



АКАДЕМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ, ТУРИЗМА, БИЗНЕСА И ПРАВА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ
ПО МАТЕРИАЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

www.scipro.ru

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

Академические исследования в области управления, туризма, бизнеса и права

**Сборник научных трудов
по материалам Международной научно-практической конференции**

10 октября 2021 г.

**www.scipro.ru
Москва, 2021**

УДК 001
ББК 72

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Академические исследования в области управления, туризма, бизнеса и права: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 10 октября 2021 г., Москва: Профессиональная наука, 2021. – 64 с. / DOI 10.54092/9781435766662

ISBN 978-1-4357-6666-2

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономики, политологии, граждановедения, юриспруденции и т.д. по материалам Международной научно-практической конференции «**Академические исследования в области управления, туризма, бизнеса и права**», состоявшейся 10 октября 2021 г. в г. Москва.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 001

ББК 72

ISBN 978-1-4357-6666-2



© Редактор Н.А. Краснова, 2021

© Коллектив авторов, 2021

© Lulu Press, Inc.

© НОО Профессиональная наука, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ	5
Вадейко Е.Ю. ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА КАК ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ГОСУДАРСТВА.....	5
СЕКЦИЯ 2. МАРКЕТИНГ	12
Кузнецова А.Д. Роль современного дизайна упаковки продукции в ходе продвижения на рынке.....	12
СЕКЦИЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ	17
Кудрявцева М.В. ФАКТОРЫ УСПЕШНОСТИ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	17
СЕКЦИЯ 4. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	21
Баширова К.Р., Кловацкий А.Ю. МОБИЛЬНЫЙ БАНКИНГ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	21
СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА ТРУДА	26
Баширова К.Р., Кловацкий А.Ю. ОПТИМИЗАЦИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ (УДАЛЕННОЙ) РАБОТЫ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ	26
Матов М.Б. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ КАК ЭЛЕМЕНТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ	30
СЕКЦИЯ 6. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	40
Краснухина Е.А. Этапы создания ювелирной компании и ее вывода на современный российский рынок.....	40
Неваева А.В. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	45
Правдюк Е.А. АКТУАЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА В ГОРОДЕ СУРГУТ.....	50
Правдюк Е.А. АНАЛИЗ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА В ГОРОДЕ СУРГУТЕ.....	54
СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	58
Черных Е.А., Маркосян З.С., Щетинина Н.А., Кожевников В.В. ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СРЕДИ СТУДЕНТОВ ВОРОНЕЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕДИЦИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА	58

СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

УДК 35

Вадейко Е.Ю. Избирательная система как институт современного демократического государства

The electoral system as an institution of a modern democratic state

Вадейко Екатерина Юрьевна,

Студентка факультета электронного обучения по направлению подготовки: Государственное и муниципальное управление. Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «СИНЕРГИЯ»

Vadeyko Ekaterina Yurevna

Student of the Faculty of Electronic Learning in the field of training:
State and Municipal Administration

Non-state educational private institution of higher education
«Moscow Financial and Industrial University «SYNERGY»

Аннотация. Институт избирательной системы государства обладает определенными особенностями, характеризующими его как обязательный элемент современного демократического государства. Благодаря избирательной системе электорат определяет, насколько разнообразным будет представительство в парламенте от различных слоев населения. Данное разнообразие, в первую очередь, должно быть направлено на обеспечение представительства от меньшинств, то есть различных слоев и групп населения не только с целью представления иных мнений и точек зрения конкретной группы, но и политической стабильности в целом.

Ключевые слова: избирательная система, выборы, политический система, государство.

Abstract. The institution of the electoral system of the state has certain features that characterize it as an indispensable element of a modern democratic state. Through the electoral system, the electorate determines how diverse the representation in parliament will be from different segments of the population. This diversity, first of all, should be aimed at ensuring the representation of minorities, that is, different strata and groups of the population, not only with the aim of presenting different opinions and points of view of a particular group, but also political stability in general.

Keywords: electoral system, elections, political system, state.

DOI 10.54092/9781435766662_5

На данный момент наличие современного демократического государства предполагает существование таких процедур как проведение и организация периодических свободных выборов, которые должны быть основаны на тщательно проработанных избирательных механизмах. Наиболее значимым элементом в современной тенденции развития избирательного права выступает выбор таких избирательных систем, которые могли бы наиболее полно обеспечить истинное волеизъявление граждан и соответствующее этому волеизъявлению представительство в высших органах государственной власти.

Государство – сложное политическое образование, особенностью которого является существование в нем различных институтов и подсистем, обеспечивающих его функционирование. Так, одной из институциональных подсистем является избирательная система государства, которая выступает объектом моего исследования.

Сейчас трудно представить себе демократическое государство, в котором бы отсутствовал институт выборов. Избирательная система является элементом, который в той или иной мере отражает наличие или отсутствие признака демократичности. Выборы представляют собой смену государственной власти в процессе борьбы за эту власть, осуществляемую цивилизованными методами и способами. Результатом проведения выборов является легитимация государственной власти, а также политическое укрепление самого государства. Важно отметить, что в демократическом государстве политическая власть должна основываться только на согласии народа. Именно выборы выступают тем институтом, которые, имея в основании согласие народа, превращают его в политически одобренную народом государственную власть, однако данный процесс должен функционировать при таких условиях, как свобода, равенство и тайна. «Избирательная система задает институциональные рамки и в значительной степени определяет конфигурацию парламента и партийной системы». Основываясь на этом, мы можем предположить, что избирательная система и механизмы ее функционирования являются одной из главных черт, присущих демократическому государству.

При наличии основополагающих функций института избирательной системы, которая выступает важнейшей характеристикой демократизации в стране, существует серьезный спор о том, какая из видов избирательных систем наиболее соответствует трем главным критериям (свобода, равенство, тайность) и при этом является наиболее эффективной. Дискуссии по данному вопросу существовали давно и также ведутся на сегодняшний день. Вывод, который был сделан представителями политической науки – идеальной избирательной системы нет. Каждая из видов избирательных систем, существующих на данный момент, имеет свои достоинства и недостатки.

Современная избирательная система Российской Федерации представляет собой относительно новый политический институт, который, несмотря на свою новизну, привлекает внимание для его изучения и исследования. Возможно, это связано с тем, что за тот относительно небольшой период своего существования данный институт неоднократно подвергался различного рода реформам. Также этот интерес может объясняться тем, что одна и та же избирательная система может по-разному проявляться в зависимости от различных внешних обстоятельств: экономических, социальных, исторических, политических и других.

В науке конституционного права избирательная система изучается «как способ или порядок определения результатов голосования или как порядок распределения мандатов по результатам голосования». Данный подход к пониманию избирательной системы представляется несколько узким, односторонне характеризующим данный институт, не учитывая его государственную и общественную значимость. Наиболее полное понятие института избирательной системы отражается в позициях, предложенных политической наукой.

В политической науке определение избирательной системы имеет два подхода. Согласно первому, избирательная система в узком смысле выступает синонимом электоральной формулы, то есть это определенные правила по распределению мест в парламенте в результате проведенных выборов, а также определение победителей политической борьбы в конкретных округах. Второй подход – в широком смысле – это полный комплекс институтов, формальных и неформальных, на основе которых функционирует избирательная система, то есть это различные нормы, правила, установления, которые имеют отношение к исследуемому институту.

Отмечая важность наличия избирательной системы в демократическом государстве, вместе с тем подчеркивается его частая изменчивость (реформы, нововведения и т.д.). По мнению Р.Таагепера и М.Шугарта, «избирательная система является легко изменяемым политическим институтом». Однако, как отмечается ими далее, изменчивость нельзя связывать с тем, что сама электоральная система является простой и легко реагирующей на внешние обстоятельства. Отмечается, что другие ныне существующие и функционирующие политические институты гораздо менее адекватно реагируют на какие-либо происходящие изменения и соответственно практически не поддаются этим изменениям. В развитом демократическом государстве представителям правящей элиты достаточно сложно изменить существующий порядок, связанный с законодательной и исполнительной властью, не подрывая при этом основ конституционализма. Поэтому избирательная система, которая не является столь жестко конституционно ограниченным институтом, наиболее часто подвергается различного рода корректировкам. Следовательно, благодаря вносимым изменениям по отношению к избирательной системе, правящая элита самостоятельно может определять политический вектор дальнейшего развития государства и его функционирование. Важно понимать, что реформы, проводимые в отношении электоральной системы, не всегда могут носить положительный характер, результатом которого будет выступать дальнейшая демократизация власти. Чаше представители политической власти действуют в собственных интересах, то есть укрепляют свою власть для затруднения проникновения в правящую элиту представителей от оппозиции.

Еще одним важнейшим критерием, характеризующим электоральную систему и политическую систему государства, в целом является критерий стабильности. По уровню стабильности выделяются следующие политические системы:

- 1) Высокий уровень стабильности;
- 2) Средний уровень стабильности;
- 3) Низкий уровень стабильности;
- 4) Нестабильные политические системы.

«Избирательные системы отличаются между собой по различным параметрам: значимость избирательно округа, число избирательных округов, величина законодательной ассамблеи, действительный электоральный порог и так далее». В политической науке принято выделять два основных вида избирательных систем – пропорциональную, применяемую на выборах в парламент, и мажоритарную, которая используется при выборах президента. Помимо двух основных видов, существует смешанная избирательная система, которая включает в себя признаки пропорциональной и мажоритарной систем. Рассмотрим подробнее особенности каждой.

Пропорциональная система представляет собой пропорциональное распределение мест в соответствии с распределением голосов, которые были получены в результате проведения голосования по партийным спискам в едином общенациональном округе или в многомандатном округе.

В сравнении с мажоритарной системой преимуществом пропорциональной избирательной системы является то, что она в большей мере отражает интересы и волю народа, что выражается в том, что даже представители небольших и не самых известных партий могут выиграть в политической борьбе и оказать влияние на всю государственную политическую систему в целом. Этот критерий отражает принцип справедливости. Соответственно, вхождение представителей небольших партий в правительство означает его многосоставность, что способствует укреплению политической власти на фоне происходящей в мире тенденции сепаратизма. Как отмечается, пропорциональная система способствует значительному взаимодействию между центральной и местной властью, что, в свою очередь, положительно влияет на развитие институтов политического плюрализма и многопартийности.

Главным условием наличия и функционирования пропорциональной избирательной системы являются партии. Политические партии, как один из институтов государства, осуществляют главную функцию по выдвижению кандидатов-представителей в законодательные органы власти. На выборах политическими партиями формируются списки кандидатов, которые участвуют в политической борьбе и за деятельность которых должны будут голосовать граждане.

Кроме некоторых преимуществ, присущих пропорциональной избирательной системе, ей также свойственны недостатки.

1. Проблема слабой связи между кандидатами и их избирателями, так как голосование происходит не за конкретных депутатов, а за их общий партийный список;
2. Проблема зависимости депутата от конкретной партии. Данная зависимость может негативным образом отразиться на принятии и обсуждении важнейших законопроектов и другой деятельности.

В современных государствах, где используется пропорциональная система, наблюдается сепарация политического пространства и формирование политической системы со средним или низким уровнем стабильности, в зависимости от того, какое количество партий будет представлено в парламенте.

Теперь рассмотрим мажоритарную систему. Мажоритарная избирательная система представляет собой систему, при которой победу в политической борьбе одерживает кандидат, набравший более 50% голосов всех участвующих избирателей. Данная система наиболее заметно проявляется в одномандатных округах, так как именно там существует благоприятная почва для тесного взаимодействия между конкретным депутатом и избирателем. Основой данного взаимодействия выступает деятельность кандидата в определенном избирательном округе, при этом его деятельность не является партийной или идеологизированной как в случае выборов списков кандидатов в пропорциональной системе. Депутат, участвующий в политической гонке во многом руководствуется определенными мотивами, отражающими интересы конкретных лиц, их групп и других образований.

По мнению М.Дюверже, «мажоритарная система выборов является механизмом формирования простого политического плюрализма». Особенностью данной системы является конечное создание системы двухпартийности в государстве. Это связано с тем, что создание коалиций политических партий и их дальнейшее укрепление позволяет достичь возможности реального выигрыша в одномандатных округах. После из общей коалиции происходит распад на две конкурирующие партии, которые будут определять структуру будущего парламента. Те избиратели, которые хотят иметь реальную возможность своим голосом повлиять на исход выборов, будут опираться не только на свои предпочтения, но и станут учитывать мнение других граждан-избирателей. Следовательно, они голосуют за ту партию, которая способна выиграть в их избирательном округе. Представители от малых партий практически не имеют шансов попасть в правящие круги от своих партий, исходя из идеи мажоритарной системы выборов.

Одной из особенностей исследуемой избирательной системы также является ситуация, при которой кандидаты от партии, получившие меньшее количество голосов на

выборах, могут занять больше депутатских мест в парламенте, чем партия-соперник. В ситуации, по которой две партии получили одинаковое или почти одинаковое количество голосов, также не означает пропорциональное соотношение депутатских мест в парламенте. Данная особенность является недостатком мажоритарной системы, так как не соответствует реальным интересам и предпочтениям избирателей, а позволяет правящей элите самостоятельно манипулировать полученными результатами.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что институт избирательной системы государства обладает определенными особенностями, характеризующими его как обязательный элемент современного демократического государства. Благодаря избирательной системе электорат определяет, насколько разнообразным будет представительство в парламенте от различных слоев населения. Данное разнообразие, в первую очередь, должно быть направлено на обеспечение представительства от меньшинств, то есть различных слоев и групп населения не только с целью представления иных мнений и точек зрения конкретной группы, но и политической стабильности в целом. Негативная тенденция отсутствия представителей от различных групп и партий ведет к полной деградации парламента как государственного органа, и следовательно, ставит под вопрос все стратегические и законодательные инициативы, принимающиеся данным органом.

Современная российская избирательная система за последние 20 лет претерпевала значительные изменения и реформы. Она прошла путь от плюральной системы (выборы в Верховный Совет, март 1990 года), далее смешанная система 1993 года (мажоритарно-пропорциональная) и, наконец, пропорциональная избирательная система 2007 года. Эта эволюция свидетельствует о развитии института выборов в России, превращении его в единый легитимный механизм формирования представительных органов власти, укрепление российской многопартийности и переходу к избирательной системе, которая в меньшей степени искажает волю избирателей.

Библиографический список

1. Конституционное право зарубежных стран: Учебник для вузов / Под общ. ред. чл.-корр. РАН, проф. М. В. Баглая, д. ю. н., проф. Ю. И. Лейбо и д. ю. н., проф. Л. М. Энтина. — М.: Норма, 2004. — 832 с.
2. Голосов Г. В. Измерения российских региональных избирательных систем // Полис. — 2001. — № 4. — С.7-85;
3. Дюверже М., Политические партии/ Пер. с франц. Академический Проспект. — 2002. — 560 с.;

4. Иванченко А. В., Кынев А. В., Любарев А. Е. Пропорциональная избирательная система в России: История, современное состояние, перспективы. М.: Аспект Пресс. – 2005. – 140 с.;
5. Макаренко Б.И., Российская избирательная система в контексте эволюции политического режима / Pro et Contra, №1 (31) 2006, том 10;
6. Мишин А.А., Конституционное (государственное) право зарубежных стран: Учебник для вузов". – М.: Статут, 2013;
7. Сморгун Л. В., Сравнительная политология: теория и методология измерения демократии. СПб., 1999. 376 с.;
8. Таагепера Р., Шугарт М. С. Описание избирательных систем // Полис. – 1997. – № 3.

СЕКЦИЯ 2. МАРКЕТИНГ

УДК 339.138:659.19

Кузнецова А.Д. Роль современного дизайна упаковки продукции в ходе продвижения на рынке

The role of modern product packaging design in the course of market promotion

Кузнецова Алина Дмитриевна,

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель

Попов Ю.А., старший преподаватель кафедры экономической теории,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»

Kuznetsova Alina Dmitrievna

student of the Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Scientific adviser: Popov Y.A., senior lecturer
of the Department of Economic Theory,
Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Аннотация. Актуальность роли современного дизайна упаковки продукции в ходе ее продвижения обуславливается увеличением разнообразия и конкурентоспособности продукции на рынке, что влечет за собой усложнение процесса выбора товаров и услуг для потребителей, и, соответственно, предъявляет предприятиям новые требования к способам коммуникации и продвижению продукции на рынке. Исходя из этого, одним из важнейших условий успешности действующего предприятия может являться формирование качественного и эффективного комплекса продвижения товаров. Целью данной статьи является изучение процесса разработки дизайна упаковки и ее роли на современном рынке.

Ключевые слова: графический дизайн, упаковка, реклама, маркетинг, фирма, прибыль.

Abstract. The relevance of the role of modern product packaging design in the course of its promotion is caused by an increase in the diversity and competitiveness of products on the market, which entails a complication of the process of choosing goods and services for consumers, and, accordingly, imposes new requirements on enterprises for ways of communication and promotion of products on the market. Proceeding from this, one of the most important conditions for the success of an operating enterprise may be the formation of a high-quality and effective complex of product promotion. The purpose of this article is to study the process of developing packaging design and its role in the modern market.

Keywords: graphic design, packaging, advertising, marketing, firm, profit.

DOI 10.54092/9781435766662_12

Процесс разработки графического дизайна сильно расширился и стал охватывать почти все области жизни, благодаря современному миру, в котором массовое потребление начало играть большую роль в культуре и экономике стран. Маркетинг — это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путём обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя. [1] Грамотное применение маркетинговых приемов и инструментов позволяет компании расти и быть конкурентоспособной. [2] Одной из самых значимых составляющих маркетинга является упаковка. Упаковка и ее оформление являются составной частью культуры потребления, отражением вкусов общества в конкретный период времени, т. е. массовой культуры.

Изначально упаковка в основном выполняла только утилитарную функцию, то есть предоставляла возможность безопасной транспортировки и хранения товара. Благодаря развитию рынка и повышению конкуренции между производителями важность дизайна упаковки возросла с геометрической прогрессией и стала одним из главных элементов маркетинга и ключевым фактором в продаже продукции.

С ростом спроса растут и требования к упаковке и внешнему виду товара. На современном рынке упаковка приобрела значение главного лица бренда, по которому можно сразу идентифицировать продукт. Дизайн упаковки стал одним из сильнейших факторов, влияющим на уровень продаж, в основном, потому что упаковка буквально становится главным представителем продукта для покупателей. При хорошем исполнении с помощью упаковки и размещенной на ней информации новые изделия получают шанс быть замеченными потребителями и получить их доверие.

Упаковка - инструмент маркетинга, с которым взаимодействуют все покупатели бренда. Большинство современных маркетологов утверждают, что, понимание основ разработки дизайна упаковки и его воздействие на потребителей, должно быть доведено у создателей продукции до такого уровня, чтобы товар мог продаваться без дополнительных вложений, к примеру, дополнительных затрат на исправление провальных вариантов дизайна, которые не сработали при продаже продукта.

С развитием современных технологий и культуры потребления человек покупает товары в большом количестве, осматривая товар на сайтах онлайн-магазинов. Только за последний год число уникальных покупателей (сделавших хотя бы одну онлайн-покупку) среди тех, кто оплачивает что-то в интернете не реже двух раз в неделю, выросло более чем в пять раз. [3] Такая картина свидетельствует о том, что посредством онлайн-шоппинга стал массово удовлетворяться спрос на повседневные товары. Соответственно, дизайн упаковки продукта играет важную роль, так как помогает определиться с выбором и дальнейшей покупкой, особенно в контексте онлайн магазинов, где покупатель не может посмотреть на

продукт вживую, а полагается исключительно на его внешний вид и описание. Согласно данным Business Insider, формирование первого впечатления о товаре занимает примерно 7 секунд, именно поэтому правильная упаковка помогает покупателю подобрать подходящий ему продукт. [4]

Многие специалисты называют упаковку (packaging) пятым «Р» модели маркетинга (наряду с товаром, ценой, распределением и продвижением - product, price, place, promotion). Так же, упаковка и этикетка рассматриваются как элементы товарной стратегии, которые могут помочь обеспечить стабильный объём продаж и прибыль на всех стадиях жизненного цикла продукта. [5]

Для того, чтобы выполнять маркетинговые функции, созданная упаковка должна соответствовать нескольким определенным критериям:

1. Упаковка должна идентифицировать товар – через ее дизайн показывается принадлежность товара к конкретному виду продукта.
2. Упаковка создает целостный образ продукта. Для этого существует так называемый принцип KISS («Keep it short and simple») – «Держись простоты и краткости». Внешний вид изображений на упаковке должен быть ясным и понятным по средствам сочетания изобразительных приемов (шрифт, цвет, символы), правильно расставлены акценты.
3. Упаковка должна помогать товару максимально ярко выделяться и отличаться от конкурентов из похожей категории продуктов, быть неповторимой, красочной и легко запоминающейся.
4. Упаковка должна формировать доверие покупателя, содержать достоверную и читаемую информацию.

Упаковка включает в себе визуализацию взаимодействия нескольких подразделений компании, которая напрямую влияет на эффективность продвижения продукта. Одним из самых грамотных решений становится выбор производителями качественной и правильно сделанной упаковки, именно поэтому создание упаковки рассматривается в качестве части стратегии продвижения бренда и средством визуального воплощения концепции компании.

Наряду с этим, перед производителем стоит задача не только в создании цепляющего дизайна продукции, но и в корректной работе созданного визуала на конкретную целевую аудиторию, которая соответствует целям компании. Большинство участников рынка подтверждают прямую зависимость между типом упаковки и ценовым сегментом, в котором позиционируется товар (дешевая упаковка неизбежно приравнивает к нижнему ценовому сегменту даже дорогой продукт).

После определения предполагаемого ценового сегмента начинается разработка самого дизайна товара и последующее тестирование его эффективности.

При разработке упаковки компании обычно используют одну из стратегий, представленных ниже [6]:

1. инфильтрация - демонстрация преимуществ собственного товара на фоне товара конкурентов;
2. оборона - учет и устранение собственных ошибок в оформлении и дизайне упаковки товара;
3. имитация - применение дизайна, приемов и различных визуальных средств, схожих с дизайном конкурентов;
4. наступление - обнаружение слабых мест конкурентов и действие в этом поле с акцентом на этих местах;
5. вызов - совершенствование дизайна упаковки на основе визуала конкурентов, занимающих лидирующие позиции.

Если смотреть с позиции эффективности продаж, существует 7 ключевых требований к упаковке: [7]

- Обладание визуальной силой – дизайн упаковки должен привлекать к себе внимание потенциального покупателя, максимально эффективно выполняя функции идентификации и дифференциации. Также упаковка должна удовлетворять потребителя эстетически и провоцировать на эмоциональный контакт. Дизайн должен быть продуманным, гармоничным, реализованным на достойном уровне.

- «Эффект билборда» – выставленные на стеллаже упаковки бренда должны создавать яркое пятно, отчётливо визуально отрывающего товар производителя от фона товара конкурентов. Также дизайн каждой отдельной упаковки бренда должен иметь возможность быть сочетаемым с упаковками другого товара данного бренда в единую картину

- Сегментирование внутри бренда – дизайн упаковки должен быть удобен для поиска нужного вкуса продукта.

- Легко воспринимающаяся структура упаковки – этикетка и упаковка должны «легко читаться» и иметь четко выраженные информационно-идентификационные блоки, благодаря этому она будет легко запоминаться аудиторией.

- Отработанная логика опознавания бренда по упаковке в соответствии с последовательностью восприятия упаковки мозгом человека. Человеческий мозг воспринимает упаковку в следующей последовательности: основной цвет упаковки – привлекает внимание; форма упаковки – обеспечивает запоминание/узнавание; символы, изображения или знаки на упаковке – вызывают эмоции, помогают определить продукт и сложить представления о его свойствах; текстовая информация – дает покупателю всю остальную информацию.

- Модернизация упаковки на основе цвета, текстуры, силуэтов, изображений, дополнительного шрифта и остальных художественных приемов. Уже созданный базовый дизайн, соответствующий всем требованиям, позволит создавать новые варианты продукта в рамках бренда и постепенно обновлять упаковку.

- Контроль эффективности дизайна упаковки. Тестирование дизайна один из основных этапов создания внешнего облика бренда, который часто недооценивают создатели продукции. Тестирование дизайна упаковки включает в себя исследование созданного дизайна и наблюдение за его влиянием на покупателей: правильно ли он отражает маркетинговое сообщение, которое было заложено производителем, и насколько большую роль он играет при принятии покупателем решения о приобретении товара.

Таким образом упаковка является одним из наиболее важных элементов предпринимательской деятельности компании, без которого в современном мире становится почти невозможной коммуникация между производителями и покупателями. Упаковка является важной частью маркетинговой стратегии, от эффективности которой зависит рост продвижения того или иного товара на рынке.

Библиографический список

1. Ламбен Жан-Жак «Стратегический маркетинг. Европейская перспектива» — СПб.: Наука, 1996. — 589 с.
2. Бондарская О.В. Формирование бренда предприятия. - Т., 2017. - 24 с.
3. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/onlayn-shopping-v-cifrah-glavnaya-statistika/> (дата обращения: 22.05.2021).
4. URL: <https://www.businessinsider.com/only-7-seconds-to-make-first-impression-2013-4> (дата обращения: 22.05.2021).
5. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. - СПб., 2006. - 467 с.
6. Басалыга М. Маркетинг: идеи и технологии. - Промкомплекс., 2015. - 8-18 с.
7. Жуков. А. Упаковка как элемент визуальных коммуникаций бренда в местах продаж. - Российский продовольственный рынок. - 2010. - № 6
8. Жуков А. Внешность - главное. Тестирование дизайна упаковки: что, как и когда. - Новый маркетинг. - 2011. - 60-65 с.

СЕКЦИЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 331.1

Кудрявцева М.В. Факторы успешности личности в условиях инновационной экономики

Factors of a person's success in an innovative economy

Кудрявцева Мария Викторовна

Старший преподаватель кафедры социальной работы и права
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург

Kudryavtseva Maria Viktorovna

Senior Lecturer of the Department of social work and law
Saint Petersburg University of industrial technology and design,
Saint Petersburg

Аннотация. В статье раскрываются особенности цифровой экономики, а также рассмотрено влияние цифровых технологий на преобразование роли и значения человеческих ресурсов в современных социально-экономических условиях. Обозначаются и рассматриваются ключевые компетенции и личностные качества, востребованные в условиях инновационной экономики и новой научно-технологической реальности, формирование которых позволит индивиду эффективно выстраивать свою жизненную и профессиональную стратегию, а значит достигать высоких результатов в процессах самореализации.

Ключевые слова: инновационная экономика, цифровая экономика, управление человеческими ресурсами, компетенции, личность, лидерство.

Abstract. The article reveals the features of the digital economy, and also considers the impact of digital technologies on the transformation of the role and significance of human resources in modern socio-economic conditions. Key competencies and personal qualities, which are in demand in the conditions of an innovative economy and a new scientific and technological reality, are indicated and considered, the formation of which will allow an individual to effectively build his life and professional strategy, and therefore achieve high results in the processes of self-realization.

Keywords: innovative economy, digital economy, human resource management, competencies, personality, leadership.

DOI 10.54092/9781435766662_17

В современных условиях инновационной экономики основополагающим источником конкурентоспособности и эффективности трудовой деятельности являются человеческие ресурсы. Как отмечают некоторые исследователи «...введение категории «человеческие ресурсы» в научный оборот свидетельствует о том, что профессиональные знания, опыт, творческие навыки и предпринимательские способности работников действительно обеспечивают экономическую эффективность и конкретные преимущества организации в рыночной среде» [1, с. 108]. Управление человеческими ресурсами является актуальной стратегией повышения эффективности и производительности деятельности

организации любого уровня и масштаба. В результате такого подхода к роли и месту человека в современной экономике более эффективно решаются задачи не только на уровне конкретной организации, но и раскрывается потенциал каждой личности, реализуются ее индивидуальные ресурсы, учитываются профессиональные и личностные интересы человека.

Как отмечают некоторые исследователи, развитие теории инновационной экономики характеризуется трансформацией традиционной сферы материального производства, меняющей свою технологическую основу. Наблюдается непрерывное развитие науки, техники и высоких технологий, овеященных в товарах и услугах [2]. Цифровая экономика основывается на интеграции цифровых технологий во все сферы социально-экономической деятельности. Сегодня непрерывно развивающиеся информационно-коммуникационные технологии и самообучающиеся системы искусственного интеллекта «забирают» у человека многие привычные для него трудовые задачи и функции, параллельно открывая индивиду новые возможности.

Процесс развития цифровой экономики закономерно формирует новый набор требований к компетентности и навыкам современного специалиста. Важно подчеркнуть, что среди компетенций, которыми должен обладать современный сотрудник, особое значение приобретают адаптивность; гибкое реагирование на изменения; развитые когнитивные навыки; готовность решать сложные интеллектуальные и практические задачи, требующие неординарных подходов; способность избирательно и оперативно работать с информацией и создавать новый контент. Исследователи отмечают, что важнейшим когнитивным свойством работника становится постоянное производство, анализ и потребление нового знания, позволяющего принимать эффективные решения, производить инновационные товары и услуги, а также получать статусно-карьерные эффекты [3].

Вне сомнений, сегодня современному человеку в целях поддержания конкурентоспособности в условиях сложной динамичной среды необходимо не только обладать набором определенных общекультурных и профессиональных компетенций, но и занимать осознанную лидерскую позицию в масштабах своей профессиональной и личной жизни. Серьезные изменения в политике, культуре, экономике и в социальном пространстве обуславливают необходимость актуализации лидерского потенциала в каждом человеке. В данном контексте лидерство понимается как жизненная позиция, связанная с осознанным выбором и намерением преобразовывать себя, свой мир, свою жизнь.

Согласимся с мнением О.В. Живицы, кандидатом психологических наук, что «современный мир как никогда ранее нуждается в лидерах <...>, речь о том, что каждый на своем месте должен быть лидером и уметь делать выбор, брать ответственность за принятые решения и вести за собой» [4, с. 43].

В качестве ключевых компетенций лидера, востребованных в условиях современной действительности, важно выделить эмоциональный интеллект, готовность к самоуправлению и саморегуляции, способность индивида реагировать на изменения и обучаться в течение всей жизни. Именно эти качества и способности являются своеобразными универсальными инструментами для эффективной реализации индивидуального жизненного и профессионального проекта в контексте новой научно-технологической реальности.

Также важно отметить, что в современной педагогике, в области коучинга и профориентации актуальными становятся американские термины «hard skills» и «soft skills». Первые (или так называемые «твердые навыки») формализованные, измеримые, алгоритмизированные, связаны с конкретным видом деятельности в области формализованных технологий и операций (чтение, математика, программирование и т.д.). Вторые (или «мягкие, гибкие» навыки) – это навыки сотрудничества, коммуникации, критического мышления, креативности, командообразования и др. социальные, интеллектуальные и волевые компетенции. В условиях динамично изменяющейся экономической среды востребованность в развитии «soft skills» становится все более актуальной. Участники Всемирного экономического форума, а также Гайдаровского форума отмечали, что трансформация образования в условиях технологической революции приводит к возрастанию потребности в гибких навыках.

Таким образом, в условиях цифровой экономики в качестве значимых компетенций определяются не узкоспециальные и монопрофильные, а междисциплинарные и комплексные. Системность и интегративный подход к пониманию проблем и видению их решений, мышление вне готовых алгоритмов, способность конструировать новые знания, подходы и решения в условиях неопределённости становятся необходимыми навыками.

Итак, развитие информационного общества и цифровых технологий существенно изменяют содержание, методы организации и использования труда, а значит роль и место человека в современной экономике. Развитие рассмотренных выше компетенций и индивидуальных качеств обуславливает формирование социально-активной личности, способной сознательно выстраивать свою жизненную и профессиональную стратегию, планировать свою деятельность и управлять ею, реализовывать обозначенную программу и контролировать этапы ее реализации, объективно оценивать и корректировать результаты деятельности, а значит достигать высоких результатов в профессиональном и личностном аспекте самореализации.

Библиографический список

1. Одегов, Ю.Г. Чем управление человеческими ресурсами принципиально отличается от управления персоналом? Вестник Омского университета. – Серия «Экономика». – 2018. – № 1 (61). – с. 106-114.
2. Локалов, А.А. Инновационная экономика и новая экономика: соотношение процессов и понятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – С. 128-131.
3. Дятлов С.А. Сетевой человеческий капитал миллениалов как драйвер развития цифровой экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2019. - С. 26-31.
4. Живица, О.В. Лидерство. – М.: Университет «Синергия», 2017. – 192 с.

СЕКЦИЯ 4. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.7

Баширова К.Р., Кловацкий А.Ю. Мобильный банкинг в банковской деятельности.

Mobile banking in banking activities.

Баширова Камилла Руслановна

Магистрант, направление 38.04.08 «Финансы и кредит»
Выпускающая кафедра «финансы и кредит»
Ульяновский государственный университет

Кловацкий Андрей Юрьевич

К.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»
Ульяновский государственный университет

Bashirova Kamilla Ruslanovna

Graduate Student, direction 38.04.08 «finance and credit»

Principal Education Units «finance and credit»

Ulyanovsk State University

Klovatskiy Andrey Yurievich

Cand. of Ec. Sc. Department «finance and credit»

Ulyanovsk State University

Аннотация. В настоящее время среди активных пользователей современных гаджетов продолжает набирать популярность управление банковским счетом с помощью планшетного компьютера, смартфона или обычного телефона. При всех своих явных преимуществах мобильный банк не лишен недостатков.

Ключевые слова: мобильный банкинг, банковские продукты и услуги, финансовые технологии, сегмент «ритейл», диджитализация, сервисы, дистанционное обслуживание, интерфейс.

Abstract. Currently, bank account management using a tablet computer, smartphone or regular phone continues to gain popularity among active users of modern gadgets. For all its obvious advantages, mobile banking is not without drawbacks.

Keywords: mobile banking, banking products and services, financial technologies, retail segment, digitalization, services, remote service, interface.

DOI 10.54092/9781435766662_21

В сфере экономики одно из основных мест занимает банковский сектор, так как именно он позволяет накапливать и распределять ресурсы между разными экономическими субъектами. Развитие информационных технологий или «диджитализация» розничного сектора банков становится главной ступенью на пути к изменениям в экономике.

Конкуренция на рынке банковских продуктов и услуг растет с каждым годом. Это связано с разработкой и внедрением технологий, которые банки начинают использовать для

увеличения опций предоставляемых продуктов. Многие банки расширяют отделы, ответственные за разработку и внедрение продуктов и программ, посредством которых осуществляется предоставление сервисов для клиентов.

Исследования каналов предоставления банковских продуктов и услуг за последние несколько лет показали, что клиенты все больше начинают использовать дистанционные каналы получения услуг, в том числе так называемый «мобильный банкинг».

Мобильный банкинг - это один из видов дистанционного банковского обслуживания, который предполагает управление услугами банка с мобильных устройств - планшетов, смартфонов и других - посредством специализированного приложения.

Мобильный банкинг предполагает обязательную установку специального приложения (поставляется непосредственно банком или его официальным партнёром), совместимого с платформой.

Система m-банкинг позволяет:

- Определять точное местоположение и поиск банкоматов неподалёку.
- Входить в приложение с использованием биометрических данных (отпечатки пальцев, сетчатка глаза, идентификация по лицу и т.д.).
- Распознавать реквизиты счетов/платёжных документов с фотографий.
- Упрощать доступ к счетам и картам, а также основным операциям по ним.
- Контролировать остаток по карте и проводимыми транзакциями в любое время и в любом месте.
- Альтернативные способы подтверждения операций (push-уведомления, отпечатки пальцев).
- Считывать QR-кодов с платёжек.
- Встроенный антивирус.
- Моментально получать уведомления о движении средств и других операциях (push-уведомления).
- Оперативно получать платежные реквизиты, блокировать и перевыпускать карты.
- Бесконтактные платежи (при наличии [NFC-модуля](#)).

Для работы с мобильным банкингом требуется подключение к интернету. Иногда команды выполняются с помощью СМС, составленных по определенному стандарту. До широкого распространения смартфонов именно СМС-банкинг выполнял функции мобильного банкинга. Сейчас это более упрощенный, адаптированный вариант интернет-банка, который удобно применять на небольшом дисплее смартфона. Простота и мобильность осуществления различных операций - насущные вопросы, которые становятся актуальными с развитием банковской системы и связи.

Преимущества мобильного банкинга:

- Широкий охват клиентской базы;
- Экономичность;
- Возможность работы в круглосуточном режиме;
- Автоматическое отслеживание рисков;
- Повышения стандартов обслуживания;
- Новый источник прибыли;
- Возможность интеграции с другими видами банковских операций.

Стоит отметить, что при информировании о движении средств на карточном счете сообщается дата, время и место проведения операций. Мобильный банкинг еще часто называют Java-сервисом.

Любой владелец пластиковой карты может совершать финансовые операции, не выходя из дому. Это связано с тем, что мобильный банкинг имеет множество функций. Преимущества такого сервиса в стране уже успели оценить как банковские учреждения, так и сами клиенты.

Мобильный банкинг гарантирует максимальную защиту информации следующими способами, а именно по:

- номеру, который привязан к сим-карте;
- специальному пин-коду пользователя;
- федеральному номеру, через который осуществляется звонок.

Также подобное приложение может иметь дополнительные услуги: мобильный калькулятор или создание напоминаний о регулярных платежах.

На сегодняшний день основная задача, стоящая перед банковскими учреждениями, – повышение юзабилити интерфейсов. Именно поэтому они постоянно совершенствуют предоставляемый сервис. Мобильный банкинг – приложение, которое в первую очередь должно быть удобным и простым для клиента.

При решении подобной задачи следует учитывать огромное количество факторов:

- функциональность оборудования (диагональ экрана и размер виртуальной клавиатуры);
- модель мобильного устройства;
- поведение клиента, который пользуется дистанционным способом обслуживания за счет применения телефона;
- востребованность и ценность сервиса.

Интеграция мобильных приложений, позволяющих управлять карточным счетом, позволяет не только расширить клиентскую базу, но и в значительной степени увеличить лояльность пользователей, а также удобство применения сервиса.

Кроме основных плюсов мобильного банкинга - экономия времени, возможность круглосуточно совершать операции по карте, есть и недостатки.

Недостатки мобильного банкинга:

- Слабое развитие Интернет-банкинга в розничном банковском секторе;
- Труднопрогнозируемый срок окупаемости;
- Нехватка квалифицированных кадров;
- Недостаточная информированность населения об услуге Интернет-банкинг;
- Психологические трудности.

Если говорить о недостатках, то главный - это невозможность защитить информацию о клиенте на 100%.

Когда на телефоне нет антивируса или функции, позволяющей осуществлять работу браузера через защищенные серверы, угроза утечки личной информации очень большая. Данные также могут стать достоянием третьих лиц при утере и краже телефона. Если это произошло, стоит срочно заблокировать сим-карту и приостановить действие любых услуг.

Банкам выгодно, чтобы как можно больше клиентов ежедневно пользовались мобильным банкингом. Для этого они активно разрабатывают приложения для мобильных телефонов, работающих на базе Android, iOS, Symbian и других операционных систем.

Чтобы пользоваться всеми возможностями мобильного банкинга, помимо доступа к глобальной сети, нужно иметь мобильный телефон, который:

- должен быть рабочим;
- должен иметь определенный объем свободной оперативной памяти;
- должен иметь приложение, которое обеспечит отправку и прием смс-сообщений.

Таким образом, можно сделать вывод - сейчас главной тенденцией на банковском рынке является развитие дистанционных каналов предоставления продуктов и услуг, а также сервисов для сегментов «ритейл» и бизнеса. Сокращение числа отделений позитивно сказывается на уровне затрат кредитной организации, тем самым увеличивая прибыль. С каждым днем появляются все новые способы привлечения клиентов, в том числе и посредством выпуска банковских продуктов и услуг, отвечающих требованиям целевого сегмента. В дальнейшем нас ждет еще большее дистанцирование от привычного для нас понятия «банк».

Библиографический список

1. Экономика и управление народным хозяйством: генезис, современное состояние и перспективы развития: сб. ст. Международной научно- практической конференции, приуроченной ко Дню экономиста. Воронеж, 15 ноября 2017 года. 200 с

Романова Ю.А., Кловацкий А.Ю. Роль электронной коммерции в цифровой экономике. С. 130- 133.

2. Перспективные направления развития финансовых исследований и технологий в Российской Федерации: Сб. статей и тезисов докладов научно-практической конференции молодых ученых и преподавателей. МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ, ФГБОУ ВО «УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» . Ульяновск, 25–27 апреля 2018 года. 250 с. Ширяева Н.В., Кловацкий А.Ю. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности. . С. 97-100.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА ТРУДА

УДК 336.7

Баширова К.Р., Кловацкий А.Ю. Оптимизация дистанционной (удаленной) работы в банковской сфере

Optimization of remote (remote) work in the banking sector

Баширова Камилла Руслановна

Магистрант, направление 38.04.08 «Финансы и кредит»

Выпускающая кафедра «финансы и кредит»

Ульяновский государственный университет

Кловацкий Андрей Юрьевич

К.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Ульяновский государственный университет

Bashirova Kamilla Ruslanovna

Graduate Student, direction 38.04.08 «finance and credit»

Principal Education Units «finance and credit»

Ulyanovsk State University

Klovatskiy Andrey Yurievich

Cand. of Ec. Sc. Department «finance and credit»

Ulyanovsk State University

Аннотация. В условиях пандемии в практике деятельности банковской сферы и кредитных учреждений в частности становится внедрение новых способов организации работы сотрудников в формате дистанционного выполнения своих должностных обязанностей.

Ключевые слова: банковский сектор, дистанционная (удаленная) работа, пандемия COVID-19, цифровая трансформация, адаптация бизнеса, ИТ-инфраструктура, информационно-телекоммуникационные сети (ИТС), автоматизация бизнес-процессов, тренд.

Abstract. In the context of a pandemic, the practice of activities in the banking sector and in credit institutions, in particular, is becoming the introduction of new ways of organizing the work of employees in the format of remote performance of their official duties.

Keywords: banking sector, teleworking (remote) work, COVID-19 pandemic, digital transformation, business adaptation, IT infrastructure, information and telecommunication networks (ITS), business process automation, trend.

DOI 10.54092/9781435766662_26

Прошедший год стал очередным испытанием для российской банковской системы. События 2020 года, а именно пандемия COVID-19 стала катализатором цифровой трансформации клиентского сервиса, банковских процессов, услуг и продуктов. Адаптация бизнеса и трансформация услуг к новым условиям стала главной задачей абсолютно для всех банков, вне зависимости от уровня цифровизации.

Российские банки стали одними из лидеров с точки зрения эффективного внедрения дистанционного формата работы по сравнению с представителями других отраслей

экономики. В 2020 году около 60% банков в кратчайшие сроки перевели более 40% своих сотрудников на режим дистанционной работы.

Дистанционная (удаленная) работа (по ТК РФ) - выполнение определенных функций, оговоренных в Трудовом Договоре (ТД), которое происходит вне стационарного рабочего места, предоставляемого работодателем. Для работы и связи с работодателем работнику необходимо использовать информационно-телекоммуникационные сети (ИТС) общего пользования (ст. 312.1 ТК РФ).

При дистанционной работе рабочим местом работника является его дом. Технику, гарнитуру для выполнения тех или иных работ предоставляет работодатель, либо работник может приобрести их самостоятельно. Это оговаривается в ТД. При таких условиях в договоре прописывают компенсацию за произведенные расходы:

- на покупку техники, гарнитуры, инструментов;
- использование техники (если она принадлежит работнику, а не предоставляется организацией), интернета, телефонной связи;
- расходы на электричество и любые другие расходы, возмещение которых будет указано в ТД.

Любая профессия, как очная, так и удаленная имеет свои плюсы и минусы. Это же касается и работы на дому.

Основные преимущества удаленной работы:

- отсутствие необходимости тратить огромное количество времени на дорогу до работы и обратно;
- меньше инфекционных контактов;
- возможность работать везде, где есть интернет;
- меньше стресса.

Недостатки удаленной работы:

- вероятность возникновения проблем с начальством из-за сбоев интернет-соединения;
- необходимость строгой дисциплины и умения четко планировать свой день;
- отсутствие социализации.

Удаленная работа требует определенных условий и качеств, которые банки предъявляют к работникам:

- высокоскоростной интернет, работающий без перебоев;
- гарнитура;
- возможность работы в тишине;
- хорошая обучаемость;

- доброжелательность и вежливость;
- стрессоустойчивость;
- дисциплинированность.

Гибкость операционных моделей банков, обеспечившая оперативный переход на удаленный режим работы как в части готовности ИТ-инфраструктуры помогла российским банкам сохранить объемы и эффективность бизнеса.

Несмотря на неоптимистичные ожидания многих руководителей банков, озвученные в первые месяцы перехода на удаленный режим, анализ работы показал, что эффективность персонала на дистанционной работе существенно не изменилась.

Однако при переводе сотрудников на удаленный режим работы банки столкнулись с рядом ранее не возникавших проблем.

Ключевые сложности были связаны с возникающими рисками утечки конфиденциальной информации. Для банковского сектора, в отличие от многих других индустрий, данный риск является более значимым. Помимо хранения персональных данных и коммерческой тайны, они работают с информацией, содержащей банковскую и государственную тайну.

Еще одной сложностью, с которой столкнулась часть банков, стала неготовность ИТ-систем и инфраструктуры к масштабному внедрению дистанционной работы.

Большинство банков планируют оставить удаленный режим работы для отдельных категорий персонала. Крупные представители рынка больше других заинтересованы в развитии дистанционной работы. Так, 70% государственных банков готовы перевести более трети персонала на удаленный режим работы на постоянной основе. Полученный опыт подготовил банковскую систему к быстрому изменению технологий работы с клиентами и режима работы сотрудников, а также открыл перспективы для сокращения операционных расходов, в том числе на арендную плату, в первую очередь – для крупных представителей рынка.

Так Альфа-Банк продлил удаленный режим работы сотрудников и не планирует возвращаться к прежнему формату работы, когда 100% сотрудников работало в офисе. С марта банк перевел в дистанционный формат более 9 тысяч человек - 80% персонала без учета сети отделений. Новый формат работы показал первые результаты: скорость работы над проектами осталась на прежнем уровне, а командная эффективность и информированность, согласно внутреннему пульс-опросу, даже выросла.

Принципиальное решение принял и Сбербанк, один из крупнейших работодателей в России (276,6 тысячи сотрудников к началу июля). В этом банке, где сейчас на рабочих местах находится свыше 70% сотрудников (в отделениях - 100%), с 1 сентября планируется

введение нового формата работы, который предусматривает нахождение на удалённом режиме до 30% сотрудников независимо от эпидемиологической ситуации.

Для российских банков пандемия стала началом непростой и конкурентной проверки на способность к изменениям и адаптации бизнеса к новым реалиям. Последствия пандемии будут ощущаться рынком в течение ближайших нескольких лет как с финансовой, так и с операционной точки зрения. В целом российскими банками удалось сохранить объёмы и эффективность бизнеса благодаря дистанционной работе. В конце первого и в начале второго квартала 2020 года банки ожидали снижения чистой прибыли более чем на 20% и снижения рентабельности капитала до 10%, тогда как по факту чистая прибыль уменьшилась лишь на 6%, а рентабельность капитала оказалась на уровне 16% относительно 20% в 2019 году.

В качестве мер по повышению операционной эффективности большинство банков-респондентов планируют развивать ИТ-системы и повышать эффективность бизнес-процессов, в том числе за счет автоматизации. Данный тренд характерен как для российских, так и для международных банков. Многие крупные игроки имеют относительно старые и негибкие ключевые ИТ-системы, которые требуют доработки или обновления.

Несмотря на сохранение филиалов и отделений, банки планируют продолжить дистанционную работу своих сотрудников, развитие цифровых каналов взаимодействия с клиентами. По сравнению со многими международными игроками уровень цифровизации клиентского сервиса российских банков находится на более высоком уровне. Пандемия COVID-19 лишь ускорила активное использование цифровых каналов взаимодействия с клиентами.

Библиографический список

1. https://alfabank.ru/f/3/about/annual_report/AZ_PUBL_ALFA-BANK_2020.pdf

УДК 33

Матов М.Б. Эффективность трудовых ресурсов как элемента экономической безопасности региона на примере Архангельской области

The efficiency of labor resources as an element of the economic security of the region on the example of the Arkhangelsk region

Матов Максим Борисович,

студент высшей школы экономики, управления и права,
Северный Арктический Федеральный Университет имени М. В. Ломоносова,
г. Архангельск

Matov Maxim Borisovich,

student Higher school of Economics, management and law,
Northern Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov,
Arkhangelsk

Аннотация. В статье рассматривается вопрос обеспеченности трудовыми ресурсами Архангельской области и её экономический потенциал с учётом территориальных, климатических и иных особенностей, влияющих на формирование региона. Поднимаются проблемы доли высококвалифицированных кадров в общей численности работников, их распределение в структуре рынка труда, уровень безработицы Архангельской области. В результате анализа официальных статистических данных выявлены тенденции и пути развития трудовых ресурсов Поморья.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, трудовой потенциал, безработица, миграционные процессы, рынок труда, потребности в трудовых ресурсах, численность населения, Архангельская область.

Abstract. The article deals with the issue of the availability of labor resources in the Arkhangelsk region and its economic potential, taking into account the territorial, climatic and other features that affect the formation of the region. The problems of the share of highly qualified personnel in the total number of employees, their distribution in the structure of the labor market, the unemployment rate of the Arkhangelsk region. As a result of the analysis of official statistical data, trends and ways of development of labor resources of Pomorie were revealed.

Keywords: labor resources, labor potential, unemployment, migration processes, labor market, labor needs, population, Arkhangelsk region.

DOI 10.54092/9781435766662_30

Проблемы занятости населения и состояния рынка труда имеют весомое значение для российской экономики, стоящей перед необходимостью сохранить, приумножить и рационально использовать имеющийся трудовой потенциал. Без этого невозможно дальнейшее продвижение России по пути рыночных реформ и ее полноценная интеграция в систему международных экономических отношений, где решающей предпосылкой конкурентоспособности страны является высококвалифицированная, мобильная рабочая сила, заинтересованная в результатах производства и обеспеченная устойчивой занятостью.

В работе рассматриваются вопросы обеспеченности трудовыми ресурсами Архангельской области, перспективы развития с учётом территориальных, климатических и иных особенностей, влияющих на формирование рынка труда.

Целью статьи является разработка рекомендаций по повышению эффективности регулирования рынка труда Архангельской области на основе анализа официальных статистических данных.

Аспекты трудового потенциала Поморья и северных регионов поднимались в научных работах других авторов, но в связи с постоянным изменением ситуации на рынке труда и изменчивостью иных общественных процессов требуется ежегодный мониторинг и обновление данных, обозначение актуальных тенденций и потенциальных проблем с целью выработки стратегии обеспечения экономической безопасности региона.

Объектом исследования выступают трудовые ресурсы Архангельской области. Основным методом является сравнительный анализ, в ходе которого рассматриваемые параметры сопоставлялись в различных временных и территориальных отрезках – такой способ позволяет наилучшим образом отследить динамику изменения процессов.

Методологической основой исследования является анализ официальных статистических данных и результаты работ профильных организаций.

Архангельская область – субъект Российской Федерации, расположенный на севере Европейской части, имеет достаточно суровый климат с участками многолетней мерзлоты, имеются территории Крайнего Севера, местности, приравненные к районам Крайнего Севера, районы Арктической зоны Российской Федерации. Кроме того, большая часть территории региона входит в зоны тайги и тундры, имеются островные территории – Земля Франца-Иосифа, остров Новой Земли, Виктория, Соловецкий архипелаг и другие [1]. Многие единицы административного деления отдалены от административного центра – г. Архангельска и труднодоступны, имеются также и проблемы с цифровым покрытием региона.

Тенденции обеспеченности трудовыми ресурсами и характера их изменения в северных районах Российской Федерации является актуальной темой для рассмотрения в контексте устойчивого территориального развития и управления. Особое внимание уделяется развитию трудовой привлекательности Арктической зоны и районов Крайнего севера, а также поддержке населения в связи с негативными климатогеографическими особенностями – на значимость данной проблемы указал в своём послании Федеральному Собранию Российской Федерации Президент России В.В. Путин ещё в марте 2018 года, 26 октября 2020 года был издан Указ Президента РФ N 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035

года», в котором также подчеркивается значимость развития и сохранения трудовых ресурсов в Арктике и на Севере страны [2].

В приказе Росстата от 29.09.2017 № 647 «Об утверждении Методики расчета баланса трудовых ресурсов и оценки затрат труда» под трудовыми ресурсами понимают «население, занятое экономической деятельностью, а также способное трудиться, но не работающее по тем или иным причинам» [3]. К их составу относят трудоспособное население в трудоспособном возрасте и работающие лица, превосходящие трудоспособный возраст (т. е. граждане пенсионного возраста и подростки), работающие иностранные мигранты.

Одним из определяющих факторов развития региональной экономики считают трудовой потенциал региона, он является и статистическим показателем, отражающим численность трудовых ресурсов за конкретный период, которую можно достичь благодаря привлечению к экономической (трудовой) деятельности ещё незанятых в экономике трудовых ресурсов [4]. Структура трудовых ресурсов разнообразна и предполагает учет следующих критериев: пол, возраст, образование, род занятости, квалификация и т. д. В процессе подбора персонала на современном этапе организации труда названные критерии не могут оставаться без внимания.

Структура вакансий на рынке труда по данным компании HeadHunter отражена на диаграмме. По данным компании наиболее востребованными специалистами в 2020 году являются кадры в сфере продаж, а также рабочий персонал [7]. Отметим, что Глава региона А.В. Цыбульский в апреле 2021 года заявил о начале формирования кадровой стратегии региона, первым этапом которого будет выявление потребностей региона в специалистах [8].

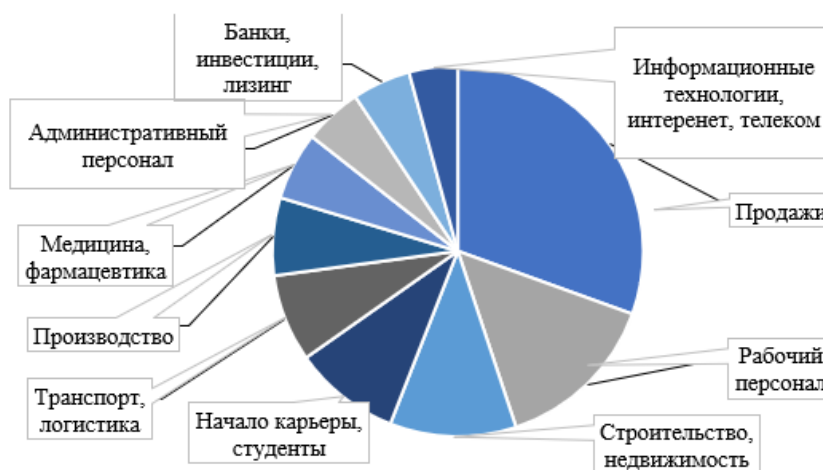


Рисунок 1. Характеристика рынка труда Архангельской области по количеству вакансий в 2020 году

Анализируя данные из таблицы 1, опубликованные министерством труда, занятости и социального развития Архангельской области за 2020 год, мы видим, что наиболее востребованы рабочие профессии и среди них имеются должности, на которые достаточного предложения на рынке труда не наблюдается – это бармен (официант), тракторист, кладовщик, почтальон, слесарь-ремонтник. На взгляд авторов такая тенденция объясняется эпидемиологической обстановкой, появлением частных компаний по предоставлению бытовых услуг и цифровизацией (техникозамещением) многих рабочих функций. Такие профессии, как кондуктор, маляр (штукатур), проводник пассажирского вагона, монтажник, контролер контрольно-пропускного пункта и монтер пути были актуальны для восполнения кадрами у работодателей, но не имели должной популярности. Это объясняется и контактным характером работы в условиях пандемии и нехваткой подготовленных кадров. Среди специалистов и служащих наблюдается неравномерное распределение запросов и предложения в следующих профессиях: менеджер, администратор, кассир, агент, при этом наиболее востребованными на рынке труда профессиями, не имеющими достаточного кадрового запаса, стали: врач/фельдшер, медицинская сестра, военнослужащий, полицейский. Мода на востребованные профессии, очевидно, диктуется современными реалиями – в частности, пандемией. Тенденции по предложению вакансий на рынке труда Архангельской области, выделяемые на основе данных органа исполнительной власти субъекта РФ и коммерческой компанией по подбору персонала схожи [5].

Таблица 1

Спрос и предложение на рынке труда Архангельской области

Вид профессии	Профессионально-квалификационная структура обратившихся граждан	Перечень профессий, пользовавшихся спросом на рынке труда
Рабочие	Обратилось в январе-декабре 2020 г., 59,3 тыс. человек	Заявлено в январе-декабре 2020 г. 54,7 тыс. вакансий
	Продавец	Водитель автомобиля
	Водитель автомобиля	Продавец
	Пекарь, повар, кондитер	Пекарь, повар, кондитер
	Машинист (кочегар) котельной	Электрогазосварщик
	Бармен (официант)	Электрик, электромонтер
	Электрик, электромонтер	Кондуктор
	Электрогазосварщик	Маляр (штукатур)
	Плотник	Проводник пассажирского вагона
	Тракторист	Плотник
	Кладовщик	Монтажник
	Почтальон	Контролер контрольно-пропускного пункта
	Слесарь-ремонтник	Монтер пути
	Неквалифицированные работники	Неквалифицированные работники
Специалисты и служащие	Менеджер	Врач, фельдшер
	Специалист	Учитель, преподаватель
	Бухгалтер	Медицинская сестра
	Администратор	Инженер

Вид профессии	Профессионально-квалификационная структура обратившихся граждан	Перечень профессий, пользовавшихся спросом на рынке труда
	Инженер	Военнослужащий
	Кассир	Мастер
	Охранник	Инспектор
	Мастер	Воспитатель
	Учитель, преподаватель	Специалист
	Секретарь(делопроизводитель)	Бухгалтер
	Инспектор	Полицейский
	Воспитатель	Охранник
	Агент	Секретарь (делопроизводитель)

Наиболее популярные специальности СПО у абитуриентов Архангельской области в 2020 году, согласно информационно-аналитическим материалам по результатам проведения мониторинга качества подготовки кадров 2020 года, рисунок 2 [13].

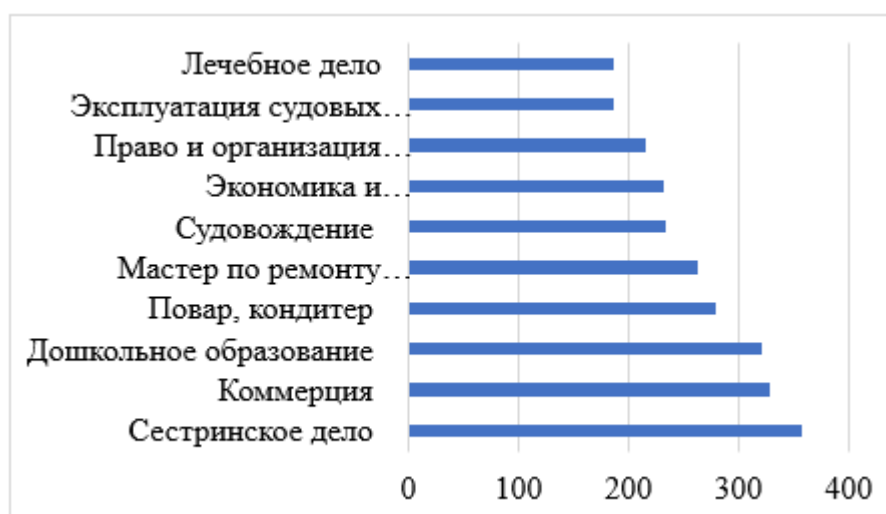


Рисунок 2. ТОП наиболее популярных специальностей у абитуриентов Архангельской области по программам СПО

Востребованные работодателями профессии, рассмотренные ранее, популярны среди выпускников школ, отдающих свое предпочтение специальностям СПО, мы видим, что абитуриенты и учебные учреждения ориентированы на потребности рынка региона.

Динамика изменения уровня участия в рабочей силе и анализ показателей занятости за последние десятилетия демонстрируют, что в Архангельской области имеется тенденции снижения участия экономически активного населения в деятельности региона, а увеличение коэффициента напряженности демонстрирует, что численность незанятый граждан в расчете на одну вакансию возросло, т. е. спрос выше, чем предложение. Характеристика основных показателей экономической активности населения Архангельской области в динамике с 2000 по 2020 годы приведены в таблице 2 [5].

Таблица 2

Основные показатели экономической активности населения Архангельской области

Показатель	Годы		
	2018	2019	2020
Уровень участия в рабочей силе, %	65,5	64,0	62,9
Уровень занятости, процентов	61,3	60,0	58,2
Коэффициент напряженности, человек	1,0	0,9	2,0

На рисунке 3 отражена динамика основных показателей регистрируемого рынка труда Архангельской области в разрезе 3 лет.

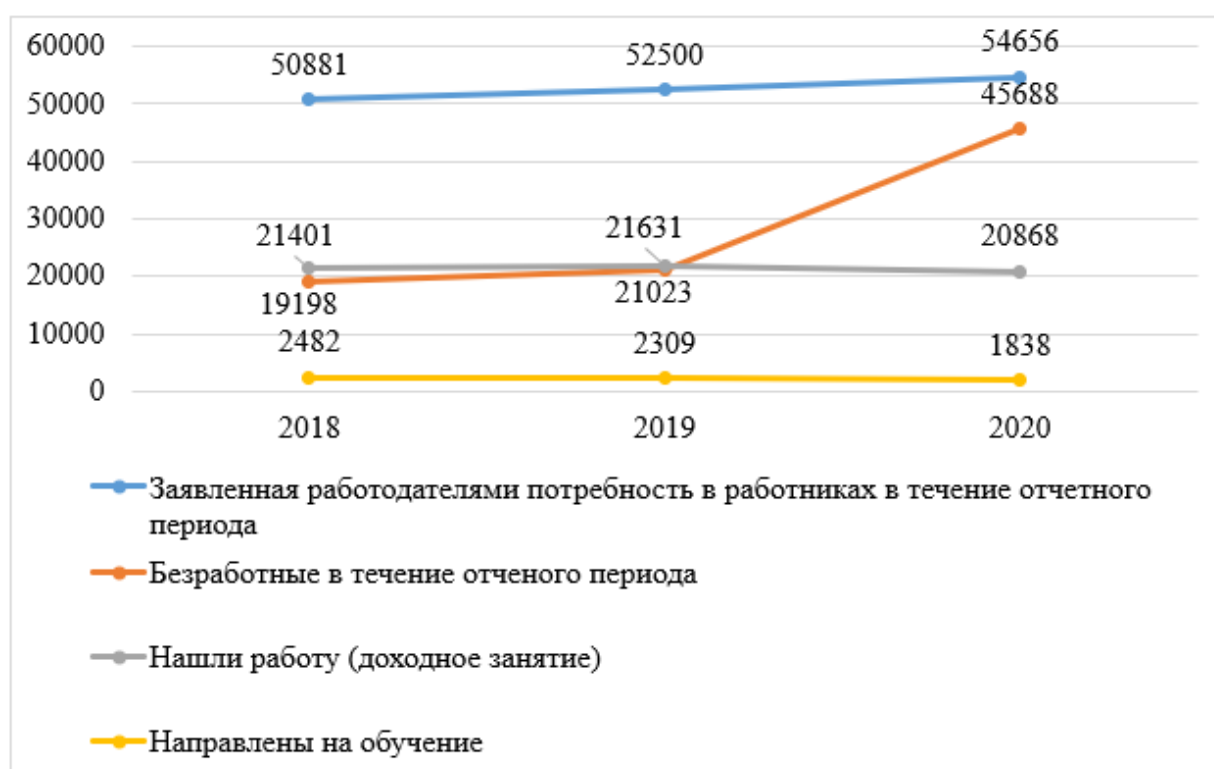


Рисунок 3. Динамика основных показателей регистрируемого рынка труда Архангельской области

Анализируя данный график, отметим, что потребность в работниках, заявленная работодателями в течение рассматриваемого периода увеличивается, но при этом наблюдается и рост безработных (в 2020 относительно 2019 в 2,2 раза, что объясняется приостановлением деятельности ряда организаций, в связи с ограничительными мерами эпидемиологического характера), т. е. предложение на рынке труда превысило спрос, на что нам указывал коэффициент напряженности из таблицы 3. Интересен также тот факт, что при резком увеличении предложения количество людей направленных на обучение снизилось –

это указывает на неэффективность работы службы занятости в нашем регионе. По результатам выборочного опроса было выявлено, что срок определения безработного на обучения составляют от 1 месяца до полугода, при этом в период пандемии служба занятости не была заинтересована в переподготовке кадров. Для снижения дисбаланса потребности в кадрах необходимо ориентироваться на прогнозы кадровых потребностей, а также предоставить возможность переподготовки граждан по востребованным специальностям, в т. ч. по программам СПО.

Ещё одной проблемой, актуальной для молодежи является не соответствие выбранного направления подготовки способностям и ожиданиям ученика. По данным выборочного исследования Росстата треть студентов (31%) не работают по профессии в связи с чем кадровая стратегия региона должна сопровождаться и системой профориентации среди школьников с использованием лучших российских практик.

Если сравнить ситуацию с безработицей в среднем по Российской Федерации, Архангельская область имеет значения выше, чем по стране (в 2020 году разница составила 3 %) и занимает 62 место в рейтинге РИА РЕЙТИНГ среди всех регионов Российской Федерации. Динамика изменения уровня среднегодовой безработицы в Российской Федерации в сравнении с Арктическими регионами, входящими в СЗФО отражена на рисунке 4 [5,6]. Исходя из представленной диаграммы можно сделать вывод, что уровень безработицы в представленных регионах выше, чем среднероссийский показатель, подтверждая, что ряд особенностей Арктических регионов усложняет управление трудовыми ресурсами.

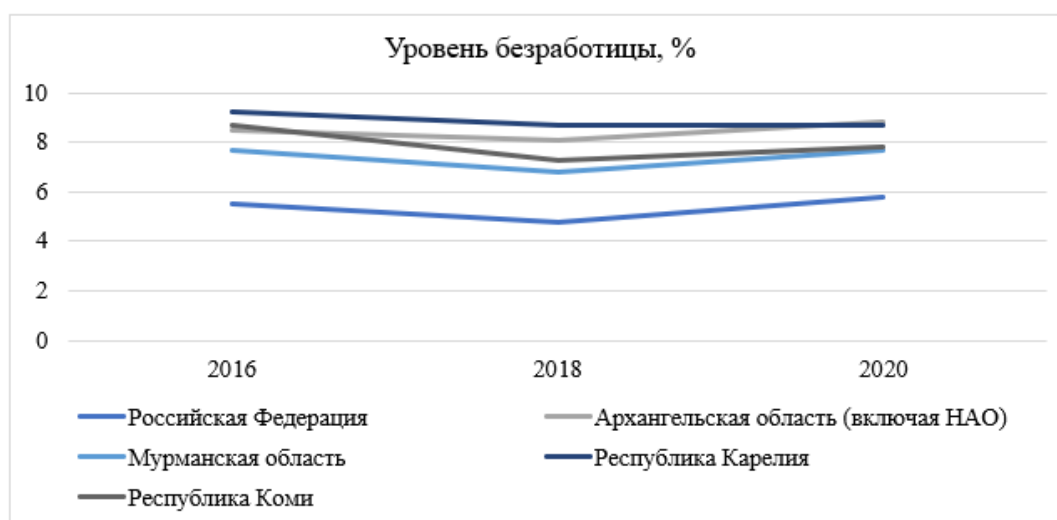


Рисунок 4. Динамика изменения уровня среднегодовой безработицы в Российской Федерации в сравнении с Арктическими регионами

Необходимо понимать, что ухудшение ситуации на рынке труда Архангельской области может усугубляться и миграционными процессами. Северные регионы не так перспективны для проживания из-за сурового климата, условий труда и ограниченных возможностей личностного роста, в связи с чем население стремится переезжать в районы, где в настоящее время можно найти более комфортные условия жизни и высокооплачиваемую работу. По прогнозу Управления Федеральной службы государственной статистики по Архангельской области и Ненецкому автономному округу, к 2035 году население региона сократится до 894826 человек (по среднему варианту прогноза). В связи с чем актуален вопрос предоставления населению условий трудоустройства, соответствующих суровым особенностям нашего региона – введение мер дополнительной поддержки для компенсации вредных условий труда: повышенная заработная плата, соблюдение надбавок и увеличенного отпуска, а также иные преференции (подтверждением необходимости сдерживающих мер для трудового ресурса в северных регионах является и такая общероссийская тенденция, как отток трудовых ресурсов (особенно высококвалифицированных) в субъекты РФ с более благоприятными климатическими условиями и зарубежные страны) – Федеральным Собранием РФ обсуждается вопрос снижения пенсионного возраста для населения северных и арктических регионов страны, повышение северного коэффициента и другие меры поддержки.

Определяющей основой для развития трудового потенциала должна быть инициатива региональных властей, которая должна отражаться в выработанной стратегии по управлению трудовым потенциалом – данная мера должна быть закреплена законодательно. По вопросу решения проблем трудовых ресурсов, обеспечивающих устойчивое развитие Архангельской области, реализуются государственные программы, направленные на снижение миграции и повышение занятости населения. Одной из таковых является «Содействие занятости населения Архангельской области, улучшение условий и охраны труда (2014–2024 годы)». Цель – обеспечение условий развития эффективного рынка труда и государственных гарантий по содействию реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость – однако плана реализации программы на 2019 год опубликовано не было, так же, как и отчета по реализации программы с 2014 года. Обновление и актуализация ситуации на рынке труда Архангельской области, взаимодействие с муниципальными образованияами по вопросам локальных проблем трудовых потребностей, взаимодействие с образовательными учреждениями и поддержка востребованных профессий – актуальные задачи, стоящие перед регионом. [9,10].

Интересен также тот факт, что численность детей и подростков неуклонно падает, что вскоре неизбежно усугубит проблему формирования трудовых ресурсов и увеличит демографическую нагрузку на трудоспособное население. Трудовые ресурсы являются

одним из важнейших факторов в вопросе развития региона и территориального планирования, который обеспечивает конкурентоспособность региона. На сегодняшний день Поморский край уступает большинству российских регионов по ряду показателей, а с учетом климатических и экологических особенностей требует особого внимания по вопросам стимулирования экономического и трудового потенциала. Помимо прочего, как показало исследование статистических данных, чаще всего регион покидает молодежь и очевидно, что связано это с переездом в другие регионы для получения среднего и высшего профессионального образования – разнообразие выбора профессий, ценовых категорий и престижность вузов определяют выбор, также с целью самореализации – молодежи свойственна тенденция творческого выражения себя: блоггерство, фотография, музыка, модельный бизнес и другие направления деятельности и искусства открыты для жителей больших городов.

Причины и определяют вектор для развития – региону нужно поддерживать молодежь и современные тенденции, укреплять статус Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова, создавать молодежные площадки, как Дом молодежи и открытые пространства (создаются в муниципальных образованиях региона при поддержке Правительства Архангельской области). Стоит продолжать работу в данном направлении, организовывать молодежные форумы и мероприятия, привлекать к ним известных лидеров общественных мнений, блоггеров, экспертов – тех, за кем следит молодежь и на кого ровняется.

Библиографический список

1 «География города Архангельска». [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://www.arhcity.ru/?page=35/7> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

2 Указ президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645 «О стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». Официальный сайт Информационно-правового портала ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1418757/> (дата обращения : 13.11.2020). - Загл. с экрана.

3 Приказ Росстата от 29.09.2017 N 647 «Об утверждении Методики расчета баланса трудовых ресурсов и оценки затрат труда» Электронная справочная система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_279671/ (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

4 Амирова Э. А. Трудовой потенциал региона как социально-экономическая категория // Вопросы структуризации экономики. 2012. №3 - Режим доступа : :

<https://cyberleninka.ru/article/n/trudovoy-potentsial> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

5 Управление Федеральной службы государственной статистики по Архангельской области и Ненецкому автономному округу [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://arhangelskstat.gks.ru/> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

6 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

7 Россия — статистика рынка труда - HH.ru [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://stats.hh.ru/> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

8 «В Архангельской области начали разрабатывать кадровую стратегию региона». [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://tass.ru/v-strane/11060875> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

8 «Содействие занятости населения Архангельской области, улучшение условий и охраны труда». Официальный сайт Правительства Архангельской области [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://dvinaland.ru/budget/programs/07> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

9 Госдума обсудит снижение пенсионного возраста для северян после мониторинга в регионах РФ. ТАСС, информационное агентство [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://tass.ru/v-strane/7278457> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

10 Размеры и особенности начисления северных надбавок в 2020 году. БухСофт – бухгалтерская программа [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://www.buhsoft.ru/article/2424-razmery-i-osobennosti-nachisleniya-severnyh-nadbavok-v-2020-godu> (дата обращения : 13.04.2021). - Загл. с экрана.

СЕКЦИЯ 6. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 339.138:679.8/9

**Краснухина Е.А. Этапы создания ювелирной компании и ее вывода на
современный российский рынок**

**Stages of creation of a jewelry company and its introduction to the modern Russian
market**

Краснухина Евгения Алексеевна,
студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Научный руководитель

Попов Ю.А., старший преподаватель кафедры экономической теории,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Krasnukhina Evgeniya Alekseevna
student of the Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design
Scientific adviser: Popov Y.A., senior lecturer
of the Department of Economic Theory,
Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Аннотация. В данной статье описываются основные этапы создания собственного ювелирного производства. Рассматриваются законодательные особенности работы с драгоценными материалами. Анализируются возможности и направления реализации их на рынке.

Ключевые слова: организация производства, бизнес, ювелирное дело, закон, рынок.

Abstract. This article describes the main stages of creating your own jewelry production. The legislative features of working with precious materials are considered. The possibilities and directions of their implementation in the market are analyzed.

Keywords: organization of production, business, jewelry, law, market.

DOI 10.54092/9781435766662_40

В современный век развитых технологий большую роль играют социальные сети, через которые на рынок выходят новые компании, привлекающие покупателей не только драгоценными материалами, но и интересным дизайном. Помимо того, что ювелирные украшения красивы они еще и не имеют срока годности, независимы от сезона и способны долго оставаться в моде в отличие от, например, одежды. Кроме того, в силу небольшого размера ювелирная продукция не требует большего места для хранения. Также перед

желающими заниматься ювелирным делом открывается достаточно точек роста: они имеют возможность как самим делать украшения, так и просто заниматься разработкой их дизайна и отдавать на реализацию в профессиональные производства, а также закупать готовые коллекции, развивать франшизу или оптовые поставки и продавать свои вещи на городских маркетах. [1]

Наряду с этим, важно отметить, что в настоящее время наблюдается снижение темпов роста ювелирного рынка. Однако, несмотря на это ювелирная продукция продолжает пользоваться спросом. Это обусловлено тем, что изделия из драгоценных материалов всегда считались хорошим подарком или показателем статуса.

Основные тенденции развития российского рынка:

- наблюдается рост спроса на серебряные украшения;
- предложения в категории легковесных золотых изделиях увеличиваются;
- наблюдается относительно стабильный спрос на нишевые предложения. Изделия оригинального дизайна, направленные на конкретную целевую аудиторию, всегда находят своего покупателя, так как ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос;
- в связи с изменением валютного курса работы зарубежных ювелиров подорожали, что дает перспективы российским производителям;
- большинство торговых предприятий за основу маркетинговой политики приняли концентрацию усилий на специальных ценовых предложениях и на оптимизации ассортимента;
- сокращение числа компаний-посредников между производителем и розничным оператором. Розничные компании активно развивают собственные бренды и постепенно вытесняют с массового рынка торговые марки, не имеющие сетей сбыта;
- увеличение числа онлайн покупок. [6]

На сегодняшний день перспективной нишей на российском ювелирном рынке является производство авторских малосерийных украшений из серебра в среднем ценовом сегменте.

Сама деятельность в области ювелирного производства обычно ассоциируется с названиями крупных корпораций, но на самом деле существует немало предприятий, запускающих собственные небольшие производства украшений. Многие подобные примеры становятся вполне успешными на рынке. Небольшие ювелирные мастерские отличаются от крупных предприятий уникальностью и индивидуальностью ассортимента товара, а также возможностью выполнения индивидуальных заказов для клиентов.

Однако для того чтобы легально заниматься ювелирной деятельностью необходимо пройти некоторые этапы в ходе создания новой фирмы. Так перед началом запуска своего бизнеса необходимо зарегистрировать компанию или получить статус индивидуального предпринимателя, а также получить разрешения, необходимые для работы с ювелирными украшениями. В данном случае возникает сложность в выборе между ИП или ООО. При регистрации также необходимо указать коды ОКВЭД – видов деятельности, по которым производитель собирается работать. Самыми распространенными, используемыми ювелирами, являются:

- 32.12.1 - Производство изделий технического назначения из драгоценных металлов;
- 32.12.2 - Производство изделий технического назначения из драгоценных камней;
- 46.48.2 - Торговля оптовая ювелирными изделиями;
- 47.77.2 - Торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах;
- 95.25.2 - Ремонт ювелирных изделий.

Список всех кодов ОКВЭД по ювелирной тематике намного больше, поэтому важно внимательно ознакомиться и выбрать все необходимые пункты. [2]

Ювелирная деятельность четко регулируется законодательством, поэтому после регистрации, необходимо в течение 30 дней встать на учет в пробирной палате. Ювелирная лицензия, выдаваемая Российской государственной пробирной палатой, дает право на продажу и покупку ювелирных изделий, их производство, работу с драгоценными камнями и их огранку, изготовление монет и наград, а также осуществление ломбардной деятельности. Законодательством определены лицензионные требования к соискателям, установлен список документов, представляемых в лицензирующий орган вместе с заявлением на выдачу/переоформление лицензии.

Существует много фирм-посредников, которые помогают встать на учет в пробирные инспекции и оформить ИП или ООО, но обращение к таким компаниям не обязательно, так как со всем этим возможно справиться самостоятельно. При правильно заполненных документах и наличии всех предусмотренных бумаг, лицензию можно получить в течение двух недель. По российскому законодательству работа с отсутствием лицензии – есть уголовно наказуемое преступление, при котором происходит изъятие всех драгоценных металлов, камней и изделий из них, а в некоторых случаях такая деятельность может закончиться тюремным заключением. Лицензия действует пять лет и по истечению этого срока её необходимо переоформить. [3]

Наряду с этим, в Российской Федерации ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов отечественного и иностранного производства подлежат опробованию и

клеймению государственным пробирным клеймом. Поэтому ювелиру для работы также требуется именник. Именник – это специальное устройство, которое позволяет мастеру наносить на изделие клеймо, содержащее дату его изготовления, персональный код мастера, который был выдан вместе с лицензией на ювелирную деятельность, а также код пробирной палаты. Именник действителен один год и требует в дальнейшем прохождения процедуры перерегистрации. Только именник дает право отдать изделие в пробирную палату, где поставят клеймо с пробой драгоценного металла, используемого при его изготовлении. [4]

Есть случаи, когда ювелирные изделия из драгоценных металлов возможно продавать без оттиска государственного пробирного клейма, это:

- если изделия из серебра, и они отечественного производства, то клеймение осуществляется на добровольной основе;
- изделие часовой промышленности, ввезенное в Российскую Федерацию, которое имеет оттиски официального клейма Швейцарской Конфедерации. [5]

Ко всему вышесказанному стоит добавить, что ювелирная компания также обязана отчитываться перед Росфинмониторингом. Когда клиент хочет купить украшение за наличные дороже 40 тысяч рублей или картой дороже 100 тысяч, ювелиры записывают его паспортные данные и позже передают их в отчете Росфинмониторингу.

Таким образом, пройдя все этапы регистраций и постановки на учет, можно говорить об официальной работе ювелирного производства.

Необходимо отметить, что ювелирные украшения имеют широкую аудиторию: их покупают и носят женщины и мужчины разного возраста и достатка. Традиционно продукцию ювелирных предприятий относят к товарам предварительного выбора. При этом они имеют достаточно устойчивый спрос. Ювелирные украшения часто могут покупаться в качестве подарка. Также следует учитывать, что в ювелирном бизнесе присутствует сезонность. Пик заказов обычно приходится на праздники (8 марта, Новый год и т.п.). [1]

Важными составляющими для успешной реализации ювелирной продукции являются оригинальный дизайн и качество изделий. Успех в ювелирном направлении также зависит от правильно подобранного ассортиментного перечня, выстроенной политики ценообразования и грамотной выкладки товара.

Библиографический список

1. Как запустить свою марку украшений [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.the-village.ru/business/doit/243269-gioielli> (дата обращения 19.05.2021).
2. Правовые нормы в ювелирном производстве [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.aurumstudio.pro/blank> (дата обращения 20.05.2021).

3. Деятельность федеральной пробирной палаты [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.probpalata.ru/activity> (дата обращения 20.05.2021).

4. Регистрация ИП для ювелира [Электронный ресурс]. – URL: <https://jurist-info.ru/registraciia-ip-dlia-iuvelira> (дата обращения 13.03.2021).

5. Как изменится рынок ювелирных украшений в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.probpalata.ru/testingJewelry> (дата обращения 13.03.2021).

6. Ювелирный рынок России: специфика, перспективные ниши, тенденции развития [Электронный ресурс]. – URL: https://new-retail.ru/business/yuvelirnyy_rynok_rossii_spetsifika_perspektivnye_nishi_tendentsii_razvitiya1848/ (дата обращения 13.03.2021).

УДК 658.155

**Неваева А.В. Актуальные направления максимизации прибыли
промышленного предприятия**

Current directions of maximizing the profit of an industrial enterprise

Неваева Анастасия Владиславовна,

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель

Попов Ю.А., старший преподаватель кафедры экономической теории,

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»

Nevaeva Anastasia Vladislavovna

student of the Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Scientific adviser: Popov Y.A., senior lecturer
of the Department of Economic Theory,

Saint Petersburg State University

of Industrial Technologies and Design

Аннотация. Каждое коммерческое предприятие всегда стремится увеличить собственную прибыль и сделать ее максимально высокой. Прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных инструментов управления экономикой. В связи с ужесточением конкуренции на рынке, изменениями, происходящими в экономике, повышением значимости прибыли для рыночных субъектов как основного источника их простого и расширенного воспроизводства, максимизация прибыли является важным и актуальным вопросом на сегодняшний день. Ведь для достижения успеха на рынке и обеспечения конкурентоспособности предприятию требуется не только тщательное изучение, анализ и оценка прибыли, но и ее планирование и увеличение в будущем периоде.

Ключевые слова: фирма, прибыль, продукция, продажи, рентабельность, средства производства.

Abstract. Every commercial enterprise always strives to increase its own profit and make it as high as possible. Profit occupies one of the important places in the general system of cost instruments of economic management. Due to the tightening of competition in the market, changes taking place in the economy, the increasing importance of profit for market entities as the main source of their simple and expanded reproduction, profit maximization is an important and relevant issue today. After all, in order to achieve success in the market and ensure competitiveness, an enterprise requires not only a thorough study, analysis and evaluation of profit, but also its planning and increase in the future period.

Keywords: firm, profit, products, sales, profitability, means of production.

DOI 10.54092/9781435766662_45

Любая фирма, функционирующая на рынке, отличается многообразием целей и устремлений. Однако получение прибыли — одна из основных целей, определяющих условия ее функционирования. В рыночной среде любая фирма вынуждена особо ориентировать

свои усилия на получение прибыли, в противном случае она будет вытеснена с рынка исходя из условий конкуренции как неэффективный хозяйствующий субъект.

Финансово-устойчивое предприятие имеет ряд преимуществ, например, в привлечении инвестиций, получении кредитов, выборе поставщиков и потребителей, оно более независимо от неожиданных изменений рыночной конъюнктуры.

Внешняя устойчивость по отношению к предприятию определяется стабильностью экономической среды, в условиях которой осуществляется его деятельность. Достигается она соответствующей системой управления рыночной экономикой в масштабах всего государства. Внешние факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия, могут охватывать финансово-кредитную политику, проводимую Правительством РФ и принимаемые им решения, нормативно-законодательные акты, принятые Государственной Думой.

К внутренним факторам, влияющим на финансовую устойчивость предприятия, следует отнести: отраслевую принадлежность; состав и структуру выпускаемой продукции и оказываемых услуг; динамику и структуру издержек обращения (производства) в увязке с доходами; состав и состояние имущества; финансовые ресурсы (здесь особое внимание уделить размеру оплаченного уставного капитала и величине прибыли). Присутствие у предприятия определенного количества собственных финансовых средств, в особенности, прибыли, позволяет уверенно чувствовать себя среди конкурентов. При этом очень важно, чтобы большая часть прибыли направлялась на расширение производственной деятельности. В следствие этого, при анализе финансовой устойчивости предприятия, управление прибылью выходит на первый план.

Вопрос связи "объем продукции – расходы – прибыль" рассматривается и в аналитических разработках по нахождению безубыточности. При этом компании, ориентируясь на минимальный уровень затрат рассматривают данный вопрос как средство максимизации прибыли. Подобная цель представляется самой важной для каждой компании. Хотя при этом в некоторых случаях могут ставиться другие цели, такие как достижение общественного признания и т.п.

Рассматривая резервы максимизации прибыли следует обратить внимание на то, что данный показатель зависит как от доходов предприятия, так и от его расходов. Следовательно, увеличения прибыли можно достичь двумя способами: уменьшив затраты на производство или увеличив доходы от реализации. Поэтому, перед каждой фирмой встает вопрос как правильно сформировать свою ценовую стратегию и выбрать оптимальный объем производства. Максимизация прибыли является решающим условием успешной конкуренции предприятия, его жизнеспособности и закрепления на рынке.

Предельным условием максимизации прибыли является такой объем выпуска продукции, при котором цена равняется предельным издержкам. Определив предел максимизации прибыли фирмы, необходимо установить выпуск продукции, максимизирующий прибыль.

Для увеличения прибыли должны предусматриваться плановые мероприятия. Они могут быть следующего характера:

- увеличение выпуска продукции,
- усовершенствование ее качества,
- продажа, а также сдача излишнего оборудования и другого имущества в аренду,
- сокращение себестоимости продукции посредством более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и времени,
- диверсификация производства,
- расширение рынка продаж и др.

В условиях свободной конкуренции цена продукции, производимой предприятием, автоматически уравнивается фирмами. На нее влияют законы рыночных цен. В то же время каждый предприниматель обязан поддерживать производство продукции, ее продвижение на свободных рынках и т.д., неустанно решая проблему снижения себестоимости производства. С традиционной точки зрения, основным способом снижения затрат является экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: рабочей силы и материалов. Поэтому задача состоит в снижении трудоемкости выпускаемой продукции, повышении производительности труда, сокращении численности административного и обслуживающего персонала.

Снижение трудоемкости выпускаемой продукции, повышение производительности труда может быть достигнуто несколькими способами. Основными из них являются механизация и автоматизация производства, разработка и применение передовых технологий, замена и модернизация устаревшего оборудования.

В то же время некоторые меры по совершенствованию используемого оборудования и технологий могут не дать желаемого эффекта без улучшения организации производства и труда. Часто компании (фирмы) покупают или арендуют дорогостоящее оборудование, не готовясь к его использованию. В результате нагрузка на такие устройства очень мала. Потраченные средства не приносят ожидаемого результата. Для повышения производительности труда важна правильная его организация: подготовка рабочих мест, полная загрузка, применение лучших практик и приемов труда. Здесь на первый план выходит использование ресурсосберегающих технологических процессов.

Наряду с этим важно повысить спрос и широкое использование входного контроля качества, предоставляемого поставщиками сырья и материалов, комплектующих и полуфабрикатов. Снижение затрат на амортизацию основных средств может быть достигнуто за счет более эффективного использования этих средств, максимального использования. Например, иностранные предприятия также учитывают факторы снижения себестоимости продукции, такие как определение и согласование оптимального количества материала, оптимального размера партии, запущенной в производство, и принятие решения о производстве или покупке отдельных компонентов у других производителей. Известно, что чем больше партия сырья, тем больше среднегодовой запас и сумма затрат, связанных с хранением этого сырья, материалов (арендная плата за склад, потери при длительном хранении, потери, связанные с инфляцией и т.д.). В то же время закупка сырья и материалов уменьшается большими партиями: стоимость заказа от приобретенного продукта, приемка этих продуктов, контроль за прохождением счетов-фактур и т.д. Таким образом, возникает проблема определения оптимальной стоимости закупаемого сырья и материалов. При производстве изделий со значительным количеством небольших серий затраты на хранение готовой продукции будут минимальными. В то же время увеличатся затраты на подготовку производства. В сочетании с традиционными методами снижения себестоимости продукции вновь возникшие факторы помогут вывести производственные затраты на оптимальный уровень.

Ключевым вектором максимизации прибыли является повышение рентабельности. Компания, получающая прибыль, считается рентабельной. При этом существует показатель не только рентабельности предприятия, но и рентабельности продукции, которая проверяется в 3 вариантах: рентабельность продаваемой продукции, товарной продукции и отдельных продуктов. Рентабельность реализованной продукции — это отношение прибыли от продажи товара к его общей стоимости. Рентабельность продукта — это отношение прибыли на единицу продукта к стоимости этого продукта. Прибыль для продукта равна разнице между оптовой ценой и стоимостью.

Показатели рентабельности имеют общую экономическую характеристику, они отражают конечную эффективность предприятия и выпускаемой им продукции. Основным показателем рентабельности является отношение общей прибыли к производственным фондам.

Существует множество факторов, определяющих размер прибыли и уровень рентабельности. Эти факторы можно разделить на внутренние и внешние. Внешние факторы — это факторы, такие как изменения цен на материалы, продукцию, транспортные тарифы, амортизационные отчисления и т.д. Такая деятельность

осуществляется в широком масштабе и сильно влияет на обобщенные показатели хозяйственно-промышленной деятельности предприятий. Исходя из этого, необходимо применять экономический анализ, задача которого в данном случае – определить влияние внешних факторов и размер прибыли, получаемой в результате действия основных внутренних факторов, отражающих деятельность работников и эффективность использования средств производства.

Подводя итог, необходимо отметить, что проблема максимизации прибыли многих отечественных компаний, банков, предприятий, особенно промышленных, из разных отраслей хозяйства и сфер деятельности является как нельзя более актуальной. Только рост прибыли способен обеспечить финансовую основу для самофинансирования рыночной деятельности компании. Благодаря прибыли выполняются обязательства компании перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями, а сама прибыль является основной целью предпринимательской деятельности. При этом в рыночной экономике благодаря развитой конкуренции достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Библиографический список

1. Сверлова, А.А. Основы управления прибылью предприятия / А.А. Сверлова // Инновационная наука. 2019. № 6-1. С. 217-219
2. Червонящая, С.В. Методы управления прибылью предприятия / С.В. Червонящая // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2018. № 10. С. 233-238.
3. Дементьев, М.Ю., Шульга, Н.Н. Резервы повышения прибыли и рентабельности на предприятии / М.Ю. Дементьев, Н.Н. Шульгина // В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей победителей III международной научно-практической конференции. 2017. С. 74-77.
4. Биглова, А.А. Факторы, влияющие на финансовый результат 2017. Т. 4. № 58. С. 290-294.
5. Полюшко, Ю.Н. Рентабельность предприятия: понятие, сущность, виды, показатели / Ю.Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016.
6. Рентабельность продукции: формула и примеры расчета [Электронный источник] <https://businessmonster.ru/buhuchet/raschetyi/rentabelnost-produktsii-formula.html> (дата обращения 08.06.2021).
7. Рентабельность производства [Электронный источник] <https://www.business.ru/article/1714-proizvodstvo-rentabelnost> (дата обращения 08.06.2021).

УДК 33

Правдюк Е.А. Актуальность строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургут

The relevance of the construction of a shopping and entertainment center in the city of Surgut

Правдюк Екатерина Александровна,

Тюменский индустриальный университет

Руководитель - **Юзе Елена Николаевна**

Pravdyuk Ekaterina Alexandrovna,

Tyumen Industrial University

Head - Elena N. Yuze

***Аннотация.** В статье автор рассматривает вопрос актуальности строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургут.*

***Ключевые слова:** строительство, торгово-развлекательный центр.*

***Abstract.** In the article, the author examines the issue of the relevance of the construction of a shopping and entertainment center in the city of Surgut.*

***Keywords:** construction, shopping and entertainment center.*

DOI 10.54092/9781435766662_50

Сегодня невозможно представить себе людей, в жизнедеятельность которых не входило бы посещение салонов красоты, магазинов, ресторанов, поэтому вполне себе актуальной является тема строительства торгово-развлекательных центров. Так как благодаря именно торгово-развлекательным центрам у населения городов удовлетворяется потребность в осуществлении и участии социально-экономических проектов, проведении своего свободного времени после рабочих будней, пропадает надобность отправляться в какие-либо другие места, так как появляется возможность комфортабельного места препровождения не только одному и со всей своей семьей. Нашей задачей же является обоснование актуальности строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургут. Эта актуальность доказывается достаточно большим спектром характеристик, которые будут рассмотрены в данной статье, показывающей необходимость в осуществлении данного строительства.

В современном состоянии городское пространство Сургута характеризуется дефицитом социальной инфраструктуры, в первую очередь для детей, молодежи и пожилых людей. Изначально город предназначался для сменного населения, работающего в нефтедобыче. Поэтому при застройке элементы бытовой и культурно-развлекательной инфраструктуры практически не закладывались.

Особенно это видно, если проанализировать имеющееся количество торгово-развлекательных центров в городе Сургуте на сегодняшний день. Данный анализ, представленный на Рисунке 1, отчетливо показывает, что на территории города имеется

катастрофически малое количество торгово-развлекательных центров. Анализ строится на официальных представленных данных сайта Росстата за последние десять. Такой промежуток времени отчетливо выбран не просто так, он характеризуется тем, что сфера строительства торгово-развлекательных центров очень активно развивается в связи с острой необходимостью их для местных жителей города Сургута и их растущими потребностями для комфортного проживания и времяпрепровождения. Тем более за последние пять лет нового строительства торгово-развлекательных центров в городе Сургуте просто не осуществлялось.

Таким образом, город Сургут не может в полной мере удовлетворить растущий спрос на развитие сферы услуг из-за дефицита площадок для освоения и общественных пространств внутри города. Сфера досуга и развлечения в Сургуте, к сожалению, фактически не сформирована, ее наполнение на данном этапе остается фрагментарным и одно форматным.

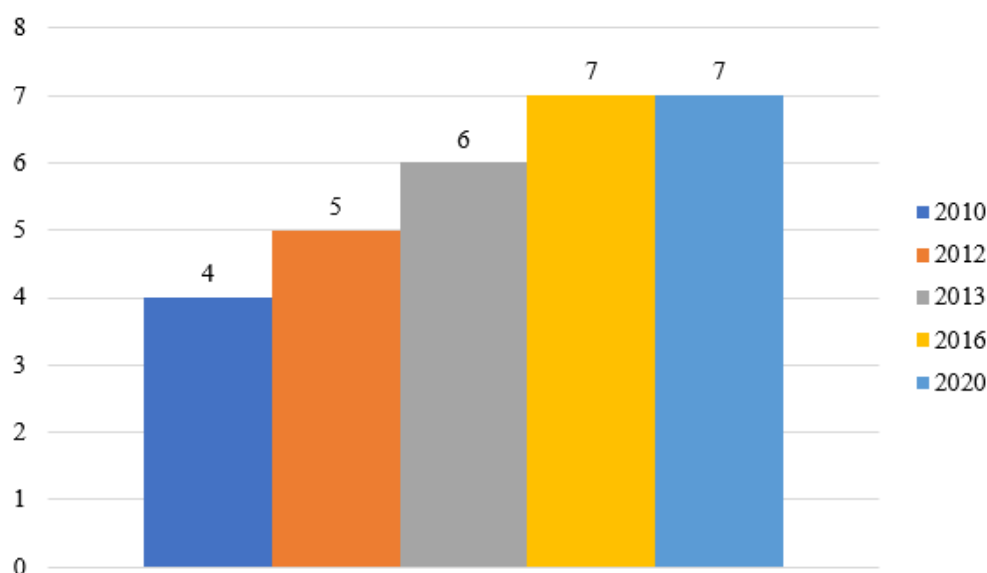


Рисунок 1. Торгово-развлекательные центры в городе Сургуте

Для текущего количества населения, которое на сегодняшний день проживает в городе Сургуте, просто немыслимо, что имеется всего семь зданий торгово-развлекательных зданий на весь город. Из которых можно выделить всего пять качественных торговых центров, поэтому имеется четкая обоснованность в постройке нового торгово-развлекательного центра. Данные торговые центры и их характеристики перечислены в нижепредставленной таблице 1.

Таблица 1

Крупнейшие торговые центры в городе Сургуте

Название	Адрес	Общая площадь площадь, кв. м.	Торговая площадь площадь, кв. м.
1	2	3	4
«Сити Молл»	Югорский тракт, 38	154 000	84 870
«Аура»	Нефтеюганское шоссе, 1.	95 000	65 000
«Агора»	ул. Профсоюзов, д.11.	40 000	28 000
«Вершина»	улица Генерала Иванова, д. 1.	36 300	29 000
«Богатырь»	ул. 30 лет Победы, 66	29 000	20 000

Рассматривая имеющиеся на сегодняшний день построенные торгово-развлекательные центры в городе Сургуте, можно отметить, что самый «молодой» торгово-развлекательный центр был построен в 2016 году. После этого строительство подобных зданий не осуществлялось. Учитывая, как меняется специфика деятельности и потребности населения возникает острая необходимость и потребность в более современном торгово-развлекательном центре, который бы обеспечил увлекательный и обширный досуг населения всех возрастов, которые будут посещаться торгово-развлекательные центры, иначе торгово-развлекательный просто не будет конкурентоспособным на предоставленном рынке оказываемых услуг.

Проанализирован текущий рынок товаров и услуг на представленном Рисунке 2 отражен основной спрос будущих посетителей торгово-развлекательного центра, на который строит сделать основной упор.

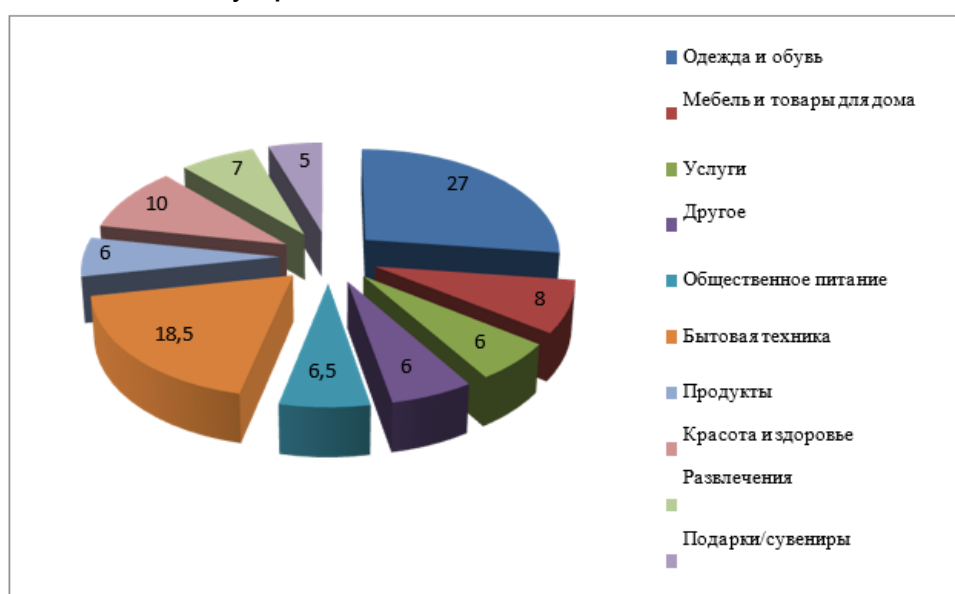


Рисунок 2. Прогнозируемый спрос будущих посетителей нового торгово-развлекательного центра

Также обоснованность строительства нового торгово-развлекательного центра в городе Сургуте обусловлена и тем, что имеется определенный уровень неудовлетворенности текущими торгово-развлекательными центрами, которые были выявлены путем опроса местных жителей города Сургута. Данный опрос представлен на Рисунке 3. Строительство нового торгово-развлекательного центра позволит исправить все возникнувшие неудовлетворенности, предусмотрев все возможные недочеты и замечания для более комфортного нахождения уже в новом торгово-развлекательном центре города Сургута.

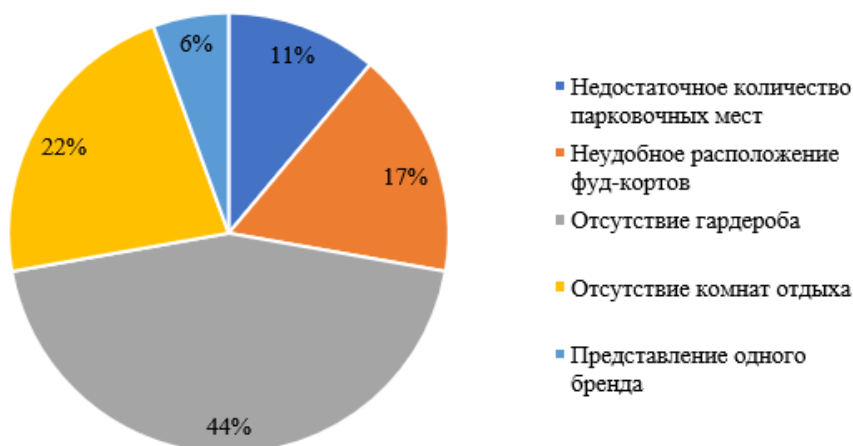


Рисунок 3. Опрос жителей города Сургута о недостатках имеющихся торгово-развлекательных центрах на сегодняшний день

Таким образом, рассмотренные характеристики для подтверждения актуальности строительства нового торгово-развлекательного центра в городе Сургуте подтверждаются. Ведь требования к торговым центрам со временем меняются, комфорт и безопасность становятся все более важными, а использование самых современных технологий при строительстве торговых зданий может стать существенным конкурентным преимуществом. Нельзя игнорировать такой важный момент, как организация парковки. Самым современным решением является парковка, расположенная в верхней части здания, оборудованная специальными лифтовыми подъемниками. Автоматическая парковка позволяет сэкономить место за счет размещения большего количества автомобилей на ограниченной территории, а также улучшить внешний вид торгового центра и сделать его более удобным для посетителей.

Запланированная постройка поможет в действительности обратить внимание на имеющиеся замечания, которые были ранее представлены в данной статье по отношению к уже построенным торгово-развлекательным центрам, предусмотреть и устранить все возможные проблемы, которые могут возникнуть в процессе строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургуте, определить наиболее благоприятную рыночную стоимость на предлагаемые товары, а также оказываемые услуги в части развлекательных мероприятий.

УДК 33

Правдюк Е.А. Анализ привлекательности строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургуте

Analysis of the attractiveness of the construction of a shopping and entertainment center in the city of Surgut

Правдюк Екатерина Александровна,

Тюменский индустриальный университет

Руководитель - **Юзе Елена Николаевна**

Pravdyuk Ekaterina Alexandrovna,

Tyumen Industrial University

Head - Elena N. Yuze

Аннотация. В статье автор рассматривает вопрос привлекательности строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургут.

Ключевые слова: строительство, торгово-развлекательный центр.

Abstract. In the article, the author examines the issue of the attractiveness of the construction of a shopping and entertainment center in the city of Surgut.

Keywords: construction, shopping and entertainment center.

DOI 10.54092/9781435766662_54

Торгово-развлекательные центры представляют собой многофункциональные комплексы, которые в целом должны удовлетворить все имеющиеся потребности населения, заинтересованных в совмещении «полезного с приятным». В процессе проведения свободного времени населению очень хочется и пройтись по магазинам и посетить кафе, встретившись с друзьями, и заглянуть в салоны красоты. Поэтому целесообразно понять достаточно ли того количества построенных торгово-развлекательных центров в городе Сургуте для удовлетворения потребностей жителей, определяя их сильные и слабые стороны как нового строительства торгово-развлекательного центра.

Таким образом для достижения поставленной цели и проведения анализа привлекательности строительства торгово-развлекательного центра в городе Сургуте необходимо рассмотреть близлежащие торгово-развлекательные центры и их основные характеристики на основе которых будет проведен SWOT-анализ.

Данный анализ поможет определить перечень наиболее востребованных торгово-развлекательных центров на территории города Сургута. Также данный анализ позволит рассмотреть основные характеристики данных торгово-развлекательных центров в процессе их сравнения и предоставления. И, конечно, анализ поможет выявить преимущества и недостатки ранее построенных торгово-развлекательных центров в городе

Сургуте, на основе чего можно будет предположить будет ли являться привлекательным строительство нового торгово-развлекательного центра. Перечень наиболее востребованных торгово-развлекательных центров города Сургута представлен в Таблице 1.

Таблица 1

SWOT-анализ торгово-развлекательных центров в городе Сургут

Название	Адрес	Вид заведения	Расстояние от центра	Характеристика
1	2	3	4	5
«Сити Молл»	Югорский тракт, 38	Торгово-развлекательный центр	10 км.	ТРЦ «Сургут Сити Молл» общей площадью 154 000 м2 – самый крупный и амбициозный торгово-развлекательный комплекс в Тюменской области. Его уникальность состоит не только в том, что это первый проект такого грандиозного масштаба для города Сургута, но и в том, что в нем впервые реализована новая концепция шопинга, позволяющая проводить в этом городе развлечения, релакса и ресторанов целый день
«Аура»	Нефтеюганское шоссе, 1.	Торгово-развлекательный центр	8 км.	В торговом комплексе расположены более 175 бутиков, многие из которых представлены впервые в городе. При этом «Аура» остается демократичным и доступным местом, где современные технологии гармонируют с душевностью и радушием.
«Агора»	ул. Профсоюзов, д.11.	Торговый центр	6 км.	ТРЦ «Агора» расположен в развитом деловом и жилом районе г. Сургут. ТРЦ представляет собой центр модной одежды и обуви европейского уровня. ТРЦ имеет современный красивый дизайн и интерьер. ТЦ располагает парковкой на 500 мест и удобными въездами и выездами.
«Вершина»	улица Генерала Иванова, д. 1.	Торгово-развлекательный центр	6 км.	Торговый центр «Вершина» расположен в северо-восточной части города Сургута в многоэтажном жилом микрорайоне на пересечении одной из главных улиц города проспекта Мира и улицы Генерала Иванова.
«Богатырь»	ул. 30 лет Победы, 66	Торговый центр	4 км.	ТЦ предлагает своим покупателям следующие услуги: ателье по пошиву и ремонту верхней одежды, ремонт обуви, ремонт сотовых телефонов, изготовление ключей.

Наряду с SWOT-анализом, при проводимом исследовании рассматриваются и экономические показатели (например, динамика развития оборота предприятий общественного питания в городах региона), и данные показатели в полной мере свидетельствуют о большом экономическом потенциале отрасли в городе Сургуте, которые представлены в Таблице 2. Рассматриваемым периодом для определения динамики развития оборота предприятий общественного питания в городах региона устанавливается

промежуток за последние пять лет, так он позволит наиболее четко увидеть текущее состояния и характерное представление в торгово-развлекательных центрах. Текущие показатели подтверждены и представлены на официальном сайте Росстата на основе проводимого опроса и тенденции регистрации.

Таблица 2

Динамика развития оборота предприятий общественного питания в городах региона,
млн.руб. (в текущих ценах)

Город региона	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6
Город Сургут	7811	7954	8574	8791	9096
Город Лангепас	4298	4741	4964	5077	5249
Город Ханты-Мансийск	9976	9124	9778	10103	10327
Город Пыть-Ях	3430	3595	3744	4154	4270
Город Нижневартовск	5517	6016	6245	6386	6497

Таким образом, на основе представленной динамики развития оборота предприятий общественного питания можно увидеть полноценный рост отрасли, как и в денежном эквиваленте, так и удельном процентном соотношении. Значит и строительство нового торгово-развлекательного центра в городе Сургуте будет максимально привлекательной застройкой, ведь рост оборота с 2016 по 2020 год в городе Сургуте произошел на 1 285,00 млн.руб., а процентное соотношение составило увеличение на 16,45% по городу Сургуту.

На основании проведенной таблицы и рассмотренной динамики можно перейти к основному анализу привлекательности строительства торгово-развлекательного центра - SWOT-анализу. Итоговые значения проведенного SWOT-анализа представлены в Таблице 3.

Таблица 3

SWOT-анализ ключевых слабых и сильных сторон, угроз и возможностей развития города Сургута

Сильные стороны	Возможности
1	2
1. Молодость населения; 2. Осуществление практики внедрения социальных инноваций; 3. Высокая бюджетная обеспеченность и параметры местного бюджета; 4. Удобная инфраструктура; 5. Широкий спектр услуг	1. Выгодное транспортно-географическое положение; 2. Город Сургут - неинституционализированный центр крупнейшей агломерации Севера Западной Сибири
Слабые стороны	Угрозы
1. Относительно удовлетворительная экологическая ситуация в городе; 2. Сравнительно низкая диверсификация экономики	1. Спад инвестиций; 2. Относительно слабая развитость инновационной инфраструктуры; 3. Недостаточно высокая обеспеченность социальной инфраструктурой; 4. Зависимость от поставок продуктов питания 5. Высокие издержки производства в процессе строительства торгово-развлекательного центра

В результате проведенного SWOT-анализа были определены основные сильные и слабые стороны с потенциальными возможностями для строительства нового торгово-развлекательного центра в городе Сургуте. На текущий момент для развития инфраструктуры в городе Сургуте данное строительство будет нести за собой только положительные аспекты, как и для молодого, так и для взрослого населения.

Строительство позволит не только привнести что-то новое в городе Сургуте, но и расширить спектр предоставляемых услуг, позволить населению заниматься достаточно большим количеством дел в одном месте, не думая, как успеть в разные места и разные удаленности от места своего нахождения.

Таким образом на основе представленных данных можно утверждать, что привлекательность строительства торгово-развлекательного центра на территории города Сургута доказана и является практически необходимостью для развития конкурентоспособности, улучшения инфраструктуры, внедрения новых технологий и ресурсов, удовлетворение потребностей населения города

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 336.02

Черных Е.А., Маркосян З.С., Щетинина Н.А., Кожевников В.В. Повышение роли финансовой грамотности среди студентов Воронежского государственного медицинского университета

Increasing the role of financial literacy among students of Voronezh State Medical University

Черных Екатерина Алексеевна,

ассистент кафедры Управления в здравоохранении,
Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Маркосян Заруи Самвеловна,

ассистент кафедры Управления в здравоохранении,
Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Щетинина Надежда Александровна,

ассистент кафедры Управления в здравоохранении,
Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Кожевников Виталий Владимирович,

ассистент кафедры Управления в здравоохранении,
Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко

Chernykh Ekaterina Alekseevna,

assistant of the Department of Healthcare Management,
Voronezh State Medical University N.N. Burdenko

Markosyan Zaruhi Samvelovna,

assistant of the Department of Healthcare Management,
Voronezh State Medical University N.N. Burdenko

Shchetinina Nadezhda Alexandrovna,

assistant of the Department of Healthcare Management,
Voronezh State Medical University N.N. Burdenko

Kozhevnikov Vitaliy Vladimirovich,

assistant of the Department of Healthcare Management,
Voronezh State Medical University N.N. Burdenko

Аннотация. В настоящее время повышение уровня финансовой грамотности среди молодежи является актуальной проблемой. Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко активно участвует в процессе повышения уровня финансовой грамотности среди студентов, выполняя утвержденную Правительством РФ Стратегию повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы.

Ключевые слова: финансовая грамотность, Стратегия финансовой грамотности, финансовая культура, бюджет, доход, инвестиции.

Abstract. Currently, increasing the level of financial literacy among young people is an urgent problem. Voronezh State Medical University N.N. Burdenko is actively involved in the process of increasing the level of financial literacy among students, implementing the Strategy for Improving Financial Literacy in the Russian Federation for 2017-2023 approved by the Government of the Russian Federation.

Keywords: financial literacy, financial literacy strategy, financial culture, budget, income, investments

DOI 10.54092/9781435766662_58

Стратегия развития финансовой культуры и повышения уровня финансовой грамотности среди молодежи является довольно сложной проблемой. Во-первых, это связано с низкой осведомленностью граждан, и особенно молодежи, об основах финансовой системы Российской Федерации и функционировании персональных финансов, в том числе об основах пенсионного, социального, медицинского и других видов страхования; налогообложения физических лиц; кредитования и инвестирования. Во-вторых, повсеместное вовлечение населения в мошеннические схемы финансовых пирамид. Неграмотность в финансовой сфере в совокупности с неумением управлять собственными финансовыми ресурсами негативно отражается на финансовой безопасности и уровне жизни граждан.

Финансовая грамотность – это комплекс знаний, навыков в области финансов, которые позволяют правильно оценивать ситуацию и объективно принимать решения.

Вопросы непрерывного повышения финансовой грамотности среди молодежи в настоящее время достаточно актуальны. Это связано с ограниченностью финансовых ресурсов и необходимостью эффективного управления ими, а также невозможностью в современных условиях решения всех социальных проблем (в первую очередь жилищной проблемы, проблем социального, медицинского и пенсионного обеспечения) на государственном и муниципальном уровне.

С развитием современных финансовых технологий остро растет необходимость повышения уровня финансовой грамотности. Гражданам необходимы базовые знания о традиционных и вновь возникающих финансовых продуктах, услугах, о способах их предоставления, о перспективах эволюции финансового рынка. Особое значение при этом приобретают прикладные аспекты, связанные с необходимостью ознакомления с современными технологиями на финансовом рынке, а также получения навыков самостоятельного сравнительного анализа современных финансовых продуктов.

Воронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко активно участвует в процессе повышения уровня финансовой грамотности среди студентов. В 2017 году Правительством РФ была утверждена Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы. Приоритеты, цели и задачи государственного управления отношениями, возникающими в сфере повышения финансовой грамотности населения, системе финансового образования и информирования в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг в Российской

Федерации определяют следующие документы: распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 № 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в РФ на 2017–2023 годы»; постановление Правительства РФ от 01.02.2018 № 92 «О межведомственной координационной комиссии по реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в РФ на 2017–2023 годы»; письмо Минобрнауки России от 22.04.2020 № МН-3/1000 «О формировании универсальной компетенции», указывающее на необходимость внедрения в образование универсальной компетенции финансовой грамотности.

Так в 2018 году в ВГМУ им. Н.Н. Бурденко состоялась открытая лекция на тему «Финансовая грамотность – основа финансового здоровья». Перед присутствовавшими выступила к.э.н., ст. преподаватель кафедры философии и гуманитарной подготовки Фомина Н.Н. Данная лекция была организована с целью повышения уровня финансовой культуры молодежи. Круг поднятых вопросов был очень широк: грамотное управление доходами и расходами, инвестирование денежных средств с помощью различных финансовых инструментов, финансовые риски и мошенничество в сфере финансов. Особый интерес присутствующие проявляли к вопросу обзора мобильных приложений для учета личных финансов, методам экономии и накопления средств.

10 ноября 2019 года студенты ВГМУ им. Н.Н. Бурденко приняли участие в Финансовом семейном фестивале Черноземья, организованного на территории Дома молодежи. Целью данного фестиваля явилось привлечение внимания к финансовой грамотности молодого поколения. Координатором со стороны вуза выступила к.э.н., ст. препод. Кафедры философии и гуманитарной подготовки Фомина Н.Н. Умение жить по средствам – важный аспект жизни, особенно для студентов, начинающих самостоятельную жизнь. Для этого необходимо знать, как вести бюджет. Первокурсники с интересом участвовали в ток-шоу «Личные финансы», в котором приняли участие Елена Негру, директор направления «Развитие и партнерство» Национального центра финансовой грамотности, Роман Костянский, управляющий отделением Воронежского ГУ Банка России по Центральному федеральному округу, Борис Бикетов, заместитель руководителя департамента экономического развития Воронежской области. Также студенты прослушали лекции, задавали интересующие их вопросы и обсудили примеры финансовых мошенничеств, с которыми сталкивались лично, либо их друзья и родители. В занимательной форме интеллектуальной игры студенты узнали тонкости управления личными финансами, получили навыки управления бюджетом, научились находить способы увеличения дохода, узнали, как работают конкуренция и инвестиции, что такое стартапы, кредиты, активный и пассивный доход.

23 декабря 2019 года – состоялся День финансовой грамотности в Воронежском государственном медицинском университете им. Н.Н. Бурденко совместно с региональным координатором ФСМЦ «Финансовая грамотность в ВУЗах» Федюшиной Е.А. при содействии кафедры общественного здоровья и здравоохранения. Студентам-медикам были предложены следующие мероприятия – практикум «Увеличение собственного капитала путем правильного финансового планирования» (Подрезов В.Е., Управляющий операционным офисом 1444 АО Россельхозбанк); игра-конференция «Защита прав потребителей финансовых услуг» (Бородина Я.А., начальник Консультационного центра по защите прав потребителей ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Воронежской области»); лекция про финансовые мошенничества (Гончарова Г.А., экономист Отделения по Воронежской области Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу); мастер-класс «Финансовый soft skills» (Мошурова Е., студентка 4 к. Экономического факультета ВГУ, руководитель проекта «Пробюджет»). По отзывам студентов предложенная информация была весьма актуальна и полезна.

С сентября 2021 года в Воронежском государственном медицинском университете создана кафедра Управления в здравоохранении. На кафедре введена новая дисциплина – «Ресурсное обеспечение системы здравоохранения, экономическая культура, финансовая грамотность, кадровая политика. Рабочей группой сотрудников кафедры была разработана рабочая программа. Основными направлениями данной дисциплины являются вопросы: теоретических основ макро и микроэкономики; экономических отношений в системе здравоохранения, ресурсного, финансового обеспечения, ценообразования и налогообложения, оценки экономической эффективности, маркетинговой деятельности и кадровой политики. На занятиях студенты подготавливают и защищают рефераты по актуальным аспектам направления данной дисциплины, решают ситуационные задачи. Все это способствует улучшению финансовой и практической направленности обучения, так как современный врач должен разбираться в вопросах финансирования государственной, страховой и частной медицины, вопросах ценообразования и т.д. Необходимы знания экономических законов в работе практических врачей, так как в условиях рыночных отношений они являются продавцами медицинских услуг, выбирая рациональные схемы обследования и лечения пациентов. Поэтому очень важным представляется знание врачами любого профиля основных понятий экономики здравоохранения и необходимость подготовки специалистов в этой области.

Библиографический список

1. Роль образовательного потенциала Воронежского государственного медицинского университета в социально-экономическом развитии региона / Маркосян З.С., Кожевников В.В., Лавлинская Л.И. В сборнике: Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2018. С. 141-144.

2. Влияние профессиональной подготовки на формирование коммуникативной компетенции учащихся средних специальных учебных заведений с использованием инновационных технологий / Старцева С.В., Маркосян З.С., Черных Е.А., Кожевников В.В. В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРАВА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский филиал ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова». Воронеж, 2021. С. 222-224.

3. Роль инновационных технологий в педагогической практике / Лавлинская Л.И., Черных Е.А. Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2014. № 41. С. 32-38.

Электронное научное издание

**Академические исследования в области управления,
туризма, бизнеса и права**

сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции

10 октября 2021 г.

**По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru**

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-1-4357-6666-2



9 781435 766662

Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 3,1. Тираж 100 экз.
Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300
Morrisville, NC 27560
Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1