытных специалистов, ранее работавших в других клиниках и имеющих наработанную базу клиентов. Однако эта мера оборачивается зависимостью от условий, которые может ставить данный специалист на новом месте работы, и вынужденностью их соблюдения во избежание риска потери полученной за счет него клиентуры.

Также неэффективным методом получения конкурентных преимуществ в стоматологии, в отличие от других рынков, является предоставление потребителями скидок или специальных условий их оказания (удаление двух зубов по цене одного, сезонное снижение цен или предоставление скидок к значимым для клиники событиям и датам). Причиной тому можно назвать специфичный характер оказываемой помощи, когда уровень заболеваемости населения в большинстве случаев не зависит от колебания цен на услуги стоматологов. Поэтому все скидочные кампании приводят только к снижению объема выручки при прежнем уровне постоянных и переменных расходов, так как уменьшение цен не обеспечивает повышение продаж. [3]

Сектор продавцов стоматологических услуг, обладая своей спецификой, также создает ряд проблем конкуренции на данном рынке. Так, конкурентными преимуществами частной стоматологической клиники можно назвать возможность инвестирования полученной прибыли в модернизацию медицинского оборудования, обучение персонала передовым методикам у ведущих специалистов в данной сфере, а также предложение более высокой оплаты труда, что привлечет более опытных и квалифицированных сотрудников, которые обеспечат положительный имидж. При этом частные стоматологические клиники не смогут эффективно конкурировать с государственными в оказании услуг низкого ценового сегмента либо услуг, стоимость которых для клиентов компенсируется органами социального обеспечения либо в рамках программы обязательного медицинского страхования. Данное обстоятельство лишает частные клиники возможности гарантированной компенсации своих расходов и гарантированного объема клиентской базы (населения, обслуживаемого по квотам и дотациям). По этой же причине стоматологические клиники государственного сектора не прибегают к услугам рекламодателей для привлечения новых

потребителей и не задумываются о применении маркетинговых инструментов, что является актуальной задачей для частного бизнеса в стоматологии. [4]

Таким образом, обобщив все перечисленные особенности конкуренции на рынке стоматологических услуг и связанные с ними проблемы, можно выделить следующие конкурентные преимущества данного рынка, которые наиболее ярко выражены:

- необходимость узкой специализации по видам оказываемых услуг, клиентуре и географическому сегменту для расширения существующей или захвата новой рыночной ниши;

- необходимость использования инноваций в оказании услуг и опережения в данном отношении реальных и потенциальных конкурентов для привлечения новых клиентов;

- необходимость поиска способов получения клиентами ценовых преимуществ по сравнению с конкурентами при прочих равных условиях качества и ассортимента оказываемой стоматологической помощи, при этом избегая снижения ее рентабельности;

- необходимость поиска неценовых способов повышения конкурентных преимуществ, таких, как репутация и имидж клиники, внимательность и тактичность по отношению к клиенту, индивидуальный подход, что нарабатывается базой положительных отзывов потребителей.

Слабыми сторонами ведения бизнеса в стоматологии, которые со своей стороны также порождают проблемы конкуренции, можно назвать:

- ярко выраженная зависимость конкретных видов стоматологических услуг, оптимизируемых по качеству и цене, от платежеспособного спроса потребителей;

- риски ухудшения конъюнктуры в условиях санкций, связанные с уходом поставщиков высококачественных материалов и оборудования и необходимостью повышения цен на оказываемые услуги для компенсации затрат на их приобретение, что обостряет конкурентную борьбу на данном рынке;

- необходимость постоянного мониторинга потребностей клиентов и трендов в стоматологии для определения и корректировки целевой аудитории, а также анализ их реакции на изменения, цены, качества и ассортимента услуг с прогнозированием возможных рисков потери рынка и прибыли.

Принятие во внимание всех перечисленных проблем обеспечит участнику рынка стоматологических услуг необходимый уровень конкурентоспособности и позволит усилить свои конкурентные преимущества.

Список литературы:

1. Зубарева, Д. Д. Анализ рынка стоматологических услуг в современных реалиях. / Д.Д. Зубарева, Г.А. Коржова. – URL: <https://na-journal.ru/6-2024-medicina/> (Дата обращения: 26.09.2024).
2. Круковская, Т.А. Управление ценами на продукцию как условие обеспечения экономической безопасности предприятия / Т. А. Круковская // Безопасность жизнедеятельности предприятий в промышленно развитых регионах: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Кемерово, 12 ноября 2009 года / Отв. редактор В.Ю. Блюменштейн. Том 2. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2009. – С. 178-180. – EDN SJHFIO.
3. Тюленева, Т. А. Формирование системы управленческого учета на промышленных предприятиях / Т. А. Тюленева. – Москва: Издательство «Русайнс», 2016. – 148 с. – ISBN 978-5-4365-1480-2. – DOI 10.15216/978-5-4365-1480-2. – EDN XQALLD.
4. Конкуренция в стоматологии: особенности и факторы успеха. URL: <https://www.gd.ru/articles/> (Дата обращения: 26.09.2024).

Чекунов Азамат Хусеевич, студент гр. МЕН20-6

Научный руководитель – д.э.н., доцент Коряков Алексей Георгиевич
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва

КЛАССИФИКАЦИЯ ТИПОВ, ПРИНЦИПОВ И ВИДОВ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Объектами управления в конкурентоспособной компании всегда были процессы, а объекты управления существовали начиная с эпохи товарного способа производства. Функциональные операции включают в себя определенные задачи или задания, которые необходимо выполнить для достижения поставленной цели, и состоят из непрекращающейся последовательности действий. Элементы бизнес-процесса включают в себя набор операций, связанных с производством, поставщиком и клиентом, обеспечивающий устойчивое развитие и функционирование в конкурентной среде [1].

Элементы бизнес-процесса включают в себя последовательные действия по созданию и реализации идеи, разработке объекта, производству продукции и оказанию услуг в широком смысле этого слова. Совокупность внутренних бизнес-процессов, включающая не только входы и выходы, но и создание продукции, которая необходима клиенту, может состоять из нескольких видов деятельности. Бизнес-процессы призваны удовлетворить потребность клиентов в качественных и недорогих (конкурентных) про-

дуктах, которые представляют собой продукт бизнеса, обладающий материальной или нематериальной ценностью для покупателя. Ученые-экономисты выделяют основные процессы, связанные с основным процессом, сопутствующими процессами и управлением (см. рисунок 1).

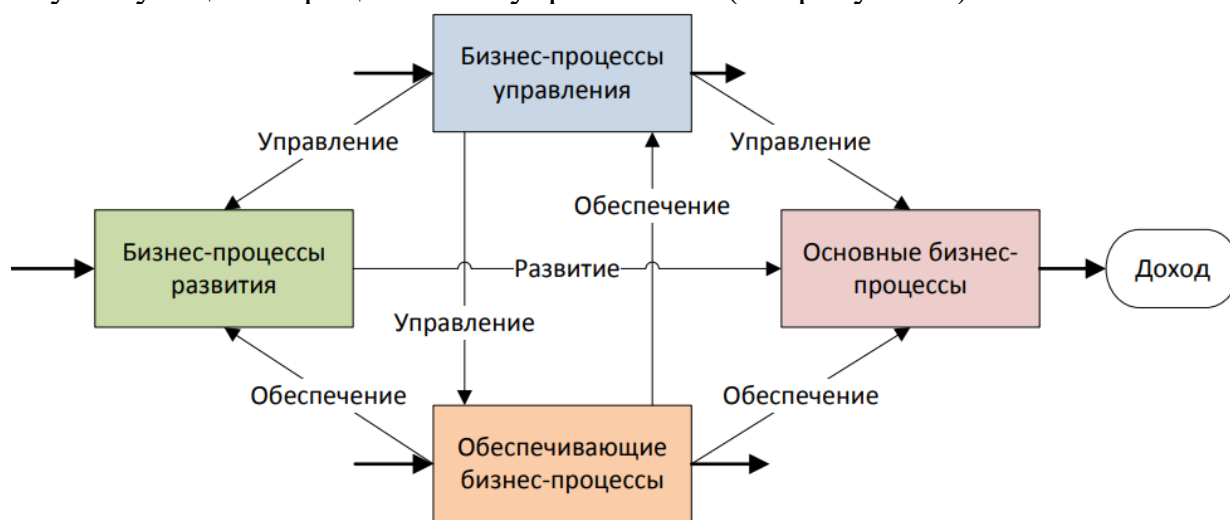


Рисунок 1. Бизнес-процессы организации и их классификация [2]

Бизнес процессы – это комплекс процессов, направленных на производство и оказание услуг. Эти процессы являются основными целями для организации бизнес-процессов и содействуют положительному финансовому результату от них. Сопутствующие процессы, позволяющие получить прибыль, включают в себя производственную и финансово-экономическую деятельность, которые направлены на производство товаров или оказание услуг (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Бизнес-процессы организации: особенности и отличительные черты

Определения	Отличительные особенности
<ul style="list-style-type: none"> -бизнес-процессы, которые создают добавленную стоимость продукта, предлагаемого организацией; -бизнес-процессы, которые создают продукт, представляющий ценность для внешнего клиента; -бизнес-процессы, прямой целью которых является генерация прибыли; -бизнес-процессы, за которые внешний клиент готов платить деньги 	<ul style="list-style-type: none"> -Представляют «зеркальное отражение» бизнес-направлений деятельности; -Являются источником генерирования доходов; -Определяют профиль бизнеса; -Имеют стратегическое значение; -Могут развиваться или отмирать в зависимости от востребованности на рынке и стратегии компании.

Источник: [3]

Функциями вспомогательного бизнеса являются процессы, которые могут быть направлены на выполнение основных бизнес-задач и поддержание их характерных особенностей.

Процессы, обеспечивающие функционирование других бизнес-процессов, являются процессами, ориентированными на поддержание их общих свойств. В любой отрасли осуществляется финансовое обеспечение деятельности, кадровое обеспечение, инженерное и техническое обеспечение. При этом важным условием конкурентоспособности организации является информационная прозрачность бизнес-процессов [4].

При этом процессы управления содержат в себе весь спектр функций управления, которые могут осуществляться на всех уровнях отдельного бизнес-проекта, отдельных бизнес-процессов и отдельных бизнес-систем. Бизнес-процессы развития представляют собой процесс регресса выпускаемой продукции или оказываемых услуг, а также технологий и усовершенствования технического оснащения. В частности, это научно-исследовательские и конструкторские работы в области машиностроения, техническое перевооружение электроэнергетики и др.

Все производственные процессы имеют свою начальную стадию, определенное количество шагов и четко обозначенное завершение, поэтому их можно классифицировать на разных уровнях бизнеса. Организациям при этом необходимо создавать собственные процессы, так как стандартов в данной области в мире нет. Благодаря глубокому познанию собственной ситуации организации, которая описывается процессами, возможно достижение ее более глубокого понимания в организации. Все процессы имеют свою начальную стадию, определенное количество этапов отработки бизнес-процессов и четко обозначенное завершение, поэтому их можно классифицировать на разных уровнях бизнеса. Организациям необходимо создавать собственные процессы, так как стандартов в мире нет. Благодаря глубокому познанию собственной ситуации компании, описываемой процессами, достигается ее более глубокое понимание в организации [5].

Индивидуальные исполнители (группы) контролируют и поддерживают самостоятельные бизнес-процессы, которые сами по себе таковыми не являются. Работают несколько специалистов или групп, участвующих в бизнесе. Тот, кто имеет возможность получить результаты предыдущего процесса, или поставщик входного ресурса, которые могут быть получены в результате предыдущих процессов, является участником процесса на выходе.

В мировой практике существует пять типов бизнес-процессов, которые могут удовлетворить запросы клиентов [6]. Для первого типа клиентов характерна первичная встреча с компанией и получение первичной консультации. Этот тип клиентов не участвует в бизнесе, но имеет возможность получить дополнительный выход. Третьим типом являются клиенты, которые следуют за цепочкой бизнес-процессов компании, но не получают

первоначальных выходов и при этом находятся в самом конце цепочки, поэтому их появление на экране отображается позже. Четвертый вид клиентов уже имеет доступ к этому процессу (дистрибьюторы, агенты, розничные продавцы). Это уже не прямые клиенты, а так называемые «внешние потребители».

Бизнес-процессы, от которых зависит успех любой компании на рынке, в большей степени состоят из двадцати важнейших операций [7]. При этом бизнес-процессы организации могут включать в себя свыше нескольких сотен многообразных операций. С учетом того, что даже схожие процессы могут быть описаны корпорациями одинаково, независимо от того, как они их охарактеризуют, не существует жестких ограничений широты их описания.

Важным направлением управленческой работы, обеспечивающей долгосрочное устойчивое развитие компании, является постоянное совершенствование ее бизнес-процессов во времени и пространстве. Накопление из года в год управленческой неэффективности может быть остановлено реорганизацией или реинжинирингом бизнес-процессов компании. Такая работа имеет все признаки уникальности результата (цели), ограниченности в ресурсах и в сроках осуществления, что, в свою очередь, предопределяет проектный подход к ее практическому осуществлению.

Список литературы:

1. Коряков, А.Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 36-40.
2. 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.
3. Трифионов, И.В. Особенности стратегического подхода управления стейкхолдерами в маркетинговых проектах банковской сферы // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – № 2. – С. 81-95.
4. 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.
5. 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.
6. Коряков, А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 3. – С. 6-10.

7. 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.

Черкасов Егор Вячеславович, студент гр. Ибт-241.
Научный руководитель – преподаватель высшей квалификационной категории Китаева Екатерина Михайловна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева», ИПО, г. Кемерово

ТЕХНОЛОГИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ

Актуальность исследования. В настоящее время в мире активно идет процесс цифровизации, создаются удобные приложения, происходит цифровизация государственных услуг, а также, активно идет процесс создания цифровых валют. Наше государство в данном случае не исключение и тоже идет по пути создания собственной национальной цифровой валюты – цифровой рубль.

Согласно заявлениям Центрального банка, цифровой рубль будет подвергаться строгому регулированию, что значительно поможет снизить риск финансовых манипуляций и злоупотреблений, а все операции с цифровым рублем будут прозрачны, что безусловно поможет бороться с коррупцией. [4]

Объектом исследования является Цифровой рубль.

Предмет исследования технология функционирования цифрового рубля

Цель исследования: изучение технологии работы цифрового рубля

Задачи исследования:

1. Рассмотреть, что такое цифровой рубль и причины его введения
2. Изучить основы работы цифрового рубля.
3. Рассмотреть вопрос регулирование и контроля, безопасности и защита данных

Методологическая основа. Для достижения цели и задач исследования были использованы следующие метода научного познания. Метод анализа и синтеза помог выявить общее и особенное в цифровом рубле и рубле обыкновенном. Метод сравнения помог сравнить цифровой рубль с криптовалютой и с цифровыми валютами других государств.

В данный момент в мире существует несколько типов цифровых валют: цифровые валюты центральных банков, виртуальные валюты и криптовалюты.

Виртуальные валюты, не являются законодательно признанными средствами платежа и используются в основном в приложениях всем известных игр, например, Word of Warcraft.

Криптовалюты считаются пионерами в мире цифровых валют, но они не имеют под собой материальной основы, а являются продуктом информационной среды используют технологии блокчейна для того, чтобы транзакции были безопасными. Криптовалюты являются продуктом частных компаний, они децентрализованы и информация о тех или иных транзакциях известна исключительно представителям этих структур. Самой популярной криптовалютой по сей день остается Bitcoin, в 2015 году появилась новая криптовалюта Ethereum. В связи с появлением криптовалюты государства стали задумываться о том, как взять эти процессы под контроль и начали запускать проекты по созданию собственных цифровых валют.

На данный момент пилотные проекты цифровых валют запущены во многих ведущих странах мира: Китай, Швеция, Норвегия, США, Казахстан, Россия и другие. Например, Китай выпустил собственный цифровой юань, эквивалентный обычному юаню. У цифрового юаня есть несколько ключевых особенностей, например, с помощью «широкой системы счетов», цифровой юань можно хранить не только в приложении, но и использовать для идентификации личности, а с помощью «функции слабой связи», можно проводить транзакции без использования банковского счета, что может быть удобно для граждан, живущих в труднодоступных районах с плохим интернетом, а также для туристов, которым не придется открывать счета в местных банках.

Введение цифровой валюты в России стало обсуждаться ещё в 2017 году, однако, в Государственную Думу проект внедрения цифрового рубля поступил лишь в 2022. С 9 августа 2023 года Центральный банк начал осуществлять пилотную программу по внедрению цифровой валюты. В пилотном проекте участвует 30 городов, проходит проверка перевода цифровых рублей, автоматических платежей, тестируется возможность оплаты в розничных магазинах в 30 городах России. Внедрить проект в жизнь планируют к 2025 году. Так же, как и в варианте с цифровым юанем, предполагается облегчить возможности проведения платежей в районах с проблемами доступа к интернету, с помощью офлайн-платежей. [5]

Новая схема оплаты в рублях будет отличаться от существующей схемы оплаты дебетовой картой. Счета физических и юридических лиц будут размещены в центральном банке. Осуществлять платежи можно будет только, после установления личности клиента. При этом комиссия за

операции с платежами будет довольно низкой, что позволит делать больше полезных скидок для клиентов. [3]

Многие граждане опасаются, что личность нового рубля будет неизвестна. Однако, каждый цифровой рубль «помечен», что означает, что его курс в экономике можно отслеживать со всеми сопутствующими рисками. [2]

Технологические вопросы внедрения цифровых валют серьезно обсуждались еще с момента возникновения Bitcoin в 2008 году. Однако ничем не подкрепленные криптовалюты как Bitcoin являются лишь спекулятивными активами, с большими рисками для инвестора потерять средства. В связи с этим страны стали искать возможности привязки криптовалюты к стабильным финансовым активам или фиатной валюте, так называемой «стейблкойн» валюта. Однако, как и в случае с криптовалютой, так и в случае со «стейблкойном», их привязку осуществляет сам создатель и если активы создателя пострадают, то в след за ними рухнет и сама валюта. [1]

На данный момент, есть два вида блокчейн платформ:

1. Открытый блокчейн - это платформа, на которой не существует ограничений на чтение данных блоков и ограничений на отсылку транзакций для включения в блокчейн.

2. Закрытый блокчейн - это платформа создается для определенной группы пользователей, например, коммерческих банков. Доступ к платформе регулируется некими корпоративными правилами.

Проект цифрового рубля имеет гибридный характер.

В проекте цифрового рубля принимала участия компания «Диасофт». Она входит в состав платформы развития Digital Q.Payments и включает в себя весь «стартовый» функционал для работы с цифровым рублем ...». [5].

С помощью данной платформы автоматизируются процессы обработки платежей и обеспечивается их высокая скорость, таким образом банки смогут обеспечить высокое качество обслуживания для своих клиентов.

Решение «Цифровой рубль Банка России» от компании «Диасофт» представляет собой инновационную разработку, которая включает в себя три ключевых компонента:

1. «Переводы цифрового рубля» — это модуль, который позволяет клиентам осуществлять переводы цифровых рублей между своими кошельками и на счета в кредитных организациях.

2. «Расчетный центр цифрового рубля» обеспечивает обработку операций с цифровыми рублями, включая клиринг и расчёты. Этот компонент играет ключевую роль в обеспечении бесперебойной работы всей системы.

3. «Координатор операций с цифровым рублём» отвечает за управление жизненным циклом операций с цифровыми рублями. Он

координирует взаимодействие всех компонентов системы и обеспечивает её надёжность и безопасность. [5]

Данная технология позволяет обеспечивать высокий уровень безопасности транзакций, а также исключает спекуляции с цифровой валютой. Безусловно внедрение цифрового рубля может столкнуться с кибератаками и без грамотного реагирования на них возможно нарушение конфиденциальности данных клиентов, однако при должном контроле и благодаря технологии блокчейна, предполагается минимизировать подобного рода риски.

В первую очередь благодаря цифровому рублю планируется улучшить эффективность государственных программ и максимально облегчить проведение социальных выплат нуждающимся категориям населения и самое главное цифровой рубль будет абсолютно прозрачным, что позволит минимизировать коррупцию.

Решение «Цифровой рубль Банка России» основано на современных научных подходах к разработке программного обеспечения. В его основе лежат принципы объектно-ориентированного программирования, которые позволяют создавать модульные и масштабируемые системы. Также используются методы криптографии для обеспечения конфиденциальности и целостности данных.

Применение этих подходов позволяет создать надёжную и гибкую систему, способную адаптироваться к изменяющимся условиям и требованиям рынка. Это делает решение «Цифровой рубль Банка России» перспективным инструментом для развития цифровой экономики и повышения эффективности финансовых операций.

Список литературы:

1. Габов, А.В. Цифровой рубль центрального банка как объект гражданских прав // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – Т.16. – №4. – С. 55-65.
2. Что такое цифровой рубль и когда его введут / Газпромбанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gazprombank.investments/blog/economics/digital-ruble/>. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 20.09.2024).
3. Цифровой рубль. Доклад для общественных консультаций // Банк России. Октябрь 2020.
4. Цифровой рубль и роль наличности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.anyquestion.info/a/tsifrovoy-rubl-i-rol-nalichnosti-preimuschestva-i-ogranicheniya>. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 22.09.2024).
5. «Диасофт» разработал решение для автоматизации работы с цифровым рублем Банка России (22.09.2024) / [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <https://www.diasoft.ru/about/news/205017>.
– Загл. с экрана. – (Дата обращения 2.10.2024).

Шефер Герман Владимирович, студент гр. МУб-231, II курс
Научный руководитель – преподаватель Зубова Анастасия Васильевна
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Честная конкуренция является одним из условий функционирования рынка, без нее предприниматели не будут иметь мотива улучшать свою продукцию, делать ее более разнообразной, от чего экономика может прийти в упадок. С целью увеличения прибыли своих компаний, устранения конкурентов или получения преимуществ на рынке предприниматели могут прибегнуть к недобросовестной конкуренции.

Авторы различных научных работ по-разному трактуют понятие недобросовестной конкуренции, но в рамках данного исследования мы будем использовать определение, приведенное в Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О защите конкуренции»: «Недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации»[1].

Исследование проблемы недобросовестной конкуренции особенно актуально, так как от данного явления страдают как экономические субъекты, так и рынок в целом. При неэффективной борьбе с недобросовестной конкуренцией существует риск появления монополий, в связи с чем экономика страны может нести убытки.

Целью данного исследования является изучение проблем выявления недобросовестной конкуренции и разработка комплекса мер по ее предотвращению. Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач:

- Изучить теоретические аспекты недобросовестной конкуренции;
- Проанализировать причины появления недобросовестной конкуренции;

- Определить методы выявления недобросовестной конкуренции;
- Привести примеры недобросовестной конкуренции;
- Разработать рекомендации по предотвращению недобросовестной конкуренции.

Для более глубокого понимания сущности недобросовестной конкуренции, следует выделить ряд форм, в которых она может проявляться. В главе 2.1 упомянутого ранее Федерального закона «О защите конкуренции» выделяют следующие формы проявления недобросовестной конкуренции:

- Дискредитация, то есть распространение ложных сведений;
- Введение в заблуждение относительно качества производимого товара, места и условий его производства;
- Некорректное сравнение товара, использование словосочетания «номер один», «лучшие на рынке», если доказательств того не имеется;
- Приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг;
- Продажа продукта/услуги, при производстве которого были незаконно использованы результаты интеллектуальной деятельности;
- Создание смешения, например, копирование товарного знака или внешнего вида товара;
- Распространение сведений, составляющих коммерческую или охраняемую государством тайну;
- Иные формы проявления недобросовестной конкуренции.

В Российской Федерации существует ряд законов, регламентирующих сферу недобросовестной конкуренции. Основным законом, касающимся данной отрасли, является №135-ФЗ «О защите конкуренции», он содержит основные положения по регламентации борьбы с данным феноменом. Упоминания о недобросовестной конкуренции также встречаются в №108-ФЗ «О рекламе», в котором раскрываются положения о недобросовестной, неэтичной и ложной рекламе. Также недобросовестная конкуренция связана с Патентным законом РФ от 23 сентября 1992 г. № 3517-121, Законом РФ от 23 сентября 1992 г. №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»[2]. В статье 34 Конституции РФ закреплено: «Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию».

Экономисты выделяют ряд причин возникновения недобросовестной конкуренции. Во-первых, производители ставят перед собой ряд целей, которые могут пересекаться и для получения преимущества в их достижении

предприниматель может воспользоваться незаконными методами. Во-вторых, существование честной конкуренции порождает нечестную, так как если у бизнеса наступает кризис, предприниматель начинает использовать абсолютно все методы борьбы с ним, пусть даже нелегальные. В-третьих, каждая фирма пытается занять лидирующее положение на рынке, достичь высокой конкурентоспособности, данный феномен также может привести к нечестному соперничеству.

Борьбой с недобросовестной конкуренцией в Российской Федерации занимается Федеральная антимонопольная служба, сотрудники которой активно занимаются мониторингом рынка с целью выявления нарушений. Также данный орган принимает и обрабатывает обращения заинтересованных граждан, в основном это обращения по поводу рекламы, несоответствующей требованиям антимонопольного законодательства.

В качестве примеров проявления недобросовестной конкуренции приведем дела, которые рассматривались в УФАС по Кемеровской области. Весной 2021 года орган вынес предупреждение компании ООО «Горный ключ», занимающейся производством питьевой воды, за указание на этикетках бутылок другого производителя – ООО «Триера». Пресс-служба антимонопольной службы отмечает, что подобные случаи встречаются на региональном рынке довольно часто. В январе 2021 года компания-конкурент подала заявление на ООО «ВСКЗ-Назарово» за введение потребителей в заблуждение, так как компания указала, что она является производителем поставляющих котлов, однако на самом деле производством занималась другая компания [3].

Предотвращением недобросовестной конкуренции должно государство, но без участия предпринимателей достичь нужной эффективности не представляется возможным. Чтобы предотвратить распространение ложной информации о компании и ее продукте, следует назначить лицо, в обязанности которого будет входить мониторинг информации о фирме, находящейся в открытом доступе, выявление ложных сведений и их опровержение.

Также предприниматели имеют право создавать саморегулируемые организации, среди функций которых будет сдерживание недобросовестной конкуренции. В целом, предприятия должны пропагандировать здоровую конкуренцию и честную торговлю.

Таким образом, в рамках проведенного исследования нам удалось систематизировать информацию в сфере недобросовестной конкуренции, проанализировать методы и практику выявления нарушений в данной области. Перспективы дальнейших исследований в области недобросовестной конкуренции могут касаться аспекта предотвращения нечестного соперничества со стороны хозяйствующих субъектов, анализа возможных вариантов их действий.

Список литературы:

1. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ [Принят Государственной Думой 8 июля 2006 года; Одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года] – Текст: электронный // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/fdc21d9f131e335294252852d19cdf0823ca1b25/.
2. Городов, О.А. Недобросовестная конкуренция : учебное пособие / О.А. Городов, А.В. Петров, Н.А. Шмигельская; под редакцией О. А. Городова. – Москва: Юстицинформ, 2020. – 324 с. – ISBN 978-5-7205-1575-1. – Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/140653> (дата обращения: 09.10.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Кондратоков, С.В. Причины, условия и последствия конкуренции / С.В. Кондратоков, С.С. Стаурский // Омский научный вестник. – 2015. – №4 (141). – С. 257
4. Практика Кемеровского УФАС России: механизм предупреждения недобросовестной конкуренции в действии / [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области: [сайт]. – URL: <https://kemerovo.fas.gov.ru/news/30950> (дата обращения: 09.10.2024).

Шумилов Алексей Валерьевич, студент гр. ПЭМ-231, II курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Жернов Евгений Евгеньевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

КОНКУРЕЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ: ОТ ДОПОЛНЕНИЯ ДО ЗАМЕНЫ

Идея конкурентоспособности экономических терминов была высказана В.Т. Рязановым еще в 2008 году [7] в связи с перенасыщением русских экономических текстов иноязычными заимствованиями. Однако чистота родной русской речи до сих пор не стала объектом обсуждения ни в научной, ни в образовательной экономической среде. Ученый-экономист призывает «поставить задачу и последовательно решать ее, добиваясь хотя бы не усугубления ситуации с ослаблением русского языка <...> Для начала требуется в каждом новом хозяйственном и научном явлении находить свой конкурентоспособный и краткий термин, который бы конкурировал с иноязычным и выступал дополняющим, а впоследствии, по мере возможности, и замещающим понятием» [7, с. 18].

Уже сам термин «конкуренция» – ключевая категория рыночных отношений – может служить примером в исследуемой теме. Дополняющие его русские слова соперничество, борьба, состязание, столкновение отражают тонкие оттенки и самого понятия, и видов конкуренции. По поводу же терминов, во-первых, это тоже иностранное слово; во-вторых, можно заменить слово конкуренция применительно к понятиям словами противопоставление, противоположение.

Примерами обращения к исконно русским истокам в экономике без впадения в архаику (в архаизмы) могут служить «домостроительство» и «Русская правда» – государственный свод хозяйственного законодательства (XI век, Ярослав мудрый). В их основе лежат заветы духовности и нестяжательства в хозяйствовании.

«Выбор православного христианства на Руси из нескольких соперничавших религий в качестве государственной идеологии был во многом обусловлен его соответствием особенностям русского национального характера и строя экономической жизни. Эти особенности: вера в возможность обеспечения всеобщего (всемирного) счастья; убежденность, что принесет его миру Россия, и произойдет это в кратчайший срок; готовность к невероятным усилиям для достижения этого» [4, с. 119]. Последние события от начала СВО 2022 года это подтверждают. Повторится ли сегодня ситуация с языком периода войны 1812 года?

Отечественная война 1812 года верно переменяла восприятие французского языка у соответствующих слоев русского общества. Так, у дворянства в начале войны его популярность была еще высока. После же ее окончания большинство из них от него отказалось. Началось активное употребление русского языка и вместе с тем прекратилось слепое копирование всего западного, а не только языка. При этом правительство, осознавая поднявшуюся волну патриотизма, всеми мерами поощряло такой разворот. Это показательный пример влияния войны не только на развитие российского лингвистического образования, но и на ускорение процессов развития национальной самобытности и патриотизма.

Но вернемся к замене иностранных слов в практике экономического использования языка. Там есть много удачных, на наш взгляд, примеров обозначения научных понятий как производных от однокоренных русских слов. Так, понятие «промышленность» образовано от корня «промышлять», то есть заниматься делом как средством к жизни. Оно давно и мирно, не конкурируя, сосуществует в экономике с заимствованным словом «индустрия». Интересно в этом плане и церковное выражение «Промышление Божие» – знание наперед, предвидение, ведение людей к некоей благой цели. Это подчеркивает национальную самобытность и оригинальность языка, тесно связанного с самосознанием русского народа.

Широко известна история русского перевода в конце 19-го века немецкого слова «Wert», используемого в «Капитале» К. Маркса. Перво-

начально данное понятие было переведено Н. Даниельсоном как «стоимость». Затем П. Струве предложил вариант «ценность». Отечественные экономисты до сих пор вынуждены преодолевать трудности перевода этого термина [1]. На данном примере хорошо видно, как разные варианты термина могут перевернуть смысл теоретического содержания вопроса.

Национальная экономика наиболее точно описывается понятиями, своей научно-языковой среды. Так, в ходе освоения научно-учебной дисциплины «Российская экономика» у обучающихся формируется целостное представление о состоянии и тенденциях развития отечественной экономики [2].

Созданные на Западе экономические школы [9] находят у нас своих последователей и толкователей. Зачастую они предлагают вариант простого перевода. Здесь можно предложить два выхода: 1) переводить статьи российских ученых на другие языки [10; 11]; 2) развивать программы по продвижению русского языка за рубежом.

Бесчисленные «инги» (демпинг, лизинг, факторинг, франчайзинг, толлинг, консалтинг, мониторинг и т.д.) вызвали к жизни в русском языке немало ироничных слов типа «объегоринг», «стибринг» и «свалинг», выстроенных в недвусмысленную логическую цепочку.

Фактором вхождения и закрепления того или иного слова в языке является так называемый «социальный заказ». В статье «Об очистке русского языка» В.И. Ленин призывал «объявить войну употреблению иностранных слов без надобности» [3, с. 49]. Так он, по сути, утвердил заказ общества на замену русскими словами иностранных слов.

Депутаты Государственной Думы приняли закон, запрещающий использование иностранных слов при наличии русского аналога, – Федеральный закон от 28.02.2023 № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации». Там указано: «При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается употребление слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, которые не имеют общеупотребительных аналогов в русском языке и перечень которых содержится в нормативных словарях, предусмотренных частью 3 настоящей статьи» [8]. Нарушителей закона предлагается штрафовать. В Законе также указано: «При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации в сферах, определенных частью 1 статьи 3 настоящего Федерального закона, должны соблюдаться нормы современного русского литературного языка. Для целей настоящего Федерального закона под нормами современного русского литературного языка понимаются правила использования языковых средств, зафиксированные в нормативных словарях, справочниках и грамматиках» [8].

Обязательность использования русского языка представителями органов власти уже указана в действующем законе о государственном языке. Новация депутатов состоит во введении дополнительного списка не строго обязательных сфер. Там будут установлены особенности использования слов русского языка и иностранных слов. В этом списке фигурирует и сфера образования. Особенности соблюдения норм в этих сферах впоследствии должны быть прописаны в отраслевых законах и нормативных актах правительства. Следуя букве Закона, можно предложить ввести нормы современного русского экономического языка, а заодно и подумать об отказе в научных публикациях от References – ползучего захвата лингвистического пространства в научно-образовательной среде. Необходимо также регулярно пересматривать экономические словари и справочники по примеру словаря, выдержавшего 6 изданий [5; 6].

Таким образом, соблюдая национальные интересы, «экономисты России, как и представители других общественных наук, должны по-настоящему вернуть русскому языку полноценный творческий статус, без которого трудно рассчитывать на самостоятельность самой научной мысли» [7, с. 19], а значит и на когнитивный суверенитет страны. Учиться этому будущему экономисту необходимо с момента получения профессионального образования до применения на практике полученных знаний.

Список литературы:

1. Жернов, Е.Е. Этические аспекты концепции создания общих ценностей / Е.Е. Жернов, Е.В. Нехода, Н.А. Редчикова // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 12. – С. 4077-4092. – DOI 10.18334/rp.19.12.39630. – EDN VVEXGO.
2. Кусургашева, Л.В. Российская экономика / Л.В. Кусургашева, Ю.С. Якунина. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – 266 с. – ISBN 978-5-00137-421-3. – EDN FQGNTA.
3. Ленин, В.И. Об очистке русского языка // Полное собрание сочинений. Т. 40. – Москва: Издательство политической литературы, 1956.
4. Логачев, В.А. Представления студентов-экономистов о ценностях экономической жизни / В.А. Логачев, Е.Е. Жернов, Н.А. Жернова // ЭКО. – 2009. – № 3. – С. 117-128. – EDN KWOWFB.
5. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – Москва: Инфра-М, 1996. – 496 с.
6. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 512 с.

7. Рязанов, В.Т. Понимание и истолкование в экономической науке: роль языка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. – 2008. – Вып. 4. – С. 3-21.
8. Федеральный закон от 28.02.2023 № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации».
9. Худокормов, А.Г. Экономическая теория: новейшие течения Запада: учеб. пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2009.– 416 с.
10. Zhernov E., Nekhoda E., Peters D. Nature and Economy in the Mining Region: Holistic Approach // E3S Web of Conferences: IVth International Innovative Mining Symposium, Kemerovo, 14–16 октября 2019 года. Vol. 105. – EDP Sciences: EDP Sciences, 2019. – P. 04012. – DOI 10.1051/e3sconf/201910504012. – EDN VTLXGL.
11. Zhernov E., Strelnikov P. Storytelling and speech act theory in knowledge management: the potential of synthesis // Access: Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy. – 2021. – Vol. 2. – No. 3. – P. 211-221. – DOI 10.46656/access.2021.2.3(1). – EDN HSKSCH.

Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ВЛИЯНИЕ ПЛАТФОРМЕННОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ НА КОНКУРЕНЦИЮ И МОНОПОЛИЗАЦИЮ СОВРЕМЕННЫХ РЫНКОВ

В настоящее время формирование приоритета в пользу развития конкуренции или, наоборот, монополизации рынков [1] во многом зависит от перехода участников рынков от традиционных к цифровым, платформенным бизнес-моделям. Такая тенденция характерна для зарубежных и российских рынков. Цифровизация современных национальных экономик способствует изменению их качества, так как изменяется отраслевая и рыночная структура; внедряются инновационные модели ведения бизнеса; трансформируются механизмы взаимодействия между участниками рынков (продавцами и покупателями, внутри каждой из групп); на традиционные рынки выходят цифровые платформы. Процессы формирования сетевой экономики и глобальных цифровых рынков ускоряются [2]. Стремительный рост внедрения инновационных решений в управление бизнес-процессами в современных условиях обусловлен цифровизацией в сфере производства и сбыта продукции, которая обусловлена «инновационными

волнами» развития технологического прогресса. На рис.1 представлено восемь инновационных волн социально-экономической динамики за последние 60 лет, обозначены цифровые технологические решения (например, корпоративное программное обеспечение, интернет-торговля, большие базы данных, прогнозная аналитика, интернет-вещей, искусственный интеллект и др.), которые обеспечивают возможность оптимизации производственных и управленческих бизнес-процессов, переход к цифровым бизнес-моделям.

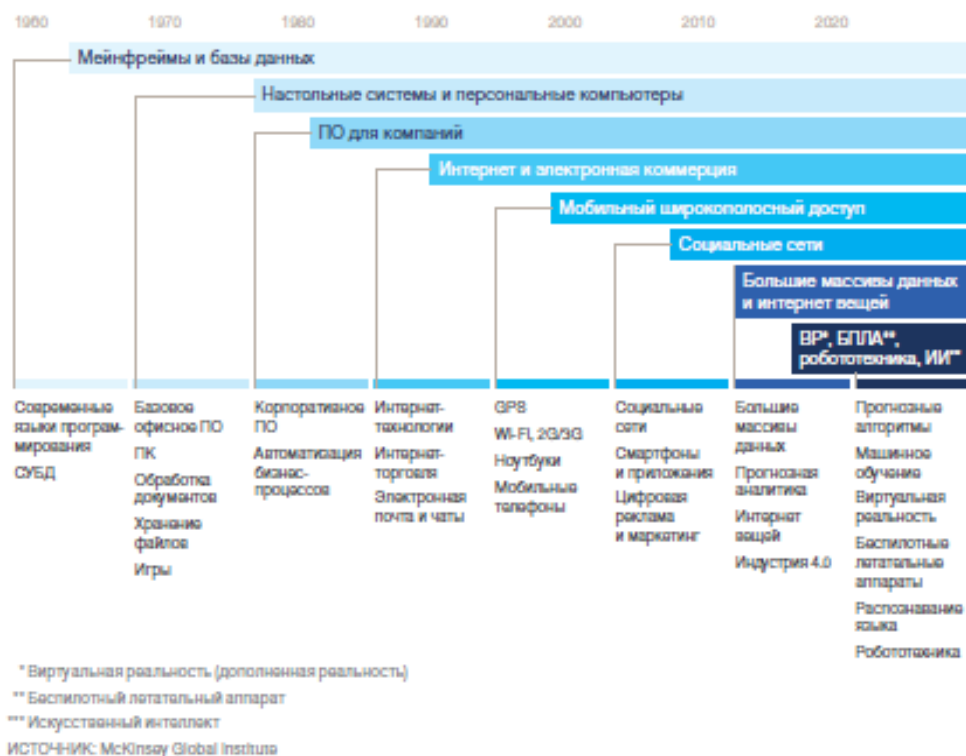


Рисунок 1 – Инновационные волны социально-экономического развития [3, с.21]

В XXI веке цифровизация производственных процессов и управления приводят к отказу от традиционных бизнес-моделей формирования «цепочки потребительской ценности» (М. Портер, А. Остервальдер) в процессе производства (реализации) продукции и переходу к платформенным решениям, которые перенесли решение задачи повышения эффективности деятельности предприятий на новый уровень за счет использования «сетевого эффекта». Пример «оболочки бизнес-модели А. Остервальдера» для розничного торгового предприятия представлен на рис.2.



Рисунок 2 – Бизнес-модель А. Остервальдера [3]

Действие « сетевого эффекта » как неотъемлемой составляющей платформенной бизнес-модели состоит в том, что « потребительская ценность товара возрастает одновременно с увеличением числа узлов сети, которую использует потребитель для его приобретения » (производитель для продажи)» [4]. Платформенная бизнес-модель позволяет отказаться от решения задачи повышения доходности за счет организационных улучшений в работе предприятия и перейти к формированию инфраструктуры и инструментов, обеспечивающих рост сетевого рынка. Цифровая платформа как бизнес-модель активно используется предприятиями как в сфере торговли (маркетплейсы), так и промышленности.

Раскроем двойственный характер влияния платформенной бизнес-модели на развитие процессов конкуренции и монополизации современных рынков.

А. Моazed, Н. Джонсон справедливо замечают, что « платформы, используя определенные алгоритмы и программные инструменты, создают рынки, развивают децентрализованные сети [4]. С одной стороны, это способствует размыванию границ товарных, пространственных рынков, повышает доступность товаров и услуг для потребителей, повышает уровень конкурентности рынков, устраняет рыночную власть традиционных монополий над ценой и объемами производства. Потребители чаще всего выигрывают от использования платформенных сервисов, так как расширяется поле потребительского выбора, экономится время на совершение покупок товаров и услуг. Отечественные маркетплейсы основу бизнес-моделей которых составляют, как правило, цифровые платформы (отметим, что Wildberries позиционирует себя как онлайн-магазин, однако, чаще компа-

ния рассматривается как маркетплейс) активно осваивают сферу услуг, предлагают рекламные, логистические, финансовые, страховые, туристические продукты, сервисы билетов и недвижимости и многое другое.

С другой стороны, платформы формируют сетевые рынки, управляемые из центра, а это дает им возможность осуществлять контроль над ними по сути на уровне национальных экономик и даже за их пределами, управлять поведением потребителей, их практически заранее определенным выбором. Цифровые платформы (маркетплейсы) потенциально и реально выступают в роли новых монополистов. Их рыночная власть основывается на «сетевом эффекте», порождающим невероятную масштабность охвата потребительской аудитории.

Мировая и российская практика накопила достаточное количество примеров проявления монополистических амбиций цифровых платформ (Alibaba, Facebook, Twitter, Amazon и Youtube, Google, Alphabet.), цифровых банковских сетей (SoftBank), их значимого влияния на рынки, а также прецедентов, связанных с нарушением ими национальных антимонопольных законодательств в разных странах, включая Россию.

Вопрос о злоупотреблении платформами-монополистами контролем над сетевыми рынками и формировании нового негативного явления – цифрового монополизма сохраняет свою актуальность. При этом нельзя принижать роль цифровых платформ в развитии конкуренции на отраслевых, национальных и глобальных рынках. Ярким примером тому стало создание российской компании ООО «РВБ» (объединение Wildberries с оператором наружной рекламы Russ) претендующей составить конкуренцию ряду (выше уже обозначенных) лидеров-монополистов мирового уровня. Важным конкурентным преимуществом ООО «РВБ» станет новая «платежная система, которая должна снять ограничения по расчетам в рублях (в рамках SWIFT и цифровой банковской сети) по всему миру» [5].

Итак, традиционная дихотомия рыночной конкуренции и монополии (монополизации)[2] по-прежнему сохраняется, но ее приоритеты обусловлены условиями всеобщей «платформизацией» экономики.

Список литературы:

1. Шутько, Л.Г. Теоретико-методологические проблемы рыночной конкуренции и их отражение в учебно-исследовательском процессе при переходе на двухуровневую систему высшего образования в России / Л.Г. Шутько // Казанская наука. – 2012. – № 12. – С. 167-171.
2. Шутько, Л. Г. Управляемое развитие дихотомии конкуренции и монополии в условиях цифровизации «новой экономики» / Л. Г. Шутько // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2022. – Т. 10. – № 4. – С. 4-11.

3. Цифровая Россия: новая реальность / А. Аптекман, В. Калабин и др. Отчет экспертной группы Digital McKinsey по цифровым технологиям. – Мак-Кинзи и Компания СиАйЭс, 2017. – 133 с.

4. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели / А. Моazed, Н.Джонсон; Пер. с англ. – М.: Альпина Пабlishер, 2019.

5. Шубин, А. Бизнес-модели розничных компаний. Как конкурировать с гигантами / А. Шубин. – М.: Автор, 2022. – 156 с.

6. Russ и Wildberries создали совместную компанию. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/07/2024/6687b70c9a7947fa06badae7 (дата обращения 9.10.2024).

Щеглова Анастасия Павловна, студент гр. СУМ-241, I курс
Научный руководитель – к.э.н., доцент Малюгин Алексей Николаевич
ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева», г. Кемерово

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РИТУАЛЬНОГО АГЕНТСТВА

В начале 2000-х годов рыночные отношения в области предоставления ритуальных услуг начали формироваться после внесения изменений в действующее законодательство. Это привело к увеличению числа компаний, занимающихся организацией и проведением похорон, и сделало похоронную отрасль конкурентной на рынке ритуальных услуг.

Эксперты отмечают, что в 2023 году спрос на услуги ритуальных компаний остался стабильным, что позволило им увеличить выручку. В то же время, конкуренция на рынке остается высокой, и компании вынуждены внедрять новые технологии и услуги, чтобы привлечь клиентов. По данным Росстата, самые крупные ритуальные компании в России оказывают услуги в таких областях как организация похорон, кремация, ритуальные товары и услуги, памятники и многое другое. В целом, ритуальная отрасль остается стабильной и перспективной сферой бизнеса, привлекающей внимание инвесторов и предпринимателей.

Согласно директору Института исследования проблем современной политики Антону Орлову, рост доходов ритуальных компаний в 2023 году был незначителен из-за снижения смертности после ослабления заболеваемости COVID-19. Также небольшое увеличение выручки было вызвано повышением цен на похоронную атрибутику [1].

Падение доходов отрасли связано с предпочтением граждан выбирать более дешевые места захоронения, сделано ради экономии. Например, в Москве общая выручка похоронных компаний снизилась на 20%, в то время как в Подмосковье, где есть бесплатные кладбища, она увеличилась на 11%. Антон Авдеев отметил, что столичные власти увеличили расходы на «социальные» похороны, которые стали более доступными для людей. Орлов подчеркивает, что основная причина остается в том, что похоронный бизнес остается в тени, несмотря на усилия законодателей сделать его прозрачным. Основные доходы ритуальных компаний и управляющих кладбищами часто получают неофициально [4].

В 2024 году, согласно основательнице и гендиректору «Похоронного дома № 1», Елене Эльсалиевой, ориентировочная стоимость услуг и товаров для погребения и кремации в России составляет от 50 тыс. рублей. Если нет возможности оплатить сумму, рекомендуется обратиться в службу по вопросам похоронного дела, организованную органами местного самоуправления.

В современных условиях конкуренции на рынке ритуальных услуг, повышение конкурентоспособности является ключевой задачей для любого агентства, стремящегося к успеху и долгосрочному развитию.

Высокий уровень конкуренции в отрасли похоронных услуг способствует приспособлению организации к внешней среде. Поэтому важным аспектом развития предприятия является взаимодействие с партнерами в данной отрасли. В область услуг по организации похорон входит не только продажа ритуальной продукции, но и оказание широкого спектра услуг.

Поэтому помимо поставок продукции, похоронная компания должна заключать договоры с крематориями, участвовать в государственных закупках. Иногда возникает необходимость транспортировки тел умерших в другие города, для чего важно иметь партнеров, готовых предоставить необходимую помощь [2].

В данной отрасли существует два вида конкуренции: недобросовестная, когда компании пытаются привлечь клиентов недобросовестными методами и добросовестная, основанная на продвижении бренда и репутации.

Многokrратно выносилось предложение о формировании кодекса чести организаций, находящихся в ритуальном бизнесе, с тем, чтобы руководители могли регулировать все необходимые моральные вопросы взаимодействия между собой [5].

Для успешного продвижения бренда в похоронной отрасли необходимо иметь ресурсные возможности, такие как финансы, имущество, транспорт и персонал. Организации в этой области должны стремиться к созданию положительной репутации, чтобы люди рекомендовали их своим знакомым в случае потери близкого человека.

Финансовые ресурсы похоронной компании представляют собой поступление денежных средств, необходимых для обеспечения текущих рас-

ходов и функционирования предприятия. В данной отрасли количество заключенных договоров с физическими лицами является ключевым фактором, и поэтому важно иметь современный автотранспорт, салон для продажи ритуальной продукции и заключения договоров, а также прощальный зал [3].

Человеческие ресурсы также играют важную роль в развитии компании в отрасли похоронных услуг, поскольку опытные специалисты являются необходимостью для участия в организации похорон. Работники должны иметь опыт в области психологии, быть ответственными и деликатными, а также хорошо разбираться в погребальных обычаях различных народов и религий.

Ценовая политика компании зависит от платежеспособности населения и экономической ситуации в стране. Учитывая, как объективные, так и субъективные факторы, компания должна стремиться к улучшению своих услуг и инвестированию в развитие, чтобы привлечь клиентов и улучшить репутацию в отрасли.

Конкурентоспособность ритуального агентства имеет решающее значение для его успешного функционирования и развития. Она определяет способность агентства привлекать и удерживать клиентов, а также занимать прочные позиции на рынке ритуальных услуг. Высокий уровень конкурентоспособности позволяет агентству предлагать более привлекательные условия обслуживания, оказывать широкий спектр качественных услуг и в итоге получать большую долю рынка.

Кроме того, конкурентоспособность влияет на финансовую устойчивость агентства, его способность инвестировать в развитие и внедрение инновационных технологий. Таким образом, повышение конкурентоспособности является одним из ключевых факторов долгосрочного успеха ритуального агентства [4].

Ключевые направления для улучшения конкурентоспособности включают:

- совершенствование ценовой политики и гибкого ценообразования;
- повышение качества ритуальных услуг за счет профессионализма, индивидуального подхода и внедрения инноваций;
- разработка эффективной маркетинговой стратегии, включающей исследование рынка, продвижение услуг и развитие партнерств.

Список литературы:

1. Значение и важность ритуальных услуг: сопровождение в последний путь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://traur64.ru/znachenie-i-vazhnost-ritualnyh-uslug/?ysclid=lwhkwpir3y18884890> (дата обращения: 25.04.2024).

2. Локальный рынок ритуальных услуг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lokalnyy-rynok-ritualnyh-uslug/viewer> (дата обращения: 18.04.2024).

3. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 361 с. – ISBN 876 5 21348 2345-9. – Текст: непосредственный.

4. Ритуальные услуги как объекты рынка социальных услуг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ritualnye-uslugi-kak-obekty-rynka-sotsialnyh-uslug/viewer> (дата обращения: 08.04.2024).

5. Малюгин, А. Н. Рекламные мероприятия как фактор повышения эффективности деятельности производственного предприятия на примере Г. Кемерово / А. Н. Малюгин // Россия молодая : Сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 19–21 апреля 2022 года / Редколлегия: К.С. Костиков (отв. ред.) [и др.]. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. – С. 84018.1-84018.4.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДИТЕЛЯ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ, ЗАВЕДУЮЩЕЙ КАФЕДРОЙ КОНКУРЕНЦИИ И АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КУЗГТУ <i>Н. Е. КУХАРСКАЯ</i> (г. Кемерово)	3
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕКТОРА КУЗГТУ <i>А. Н. ЯКОВЛЕВ</i> (г. Кемерово)	4
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ДИРЕКТОРА ИЭИУ КУЗГТУ <i>Н. В. КУДРЕВАТЫХ</i> (г. Кемерово)	5
МОНОПОЛЬНЫЙ ИЛИ КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ В МАЛЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТАХ КУЗБАССА (ОПЫТ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ) <i>Н. Е. КУХАРСКАЯ</i> (г. Кемерово)	6
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕДОБРОСОВЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ <i>Д. А. АЗОВЦЕВ</i> (г. Кемерово)	13
КОНЦЕНТРИРУЮЩАЯ И ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩАЯ ФОРМЫ КОНКУРЕНЦИИ В АСПЕКТЕ СОВРЕМЕННОЙ НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ФИРМЫ <i>В. В. АЛЁХИН</i> (г. Ростов-на-Дону)	18
НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ <i>М. В. АРОЯН</i> (г. Самара)	23
КОНКУРЕНЦИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: СТРАТЕГИИ УСПЕХА И УНИКАЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ <i>Л. С. АРУТЮНЯН</i> (г. Кемерово)	26
КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ КАК АНТИНОМИЯ: К РАЗВИТИЮ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ВОПРОСА <i>К. И. БЕЛЯЕВ</i> (г. Кемерово)	31
ПРАКТИКА БОРЬБЫ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ <i>С. С. БЕЛЯКОВА</i> (г. Кемерово)	36
РОЛЬ МОНОПОЛИИ В ПРОЦЕССЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ <i>Н. Ю. БЛИНИЧКИНА</i> (г. Самара)	41

К ВОПРОСУ О НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКИХ ТОВАРНЫХ РЫНКАХ Т. И. БУЛАНОВА (г. Самара)	46
ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ» КАК ПРИМЕР ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ Д. А. БУТИН, А. А. КИЗЕНКО (г. Саратов)	49
ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ А. В. ВАСИЛЬЕВА, Ю. Э. ХРОЯН (г. Москва)	55
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ А. И. ВЕГНЕР (г. Кемерово)	59
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ И МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ С. В. ВЕЛИКОХАТЬКО, Е. А. ШУМАЕВА (г. Донецк)	63
ВЛИЯНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В. Я. ВИШНЕВЕР (г. Самара)	66
НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ В. Я. ВИШНЕВЕР (г. Самара)	69
К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ КОНТРОЛЬНЫХ ПОЛНОМОЧИЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА А. А. ВОЗНЮК, Р. В. КРУПЯНКО (г. Кемерово)	72
ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ СТРАТЕГИЯХ ОРГАНИЗАЦИЙ Г. А. ВОЛКОВ, М. А. ЗЕМЦОВ, С. Э. КАРРАСКО СТАВРОВСКАЯ (г. Москва)	75
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ГОРНО-ШАХТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ В УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАСС: ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТИЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА К. И. ГАСЬКОВА (г. Кемерово)	81

ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ КОРПОРАЦИИ КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ <i>К. Д. ГЛОБИНОВА (г. Белгород)</i>	86
ОСОБЕННОСТИ КВАЗИМОНОПОЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ФИРМ НА РЫНКЕ <i>Т. В. ГРАЩЕНКОВА (г. Самара)</i>	91
К ВОПРОСУ О СПОСОБАХ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ <i>С. В. ДАНИЛЮК (г. Кемерово)</i>	94
МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ <i>С. В. ДАНИЛЮК, А. А. АБДУКАЮМОВ (г. Кемерово)</i>	98
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН БРИКС В АНТИМОНОПОЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКОВ <i>А. В. ДЕГОЯН (г. Кемерово)</i>	102
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ПАРТЕНР-98» <i>Н. В. ДОРОЖКИНА (г. Кемерово)</i>	105
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА И ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЕЁ РЕАЛЕЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ <i>И. С. ДУДАРЕВСКИЙ, К. В. КРАПЛИН (г. Белгород)</i>	112
КОНКУРЕНЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ ИННОВАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ <i>А. Д. ЖАРКОВА (г. Кемерово)</i>	116
ОСОБЕННОСТИ ОПЛАТЫ ТРУДА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ <i>Е. В. ЖУК, Е. А. МАЙШМАЗ (г. Мариуполь)</i>	120
МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ ПОЛИМЕРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ <i>М. В. ЗАХАРОВА (г. Москва)</i>	123
САМОЗАНЯТОСТЬ, КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ <i>А. В. ЗИМОВЕЦ (г. Таганрог)</i>	129

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ВЛИЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЫНКА ТРУДА В КУЗБАССЕ	
<i>М. В. ЗОЛОТУХИН</i> (г. Кемерово)	133
ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТ НА ФИНАНСОВУЮ СИСТЕМУ	
<i>Е. А. ИВАНОВА</i> (г. Кемерово)	137
КОНЦЕПЦИЯ НЕВИДИМОЙ РУКИ В ЭКОНОМИКЕ	
<i>Е. А. ИВАНОВА</i> (г. Кемерово)	143
РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
<i>Н. Г. ИВАСЕНКО</i> (г. Луганск)	147
МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ДОКУМЕНТООБОРОТА В УСЛОВИЯХ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
<i>И. О. ИЩЕНКО</i> (г. Кемерово)	150
ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МАРКИРОВОК И ЧИПОВ НА ГАЗОВЫХ БАЛЛОНАХ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОМЫШЛЕННЫХ ГАЗОВ	
<i>И. О. ИЩЕНКО, А. Н. МАЛЮГИН</i> (г. Кемерово)	153
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	
<i>Р. А. КАНЦЕРОВ</i> (г. Черкесск), <i>А. С. АДЖИКОВА</i> (г. Москва), <i>Н. Н. ШКОЛЬНИКОВА</i> (г. Черкесск)	156
РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	
<i>Р. А. КАНЦЕРОВ</i> (г. Черкесск), <i>А. С. АДЖИКОВА</i> (г. Москва), <i>Н. Н. ШКОЛЬНИКОВА</i> (г. Черкесск)	161
МОНОПОЛИЯ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ИНТЕРНЕТ УСЛУГ В РОССИИ	
<i>А. Е. КАРЛЫШЕВ</i> (г. Кемерово)	166
РИСКИ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
<i>К. С. КАСЬЯНОВА</i> (г. Кемерово)	168
ПРИЧИНЫ РОСТА ЦЕН НА БЕНЗИН	
<i>Д. Д. КНЯЗЕВ</i> (г. Кемерово)	172

ЦИФРОВЫЕ БИРЖИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ТРЕНД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ М. Е. КОНОВАЛОВА (г. Самара)	175
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СЕКОНД- ХЕНД А. Д. КОТИК, К. И. ГАСЬКОВА (г. Кемерово)	181
«ЗДОРОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ» И УСИЛЕНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОНТРОЛЯ РЕГУЛЯТОРА В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ А. А. КОЧНЕВА (г. Кемерово)	184
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ О. Ю. КУЗЬМИНА (г. Самара)	189
КОНЦЕНТРАЦИЯ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ О. Ю. КУЗЬМИНА (г. Самара)	193
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ ПОВРЕЖДЕНИЙ И СТОИМОСТИ РЕМОНТА В АВТОСЕРВИСЕ Д. Е. КУЛИКОВ, А. Н. МАЛЮГИН (г. Кемерово)	197
ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ ИИ-ТЕХНОЛОГИЙ В МИКРОПРЕДПРИЯТИЯХ М.А. КУРОЧКИНА (г. Томск)	200
ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ К. К. МАЛЫШЕВА (г. Кемерово)	204
ОТ КОНКУРЕНЦИИ К РОСТУ: КАК ИНТЕГРИРОВАННЫЙ БРЕНДИНГ ПРЕОБРАЗУЕТ ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС Д. А. МЕРИНОВА (г. Кемерово)	208
СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Е. С. МЕТАЛЬНИКОВА (г. Кемерово)	211
КОНКУРЕНЦИЯ ПО ИНТЕЛЛЕКТУ: ФИРМЫ ИЛИ ЛЮДИ? В. С. МИХАЙЛОВ (г. Кемерово)	216

РОЛЬ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТНОГО ИГРОВОГО ПО В РФ	
<i>А. П. НАГОРНАЯ</i> (г. Москва)	220
ФРАКТАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА	
<i>И. В. НЕКРАСОВА</i> (г. Ростов-на-Дону)	226
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ	
<i>Е. В. НЕПУШКИНА</i> (г. Кемерово)	229
ЭКОСИСТЕМНОСТЬ И ПЛАТФОРМЕННОСТЬ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	
<i>А. И. ОКОЛЕЛОВА</i> (г. Кемерово)	233
ПРЕЖДЕВРЕМЕННОЕ РАСКРЫТИЕ МОНОПОЛИИ	
<i>А. В. ПАЛЕЕВ</i> (г. Кемерово)	236
ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И МОНОПОЛИИ НА РЫНОК ТРУДА	
<i>Ю. А. ПАСЫНКОВА</i> (г. Кемерово)	239
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК	
<i>А. С. ПРОНИНА</i> (г. Новосибирск)	243
ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ	
<i>В. А. РАХМАНОВА</i> (г. Кемерово)	246
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	
<i>А. К. РУДЮК</i> (г. Кемерово)	250
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КОНТЕНТ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: НОВЫЙ УРОВЕНЬ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА	
<i>А. А. СИМОНЕНКО</i> (г. Кемерово)	255
СЕТЕВАЯ СРЕДА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ	
<i>Е. А. ТАРАН</i> (г. Томск), <i>В. Е. СКРИПКО</i> (г. Кемерово)	258

ДЕМОГРАФИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ И НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)	261
<i>А. А. ТКАЛИН, И. Ю. ВЕРЧАГИНА (г. Белово)</i>	
СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА)	265
<i>А. А. ТКАЛИН, И. Ю. ВЕРЧАГИНА (г. Белово)</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ	268
<i>А. В. ТОПОРИЩЕВА (г. Кемерово)</i>	
ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ООО «АВТОЦЕНТР ДЮК И К»	273
<i>И. Н. ТРЕТЬЯКОВА (г. Кемерово)</i>	
РОЛЬ ПОНИМАНИЯ ЦЕЛИ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТАМИ	278
<i>К. И. ФЕДОСЬИНА (г. Москва)</i>	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕХАНИЗМОВ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ	282
<i>Д. Э. ФОЛЬМЕР (г. Кемерово)</i>	
ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ И МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ	285
<i>А. Э. ХОДЖАЕВ (г. Москва)</i>	
ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ	289
<i>А. М. ЦАРЕВА (г. Кемерово)</i>	
КЛАССИФИКАЦИЯ ТИПОВ, ПРИНЦИПОВ И ВИДОВ БИЗНЕС- ПРОЦЕССОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	292
<i>А. Х. ЧЕКУНОВ (г. Москва)</i>	
ТЕХНОЛОГИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ	296
<i>Е. В. ЧЕРКАСОВ (г. Кемерово)</i>	
ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ	300
<i>Г. В. ШЕФЕР (г. Кемерово)</i>	

КОНКУРЕЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ: ОТ ДОПОЛНЕНИЯ ДО ЗАМЕНЫ <i>А. В. ШУМИЛОВ</i> (г. Кемерово)	303
ВЛИЯНИЕ ПЛАТФОРМЕННОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ НА КОНКУРЕНЦИЮ И МОНОПОЛИЗАЦИЮ СОВРЕМЕННЫХ РЫНКОВ <i>Л. Г. ШУТЬКО</i> (г. Кемерово)	307
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ РИТУАЛЬНОГО АГЕНТСТВА <i>А. П. ЩЕГЛОВА</i> (г. Кемерово)	311

Научное издание

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

*Сборник материалов
VII Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 24-25 октября 2024 г.)*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 16.10.2024. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 20,2
Тираж 100 экз. Заказ .
КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28
Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4 а.