

16+

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

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

www.scipro.ru

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Экономическое развитие и инновационная экономика:
тенденции, перспективы и проблемы развития**

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

30 октября 2020 г.

УДК 33
ББК 65

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

Экономическое развитие и инновационная экономика: тенденции, перспективы и проблемы развития: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 октября 2020 г., Казань: Профессиональная наука, 2020. – 74 с.

ISBN 978-1-005-95261-7

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономической теории, экономики предпринимательства, природопользования, экономики труда и управления персоналом, учетно-экономических наук, государственного управления, менеджмента, маркетинга и т.д. по материалам Международной научно-практической конференции «Экономическое развитие и инновационная экономика: тенденции, перспективы и проблемы развития», состоявшейся 30 октября 2020 г. в г. Казань.

Сборник предназначен для научных 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 33
ББК 65

ISBN 978-1-005-95261-7



9 781005 952617

- © Редактор Н.А. Краснова, 2020
- © Коллектив авторов, 2020
- © Lulu Press, Inc.
- © НОО Профессиональная наука, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МАРКЕТИНГ	5
Буй Т.Т. Язык в рекламе	5
Шадрина Л.Ю. Исследование технологии социальных коммуникаций как инструмента продвижения ресторана	8
СЕКЦИЯ 2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	23
Никитенко Ю.В. Влияние строительства логистического центра на экономику Тюменской области ..	23
СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ	27
Дегтярев А.Е. Техничко-экономического обоснование вариантного проектирования фундаментов ...	27
Дегтярева К.Ю. Финансирование строительства детского сада	35
СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	40
Минеева В.М., Трегубова О.В. Сравнительный анализ функционирование малых и крупных предприятий Российской Федерации в период пандемии COVID-19	40
Суворова А.В., Гомбоев Б.З. Особенности управления отраслью растениеводства при существующей структуре управления (на примере СПК «Мыла» Закаменского района Республики Бурятия)	52
Суворова А.В., Распутина В.Б. Стратегическое планирование и развитие сельскохозяйственных предприятий Бурятии в условиях рынка.....	60
Суворова А.В., Склянова И.В. Социально-экономическое развитие муниципального образования	66
СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	70
Кудрявцева М.В. Цифровизация экономики и формирование профессионалов нового времени	70

СЕКЦИЯ 1. МАРКЕТИНГ

УДК 33

Буй Т.Т. Язык в рекламе

Language in advertising

Буй Тхи Там

Студент кафедры массовой коммуникации,
Российский университет дружбы народов
Научный руководитель

Людмила Викторовна Хочунская, канд. фил. наук,

Российский университет дружбы народов
Bui Thi Tam

Student of the Department of Mass Communication,
Peoples' Friendship University of Russia
Scientific adviser

Lyudmila Viktorovna Khochunskaya, Ph.D. Phil. sciences,
Peoples' Friendship University of Russia

Аннотация. Язык играет важную роль в рекламе, способствуя успеху рекламы, поэтому изучение языка в рекламе является сегодня одной из самых важных тем.

Ключевые слова: вербальная коммуникация, маркетинг, рекламная деятельность, слоган, рекламный дискурс.

Abstract. Language plays an important role in advertising, contributing to the success of advertising, which is why language learning in advertising is one of the most important topics today.

Keywords: verbal communication, marketing, advertising, slogan, advertising discourse.

Рекламный язык - это словесная деятельность, направленная на обмен и продвижение информации посредством определенного типа поведения. Реклама предназначена для маркетинговых целей, при этом информация такого рода является неотъемлемой частью СМИ. Общими для всех рекламных текстов являются следующие требования: простота языка, лишенного пышности и вульгарности; тональность, напоминающая доверительный разговор с умным собеседником: информативность и доказательность; оригинальность и неповторимость [1].

Информация через рекламный язык помогает удовлетворить потребности клиентов в доступе к продуктам на рынке (которые представляют собой группы покупателей или получателей выгод), одновременно расширяя их возможности продвижения. Это означает, что рекламная информация используется не только для «ознакомления», но и в качестве «инструментов» для изменения восприятия клиентов, тем самым расширяя возможности покупателя выбирать тот или иной товар. Одна из характеристик коммуникации в маркетинге - не навязывать. Информация, рекламируемая на языке рекламы, также должна отражать этот

момент. Это создает множество возможностей, условий для того, чтобы партнеры выбирали продукты на конкурсе по правилу: «Уважение друг к другу».

Язык в рекламе - это эффективное средство общения, язык в рекламе используется как попытка завоевать и расширить клиентов с целями и нацеленными на продукты и услуги. Акт вербальной коммуникации в рекламе - это устное / письменное действие, используемое всеми предприятиями и предпринимателями в определенной форме коммерческого маркетинга, направленное на три цели: ввести информацию об источнике (товарах, услугах), рекламная стратегия - это маркетинговая стратегия, создавайте и укрепляйте доверие клиентов.

Рекламные продукты, использующие язык, выполняют функцию маркетинга. Есть два метода: прямое вербальное действие или координация языка с другими визуальными и слуховыми средствами. (Например: музыка - это средство поддержки, одновременно укрепляя доверие, поддерживая контакт для сообщения и заполняя пробелы).

У рекламы всегда есть стратегия использования языка СМИ для передачи сообщений. Эта мысль управляет всей рекламной деятельностью в трех аспектах: стратегия языкового общения (с использованием большинства языковых соотношений), невербальное общение в рекламе в сочетании с языковым общением, и языковое общение - это искусство завоевывать клиентов с помощью языковых продуктов.

Рекламный язык - это особый язык, который существует в форме продукта. Типичным продуктом рекламного языка является слоган. Слоган - короткое самостоятельное рекламное сообщение, которое хорошо запоминается и в яркой, образной форме передает основную идею рекламной кампании и объясняет зрителям основное предложение [2]. Слоган помогает выделить марку среди ее конкурентов и придает целостность серии рекламных мероприятий.

Рекламный дискурс также содержит знакомые словесные действия, такие как повествование, вопрошание, отрицание, побуждение, ... Словесные действия включают определенные действия (навязывание, сомнение, убеждение) - это поведение, связанное с менталитетом, вовлеченным в действие.

Слоган в рекламе, как правило, короткий и лаконичный, потому что нужно сосредоточиться на основной информации, фокусе: ситуации (качество, цена, ...), а затем второстепенной уровень информации (где, когда, как ...). Во Вьетнаме рекламные слоган непрозрачны, информация преувеличена, многоязычна. Рекламные слова должны быть честными, простыми, впечатляющими и соответствовать культурным традициям целевой аудитории.

Говоря о языке рекламы, люди усиливают и усиливают хорошие эмоции, но прозрачность, и в то же время должны уменьшать эмоции, которые неоднозначны и трудно описать, потому что цель рекламы очень ясна. Если он будет неоднозначным, заказчику будет скучно. Во всех темах рекламного языка необходимо удовлетворить два аспекта: во-первых,

отзывчивость на информацию и, во-вторых, хорошее отношение к клиентам и доверие к ним. Цель рекламного языка - также помочь потребителям избавиться от накопившихся у них желаний, направить их и вызвать у них настоящие чувства при контакте с товарами. Конечно, эти чувства автоматические, добровольные, не давящие.

На художественном уровне рекламного языка значение выражений может быть передано «крылатыми» словами, которые улетают из фона повседневного общения, хотя это может быть разговор, но Если быть артистичным, это усилит эмоции, увеличит сублимацию идей.

Спрос на рекламу растет вместе с социальным спросом, основной рекламой становится услуга в маркетинге. Реклама выгодна и стала важной частью средств массовой информации. На этот отдел все чаще приходится значительная часть повседневной информационной жизни, иногда даже больше, чем новости.

Реклама развивается, тем больше информации, но не вся рыночная информация тоже реклама. На фондовом рынке появляется много информации, но это обычная финансовая информация, а не реклама.

Это можно увидеть: во-первых, язык рекламы всегда имеет смысл, значение заключается в выражении, а не в отдельных элементах, которые всегда образуют структуру, организацию, очень художественное сочетание. Во-вторых, язык рекламы относится к категории языка и является его неотъемлемой частью. Однако язык, используемый в рекламе, выражается очень собственными атрибутами. В-третьих, специфические характеристики рекламного языка можно увидеть только выше уровня обычного языка, иными словами, они имеют более сложный характер, поскольку он целенаправлен и артистичен. техники и характеристики, которые проявляются в безграничных возможностях языкового выражения.

Библиографический список

1. Вахитова, Т.Ф. Стилистика газетной рекламы как жанра / Т.Ф. Вахитова. - Интернет ресурс <http://articlekz.com/article/12382>
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Наука, 1966. 378 с.

УДК 339.138

Шадрина Л.Ю. Исследование технологии социальных коммуникаций как инструмента продвижения ресторана

Research of social communication technology as a restaurant promotion tool

Шадрина Любовь Юрьевна

к.социол.н, доцент

зав. кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью

НГУЭУ г. Новосибирск, Российская Федерация

Shadrina Lyubov Yurievna

PhD in Sociology, Associate Professor

Head Department of Marketing, Advertising and Public Relations

NSUEU Novosibirsk, Russian Federation

Аннотация. В статье автор рассматривает вопрос технологии социальных коммуникаций как инструмента продвижения ресторана.

Ключевые слова: рестораны, продвижение.

Abstract. In the article, the author considers the issue of social communication technology as a tool for promoting a restaurant.

Keywords: restaurant promotion.

Компания New Mexico занимается продвижением своих услуг через социальные сети, такие как Вконтакте, Instagram, Facebook, а также у них есть собственный официальный сайт и сайт посвященный доставке. В рамках режима карантина и самоизоляции ресторан работает только на доставку и самовывоз, с соблюдением всех предписанных норм. Доставка работает ежедневно с 12 до 23 часов.

В организации присутствуют 4 отдела: отдел обслуживающего персонала, отдел работников кухни, административный и финансовый отделы. Маркетинговый отдел отсутствует, так как продвижением

Компания не использует платные средства рекламы, ограничиваясь только постами в социальных сетях. Основной способ продвижения офлайн это «сарафанное радио».

Официальный сайт представлен на рисунке 1, он выполнен как лендинг с ссылками на другие страницы сайта, также есть мобильная версия сайта. На главной странице сайта представлена анимация с логотипом компании, которая сохраняется на протяжении всего показа. В видеофайле показано как потенциальному клиенту пройти в ресторан, его интерьер, бар, вид из-за окна и подача блюд. Так же есть две кликабельные кнопки «Смотреть меню» и «Забронировать» при нажатии на них пользователя переносят в разделы сайта «Меню» и «Бронирование», как выглядят эти разделы.

Все страницы сайта представлены в едином стиле. Главными задачами сайта является информирование потенциальных клиентов об акциях ресторана, также там представлены актуальные новости, есть ссылки на социальные сети ресторана. Следующая задача – это привлечения внимания к бренду, так как показан мексиканский интерьер, а в разделе меню представлены необычные блюда, например, закуска с кактусом, так же на сайте есть анимация «сколько метров текилы было выпито», что привлекает внимание пользователя. И самая главная задача, чтобы пользователь заинтересовался и забронировал столик, это можно сделать онлайн через раздел «Бронирование» на сайте или позвонив по номеру телефона, который также представлен в данном разделе. По замечанию самого директора, клиенты в основном звонят, так как считают это более надежным.

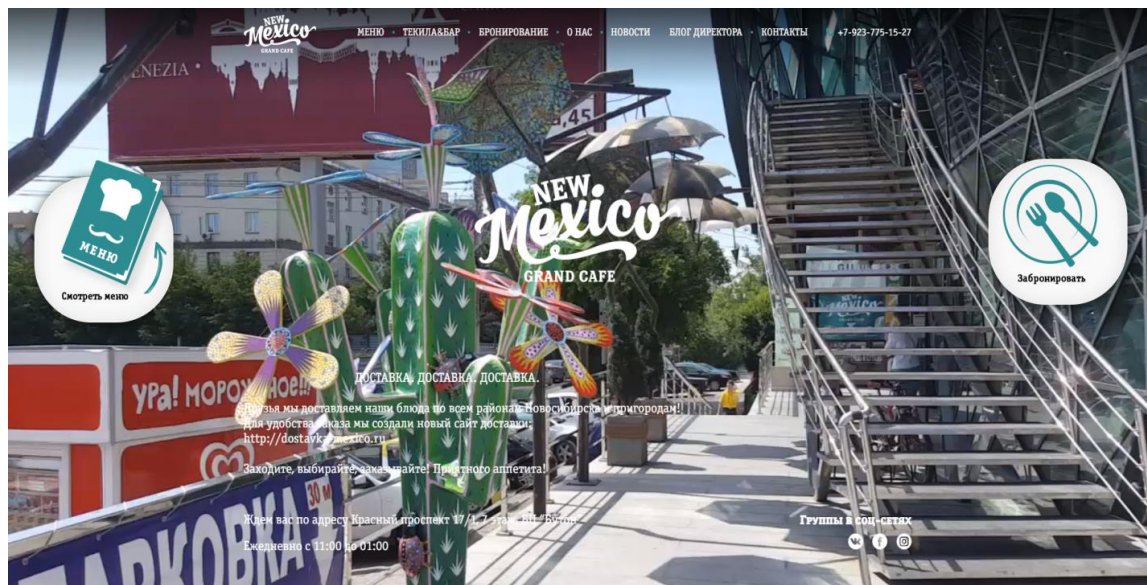


Рисунок 1. Главная страница сайта ресторана

В ходе исследования было выявлено, что большинство пользователей для входа на сайт использует мобильный телефон, поэтому очень важно повысить юзабилити именно мобильной версии сайта. На рисунке 2 представлен возможный пример улучшения.

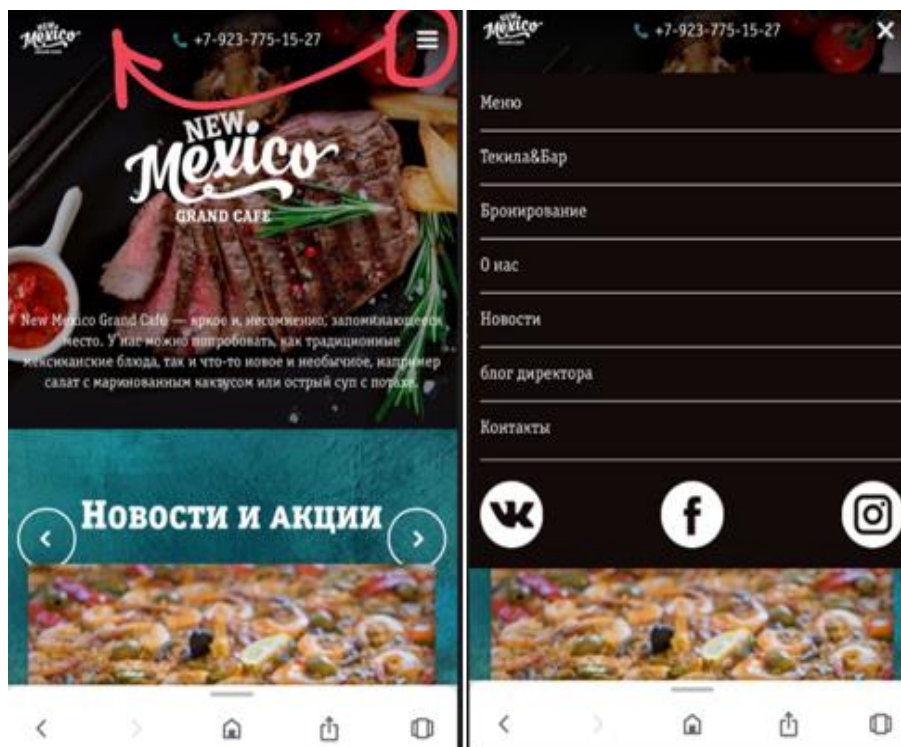


Рисунок 2. Мобильная версия сайта

Меню из правого верхнего угла стоит перенести в шапку сайта как в компьютерной версии, чтобы пользователи могли сразу переходить на нужные им страницы сайта. Ссылки на социальные сети стоит размещать либо рядом с шапкой, либо внизу сайта. Так же на главной странице можно сделать кнопку «calltoaction», на подобии «Меню» или «Забронировать столик».

На рисунке 3 можно увидеть еще несколько недоработок мобильной версии. Во-первых, это слишком большой промежуток между разделами сайта, так как в этом месте должны быть новости, которые отображаются выше положенного места. Во-вторых, это отсутствие иконки социальной сети, с первого взгляда не понятно, что эта ссылка. Анимация сколько на сегодня выпито метров текилы работает через раз или медленно загружается. Все эти недочеты нужно устранить, так как сайт выглядит недоработанным.

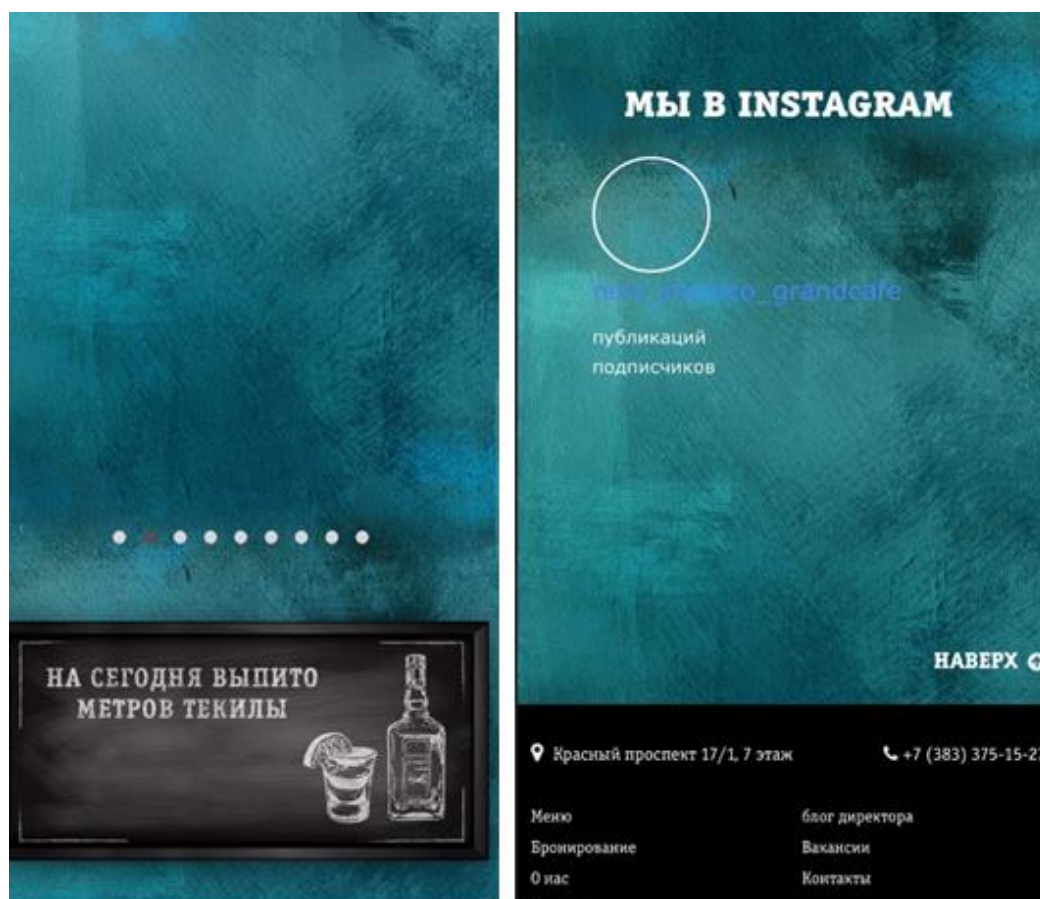


Рисунок 3. Сайт ресторана «New Mexico»

На странице сайта есть раздел «Блог Директора». Суть данной страницы заключается в ответах на вопросы пользователей. К сожалению, ни на один вопрос не было ответа, данный раздел нельзя оставлять в таком виде, так как игнорирование вопросов пользователей может оттолкнуть и у них могут возникнуть негативные эмоции. В мобильной версии так же есть данный раздел, но из-за того, что между формой для заполнения и вопросами большое расстояние пользователь может их не увидеть.

На рисунке представлен 4 раздел «О нас». На странице находятся фотографии, которые не передают атмосферу ресторана. Так как это ресторан мексиканской кухни стоит обращать внимание пользователей на культуру. Так же текст, который расположен на странице не поделен на абзацы, имеет разный размер и его сложно читать.



Рисунок 4. Раздел сайта «О нас»

Сайт доставки ресторана New Mexico представлен на рисунке 5. На сайте представлено меню ресторана с фотографиями блюд в большом формате и с их описанием. Он выполняет единственную функцию заказа блюд пользователем, заказ можно сделать либо через сайт, либо по номеру телефона.

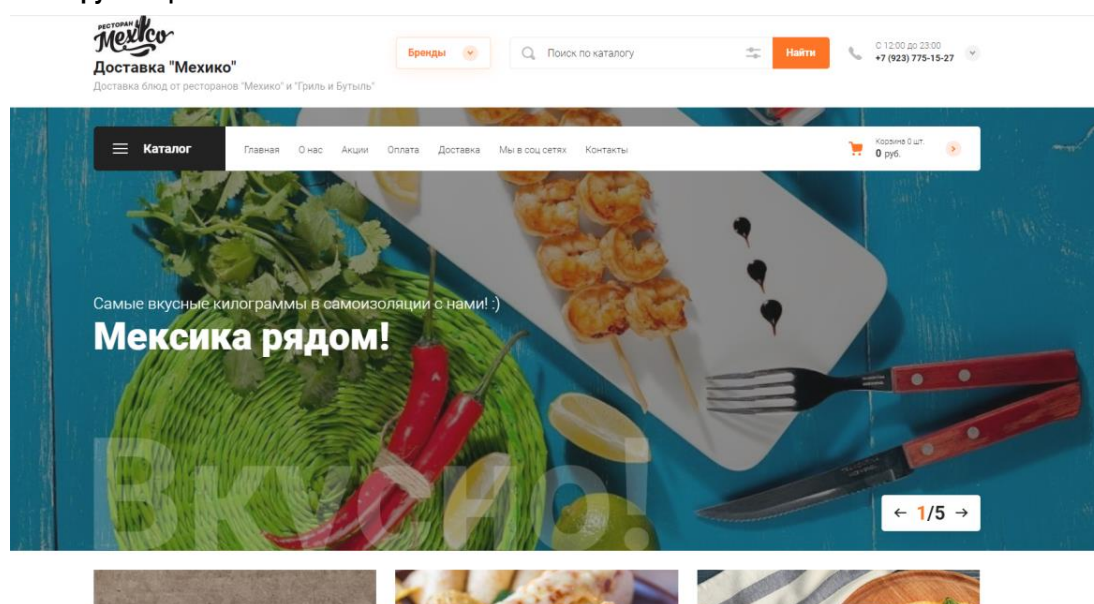


Рисунок 5. Сайт доставки ресторана New Mexico

Для продвижения ресторана так же используются страницы на Facebook, страница самого ресторана New Mexico и страница директора. Продвижению на Facebook уделяется большое внимание, так как по собранным данным основными клиентами ресторана являются люди в возрасте от 25 и до 44. В основном контент на его странице посвящен деятельности ресторана, приготовлению блюд и партнерству с другими кафе города Новосибирска. В аккаунте 2789 друзей, большая часть которых состоит из постоянных клиентов ресторана New Mexico. Так же на своей странице выкладывает фото и видео приготовления блюд.

14 мая была проведена прямая трансляция в Zoom и в Facebook, в процессе которой было приготовлено самое большое ризотто в истории Сибири, весом в 30 килограмм для 100 врачей и медсестер Первой инфекционной больницы.

На рисунке 6 представлен Аккаунт Facebook ресторана New Mexico, который в основном дублирует контент публикаций в Instagram.

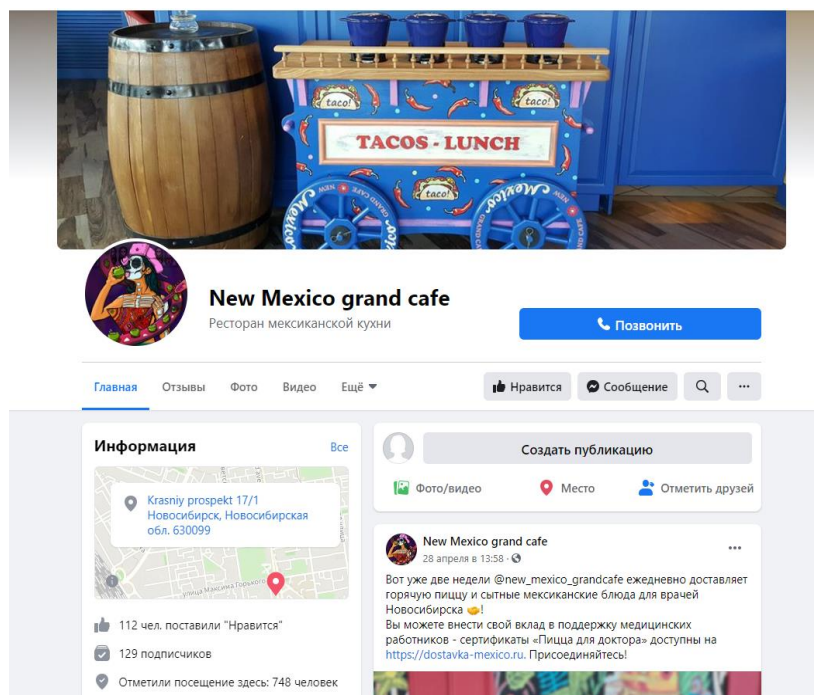


Рисунок 6. Аккаунт Facebook ресторана New Mexico

Так же у ресторана New Mexico есть своя группа Вконтакте. В ней всего 305 подписчиков, а последняя публикация была 6 июня 2017 года. Компании перестала заниматься продвижением через данную социальную сеть. Публикации в основном представляли собой фотографии клиентов или интерьера ресторана и небольшие подписи по типу: «За яркими эмоциями и атмосферой Мексики отправляйтесь в New Mexico!».

Можно сделать вывод, что основными каналами онлайн-продвижения являются аккаунт Instagram и страница директора на Facebook, так как там постоянно обновляется контент, используется взаимодействие с аудиторией и т.д. Официальный сайт и сайт доставки в

основном предназначены для выполнения целевых действий пользователем, например, бронирование столика или заказ блюд на дом.

Аккаунт ресторана в Instagram представлен на рисунке 7. Аккаунт ведется постоянно, контент до карантина был разнообразным, но так как ресторан перешел в режим доставки, сейчас основная концентрация контента на ней. В аккаунте есть актуальные истории, у каждой есть своя определенная заставка, которые выдержаны в едином стиле. В шапке профиля представлены контактные данные, адрес ресторана и ссылка на сайт доставки. Посты выдержаны в ярком мексиканском стиле, с элементами национальных узоров и атрибутов. Так как это профиль ресторана главный акцент направлен на блюда, на их внешний вид и вкус. В профиле происходит информирование пользователей об акциях, запускаются розыгрыши, есть публикации, посвященные посетителям ресторана, так же указаны цены блюд и видео с примером их приготовления.

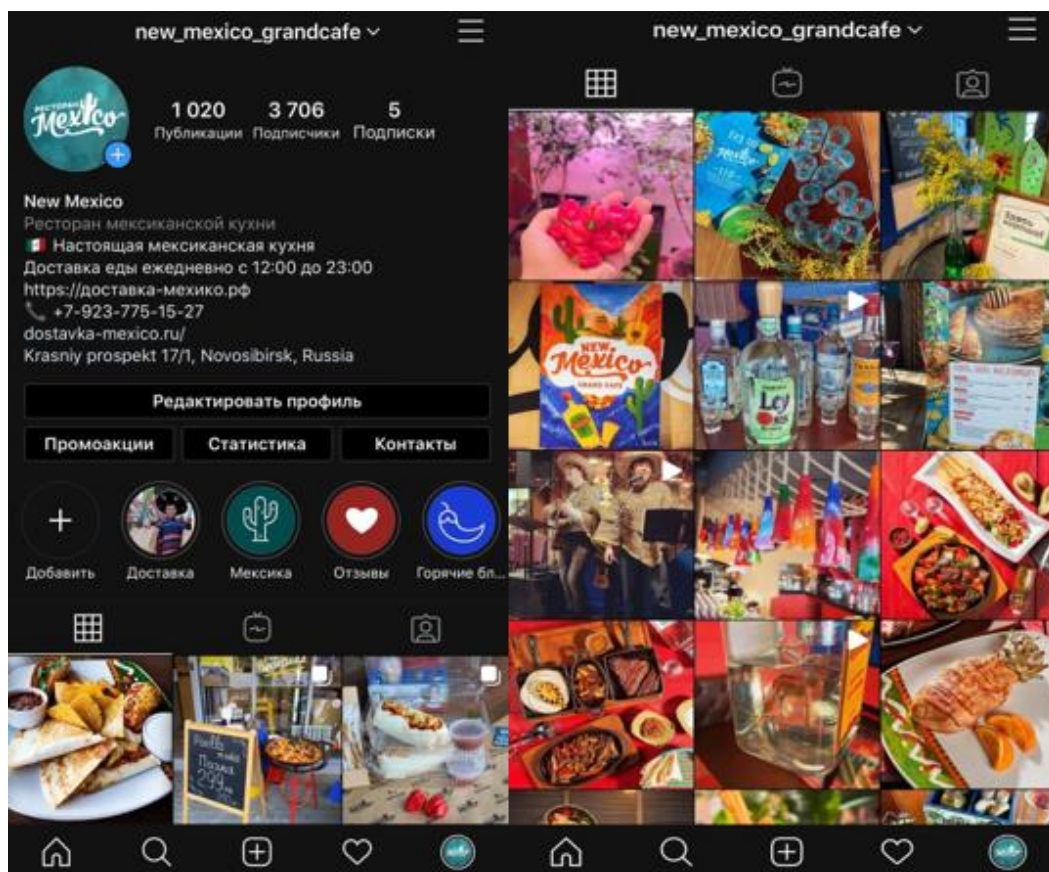


Рисунок 7. Аккаунт ресторана New Mexico в Instagram

Для того, чтобы определить какие проблемы присутствуют в Instagram аккаунте компании был проведен анализ публикаций

В ходе анализа было выявлено, что контент до карантина был разнообразный, присутствовали как вовлекающие публикации, рекламные, информационные и т.д, но отсутствовали хештеги и четкая геопозиция, у каждого поста она была разная. В период начала карантина контент стал исключительно рекламным, отсутствует какое-либо взаимодействие с аудиторией. Но стоит отметить, что у компании есть свой фото-банк, все фотографии сделаны профессионально в хорошем качестве на фоне различных мексиканских атрибутов. Так же были введены хештеги для каждой публикации, по которым пользователи могут найти аккаунт ресторана.

Для конкретизации потребительского поведения мы будем использовать модель АИДА, которая позволит описать последовательность действий потребителя, которые приводят его к непосредственной покупке.

Таблица 1

Модель АИДА на примере аккаунта в Instagram «NewMexico»

А – Внимание (Attention)	Когда пользователь заходит на страницу аккаунта ресторана, он видит яркие фотографии и актуальные истории заставки, которых тоже сделаны в ярких цветах.
I – Интерес (Interest)	Фотографии аппетитной еды подогревают интерес пользователя, в публикациях он может прочитать из чего состоит данное блюдо. Так же в аккаунте присутствует информация об акциях и проводятся розыгрыши блюд.
D – Желание (Desire)	Когда пользователь просмотрит все интересующие его публикации, то может посмотреть актуальные истории, которые закреплены в шапке профиля. Там представлены фото меню, где показаны реальные фото блюд и их цена. Так же в отзывах потенциальный клиент может увидеть довольных клиентов ресторана. Это способствует желанию клиента приобрести наш товар.
A – Действие (Action)	В шапке аккаунта есть активная ссылка на сайт доставки ресторана, а также номер телефона по которому можно как заказать блюда на дом, так и забронировать столик.

Для составления эффективного контент-плана нужно определить портрет «золотого» клиента в первую очередь был проведен анализ товара, с помощью него мы выделили основные критерии выбора и какие преимущества получит клиент от сотрудничества с компанией. Для получения информации был проведен опрос официантов в количестве 6 человек, опрос был в формате неформализованного интервью, его задачей было определение критериев выбора клиентами блюд. Анализ ресторанного продукта представлен в Таблице 2.

По результату проведенного анализ видно, что основных критериев выбора 3: уникальность, стоимость продукта и вкусовые качества. На основании этих данных был составлен портрет «типичного» клиента.

Таблица 2

Анализ ресторанный продукта

Критерии выбора	Получаемые преимущества	Причины верить
Уникальность продукта	«Мы поможем вам отвлечься от суеты и проникнуться атмосферой Мексики»	• Единственный мексиканский ресторан в г. Новосибирске • Специальные концерты мексиканской музыки каждую пятницу
Стоимость услуги равноценна ее качеству	«Мы предоставляем качественные услуги и заботимся о вашем комфорте, чтобы оставить о себе хорошее впечатление»	• Рейтинг компании на Flamp.ru • Отзывы людей в социальных сетях
Вкусовые качества продукта	«У нас вы сможете попробовать блюда мексиканской кухни, с ингредиентами собственного производства»	• Определенные блюда шеф-повар может приготовить на ваших глазах • В блюдах присутствуют ингредиенты, которые нельзя найти в магазинах, это делает блюдо уникальным (например, острый перец Хамберо)

Для получения более точных данных рассмотрим статистику по сайту ресторана NewMexico, с помощью сервиса Яндекс.Метрика.

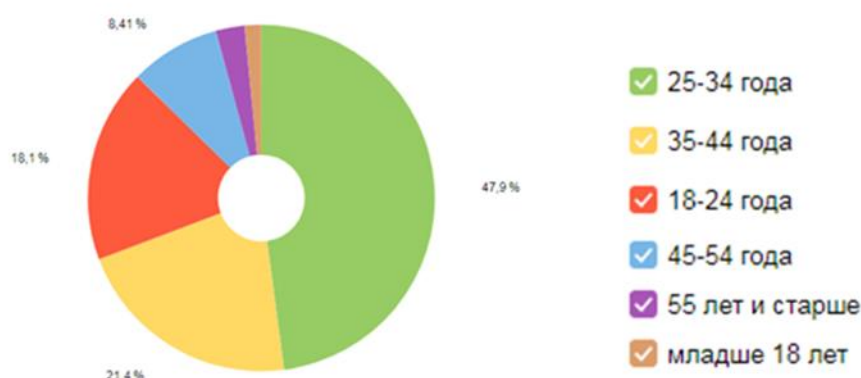


Рисунок 8. Возраст пользователей сайта

Основные пользователи, приходящие на сайт это люди в возрасте от 25 до 34, на втором месте люди в возрасте от 35 до 44. Меню ресторана как раз рассчитано на такую возрастную категорию, так как в меню присутствуют алкогольные напитки. Так же ресторан является тематическим, и средний чек составляет 1500-2000 рублей, потратить такую сумму могут

позволить себе люди, у которых есть постоянная работа, так же атмосфера ресторана располагает к деловым встречам.

На основании полученных данных можно сказать, что основной сегмент целевой аудитории это B2C, люди в возрасте от 25-44 лет, которые предпочитают уютные места для отдыха с необычной кухней. С помощью полученных данных был составлен профиль «типичного клиента» ресторана New Mexico.

Таблица 3

Профиль «Типичного клиента» ресторана New Mexico

Продукт: услуги мексиканского ресторана NewMexico	
	B2C
Название сегмента	Средний
фото	
Имя Фамилия	Иван Понамарев
Возраст	28 лет
Семейное положение	не женат
Национальность	русский
Из какого региона, области, края	Новосибирская обл., г. Новосибирск
Образование	высшее
Должность	Менеджер по продажам
Уровень дохода	60 000 рублей
Привычки, образ жизни	старается вести здоровый образ жизни, 3 раза в неделю ходит в спортзал Любит выезжать на природу с друзьями или собираться в атмосферных ресторанах
Жизненные ценности	карьера

Продукт: услуги мексиканского ресторана NewMexico	
Жизненная позиция	активная
Референция	внешняя - на друзей, коллег по работе
Реакция на инновации	положительная
Причины воспользоваться услугами проекта	Отдохнуть от работы с друзьями Единственный мексиканский ресторан в городе Концерт живой музыки каждую пятницу Атмосфера Мексики
Главные выгоды от взаимодействия с проектом	эсклюзивность, удобное местоположение компании, вкусовые качества продукта, возможность отдохнуть большой компанией
Периодичность	Каждую неделю по пятницам или раз в две недели
Место приобретения/получения услуг	офлайн
Интернет	Активный пользователь
Социальные сети	Вконтакте, Instagram, telegram, facebook

Для моделирования сценария, как наш потенциальный клиент ведет себя в Instagram аккаунте компании был выбран предполагаемый типичный клиент – Иван Пономарев.

Профиль «типичного клиента» представлен в Таблице4. Для Instagram компании был составлен профиль задач пользователя.

Таблица 4

Профиль задач пользователя (Заказать доставку на дом из ресторана «New Mexico»)

Название задачи (в хронологическом порядке)	Важность выполнения, приоритетность
Туда ли я попал? Это ресторан мексиканской кухни?	1
Могу ли я посмотреть фото блюд?	2
Могу ли посмотреть стоимость блюд?	3
Есть ли в аккаунте ссылка на сайт?	4
Пользуется ли компания спросом у других людей?	5
Могу ли я на сайте посмотреть отзывы?	6
Где находится этот ресторан?	7
Могу ли заказать столик онлайн?	8

С помощью профиля «Типичного клиента» и полученных данных из Яндекс.Метрики, составим основные запросы, по которым ищут компанию New Mexico, которые представлены в Таблице 4.

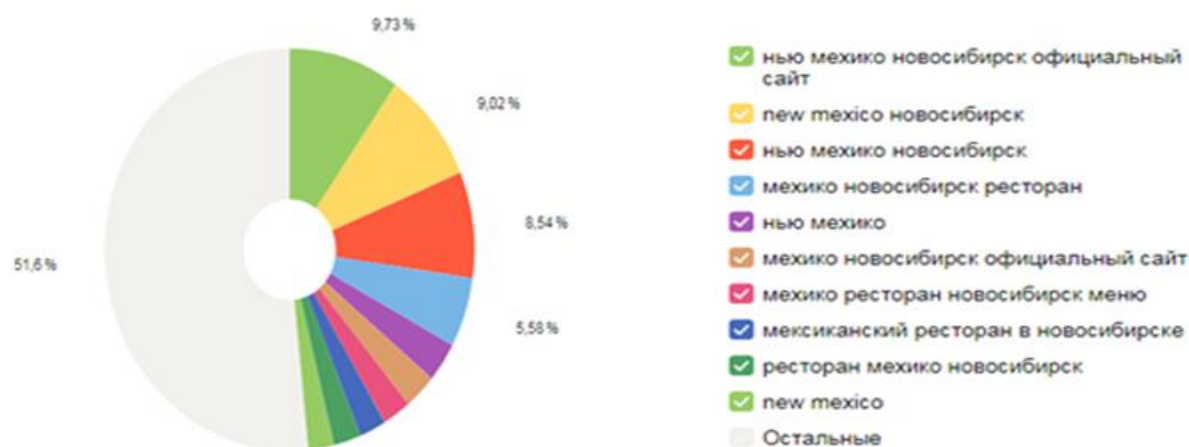


Рисунок 9. Данные Яндекс.Метрики по основным поисковым запросам

Основную часть запросов (51,6%) составляют «Остальные», то есть самые разнообразные запросы, но чаще всего используемым является «Нью Мехико Новосибирск официальный сайт».

Таблица 5

Топ-3 поисковых запросов для компании New Mexico

Ссылка на сайт	Продукт: «Мексиканская кухня»
Запрос №1	Нью Мехико Новосибирск официальный сайт
Запрос №2	Нью Мехико Новосибирск
Запрос №3	Мексиканский ресторан Новосибирск

Далее нам необходимо выявить основные факторы конкуренции, т.е. самые важные критерии, по которым потенциальные клиенты будут выбирать компанию. При составлении профиля «типичного клиента» мы выделили ожидаемые выгоды от взаимодействия с проектом: эксклюзивность, удобное местоположение, вкусовые качества продукта и возможность отдыха большой компанией. Оценка этих факторов представлена в Таблице 6.

На основании выделенных критериев определим из множества продуктов именно те, кто будут являться конкурентами продукта ООО «Мехико». Для этого составим таблицу с

потенциальными конкурентами компании, при их нахождении были использованы топ - 3 запроса клиентов по этому продукту.

Таблица 6

Основные факторы конкуренции

Продукт: «Мексиканская кухня»	
критерий	обоснование
Эксклюзивность	Для Ивана имеет значение статус заведения и его контингент, ресторан который он выберет должен отличаться от остальных
Удобное местоположение	Не менее важно и местоположение самого заведения, так как Иван ведет активный образ жизни, его походы с друзьями могут быть спонтанными
Вкусовые качества продукта	Очень важно, чтобы блюда стоили своих денег, в ином случае Иван больше в такое заведение не придет
Отдых большой компанией	Так как Иван любит собираться с друзьями, в таких заведениях должно быть достаточно места или должен быть специальный уединенный зал

Проведем сравнительный анализ аккаунтов в Instagram конкурентов ресторана New Mexico.

Таблица 7

Сравнительный анализ аккаунтов в Instagram конкурентов ресторана New Mexico

№	Название аккаунта	Аккаунт	Количество подписчиков
1	new_mexico_grandcafe New Mexico	https://www.instagram.com/new_mexico_grandcafe/	3702
2	mastersteaknsk Мастер.Стейк	https://www.instagram.com/mastersteaknsk/	2790
3	taqueria_del_centro TAQUERIA DEL CENTRO	https://www.instagram.com/taqueria_del_centro/	5111
4	Amigoacadem Амиго	https://www.instagram.com/amigoacadem/	232

Из таблицы 7 видно, что основным конкурентом ресторана New Mexico является Taqueria Del Centro. У данного кафе яркий и запоминающийся аккаунт, который наполнен фотографиями блюд, их клиентов и самих поваров. В своем аккаунте они используют разнообразный контент, проводят розыгрыши и дарят скидки своим подписчикам.

При помощи сервиса аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях Popsters проведем анализ посещаемости и активности конкурентов в Instagram.

Таблица 8

Анализ посещаемости и активности аккаунтов

Название аккаунта	Всего лайков (27 апреля- 26 мая)	Всего комментари ев (27 апреля- 26 мая)	Всего записей (27 апреля- 26 мая)	Количество подписчиков (27 апреля-26 мая)	ER post% (27 апреля- 26 мая)
new_mexico_grandcafe New Mexico	176	15	4	3702	1,290
mastersteaknsk Мастер.Стейк	0	0	0	0	0
taqueria_del_centro TAQUERIA DEL CENTRO	2150	16	18	5111	2,354
Amigoacadem Амиго	0	0	0	0	0

Таким образом, наибольший коэффициент вовлеченности наблюдается в аккаунте taqueria_del_centro (2, 354%), на втором месте new_mexico_grandcafe (1,290%). Исходя из полученных данных по выявлению прямых конкурентов, был найден только один конкурент прямой ООО «Мехико» это – небольшое кафе TAQUERIA. Анализ прямых конкурентов представлен в Таблице 9. По результатам проведенных анализов, главными критериями выбора продукта целевой аудитории являются: эксклюзивность, удобное местоположение, вкусовые качества продукта и возможность отдыха большой компанией.

Таблица 9

Анализ прямых конкурентов сайта

Критерий	http://newmexico.su/	http://friendsorchestra.ru/
Email-маркетинг. Форма подписки	нет	нет
Контент маркетинг. Блог (регулярность обновления)	Да (постоянно ведется страница в Instagramи Facebook)	Да (есть собственный блог в Facebook, а также страница в Instagram)
SMM. Ссылки на социальные сети	Да, ссылка на сайте	Да, ссылка на сайте
Механизм захвата лидов:		
форма “обратный звонок”	да	нет
формы заявки	да	нет
онлайн-консультант	нет	нет
физический адрес указан	да	да
Элементы доверия		

Критерий	http://newmexico.su/	http://friendsorchestra.ru/
гарантии	нет	нет
меню на сайте	да	нет
отзывы	да	да
Виды контента		
текстовый контент: статьи, обзоры, новости (по 5 баллам)	3	2
графический контент: фото, инструкции, инфографика, презентации (по 5 баллам)	4	3
видео контент: обзоры, обучающие видео (по 5 баллам)	3	2

Сравнивая ООО «Мехико» и прямого конкурента TAQUERIA, можно сделать вывод о том, что Instagram компании «New Mexico» более продуман и удобен в использовании, наличие в аккаунте номера телефона и прямой ссылки на сайт упрощает клиентам процедуру бронирования столиков и заказа еды

СЕКЦИЯ 2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 01

Никитенко Ю.В. Влияние строительства логистического центра на экономику Тюменской области

The influence of the construction of a logistic center on the economy of the Tyumen region

Никитенко Ю.В.

Магистр кафедры экономики в строительстве

г. Тюмень

ФГОУВО «Тюменский индустриальный университет»,

Nikitenko Yu.V.

FSEE «Tyumen Industrial University»,

Tyumen, Russia

Аннотация. В статье рассмотрена транспортно-логистическая инфраструктура и требования при определении места размещения ее объектов. Рассмотрены основные критерии выбора места расположения логистического центра. Проведен анализ влияния строительства логистического центра на экономику Тюменской области.

Ключевые слова: транспортно-логистическая инфраструктура, логистический центр, экономика, инвестиции, критерии, транспорт Тюменская область.

Abstract. The article discusses the transport and logistics infrastructure and the requirements for determining the location of its facilities. The main criteria for choosing the location of the logistics center are considered. The analysis of the impact of the construction of a logistics center on the territory of the Tyumen region is carried out.

Keywords: transport and logistics infrastructure, logistics center, economics, investments, impact, criteria, transport Tyumen region.

Транспортно-логистическая зона Тюменской области включает в себя железные и автомобильные дороги, водные и воздушные транспортные пути, также действующие и планируемые к строительству логистические центры (ЛЦ) [1].

Развитие транспортной сети Тюменской области, реализация на ее территории крупных транспортно-логистических проектов позволит существенно улучшить транспортное сообщение как между регионами УФО, так и в стране в целом [1].

Для совершенствования транспортно-логистической инфраструктуры (ТЛИ) необходим анализ и разработка наиболее оптимальных логистических систем доставки продукции тюменских товаропроизводителей, внедрение высоких перевозочных технологий, увеличение складских мощностей с целью консолидации товаров для достижения необходимого объема продукции.

Для управления сложными процессами перевозки грузов, используя различные виды транспорта, необходимо создание эффективной логистической структуры (ЛС). Изначально, для

формирования ЛС нужно предусмотреть строительство ЛЦ (рис. 1), который будет координировать весь транспортный процесс.

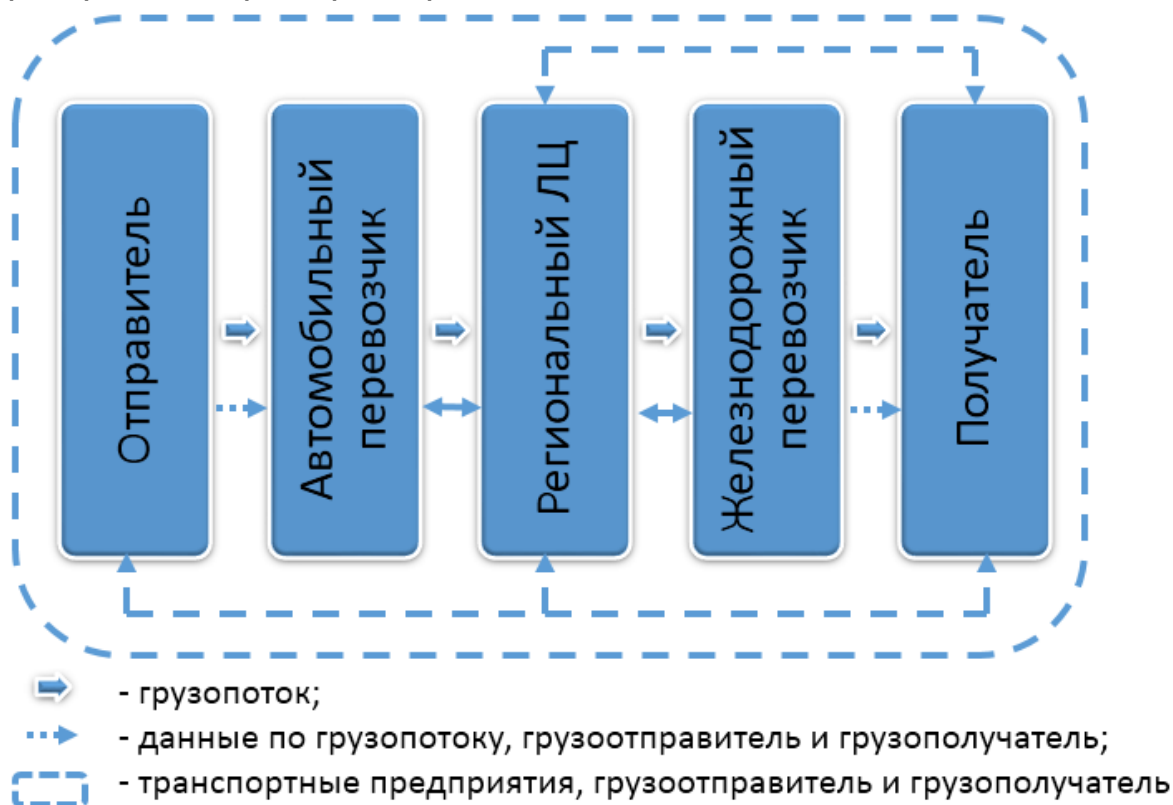


Рисунок 1. Схема взаимодействия элементов логистической системы

Далее формируется двухуровневая ЛС распределения разных объемов груза, предусматривающая наличие регионального ЛЦ – 1 уровень и локального – 2 уровень [2].

При определении места размещения объектов инфраструктуры ЛС на вышеуказанных уровнях, необходимо соблюдение следующих требований [3]:

- учитывать перспективные схемы развития инфраструктуры разных видов транспорта при размещении объектов;
- размещать объекты преимущественно в узловых точках устойчивого градостроительного развития;
- формировать объекты в зонах действующей транспортной сети и потребительского спроса;
- обеспечивать пропорциональность, комплектность и сбалансированность развития прилегающих территорий при размещении объектов.

Согласно концепции [1], основными направлениями при создании сети современных ЛЦ являются следующие:

- создание физической интеграции автомобильного, железнодорожного, воздушного и речного транспорта;

- модернизация ТЛИ;
- оптимизация грузо- и пассажиропотоков.

Для повышения эффективной и качественной работы с грузами, необходимо создать конкурентоспособный и ориентированный на потребителя ЛЦ [4]. Рассмотрим основные критерии выбора места расположения ЛЦ учитывая его функционирование и особенности строительства. Такие, как:

- уровень и степень социально-экономического развития территории;
- уровень развития транспортной и складской логистической инфраструктуры;
- наличие действующих транспортных коридоров и перспектив их развития;
- наличие узловых точек пересечения одного или нескольких видов транспорта;
- концентрация крупных грузопотоков;
- возможность накопления потоков информации;
- обслуживание разных видов транспорта [5].

Планируемый к строительству ЛЦ предлагается оборудовать и автоматизировать для выполнения погрузочно-разгрузочных работ, а также обеспечить новейшими компьютерами с информационными системами, с учетом возможности выхода на рынки других стран в перспективе.

Отведение новых территорий для ТЛИ создаст условия для привлечения бизнеса, а разумное распределение товаров улучшит планирование бизнес-идей. В этом случае предполагается снять нагрузку с уже существующих перегруженных ТЛИ Тюменской области, что снизит уровень вредного влияния транспорта на окружающую среду и население, переместив ЛЦ от жилой застройки и населенных территорий на окраину города [6].

С целью предоставления ориентированных на потребителя и конкурентоспособных услуг, ЛЦ будет располагать дополнительными элементами инфраструктуры для обеспечения всех видов деятельности при перевозке грузов. Для примера, планируется обеспечить:

- таможенные услуги;
- услуги почтовой службы;
- услуги экстренной доставки;
- пассажирские перевозки;
- парковку, хранение автомобилей;
- сдача в аренду машино-мест;
- дополнительные услуги по обработке и переработке грузов;
- технический сервис и т. д.

Организационная схема финансирования планируется в виде государственно-частного партнерства (ГЧП), т.к. она широко распространена и является наиболее экономически эффективной для компаний, управляющих ЛЦ. Формирование уставного капитала ЛЦ производится долевым участием государственных и частных партнеров, при этом основной акционер - государственные органы. При формировании ГЧП государственные органы участвуют в контроле финансовых параметров и параметров ТЛИ. Это необходимо, т.к.

строительство ЛЦ на первоначальном этапе требует больших инвестиционных вложений для создания всей ТЛИ, а также нужных услуг и коммуникаций.

Вклад ЛЦ в экономику Тюменской области является составной частью программы регионального развития и будет выступать частью развития ТЛИ. Строительство ЛЦ положительно повлияет на экономику и развитие региона и частично будет способствовать:

- закреплению роста капитала региона;
- расширению коммерческой деятельности;
- применению инновационных решений;
- укреплению правительственной поддержки льгот и квот для выполнения всех видов работ;
- улучшению экологической ситуации;
- вовлечению местных ресурсов в технологические процессы ЛЦ;
- обеспечению транспортного сектора рабочими местами;
- повышению уровня занятости населения.

Следовательно, эффект деятельности ЛЦ приведет не только к вышеуказанным экономическим результатам, но и окажет косвенное влияние, например, на трудоустройство населения Тюменской области.

Библиографический список

1. Приложение к распоряжению Правительства Тюменской области от 25.05.2009 №652-рп (в редакции распоряжений от 17.10.2018 №1301-рп). Концепция долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года. Тюмень, 2009, 140 с.
2. Бойко Н. И Транспортно-грузовые системы и склады. Учебное пособие для ВУЗов. М.: Феникс, 2007. 398 с.
3. Спиридонова М.Э., Фирцева С.В. Ветоды дислокации логистических мощностей в регионе // Научное сообщество студентов. Сборник материалов XVI Международной студенческой научно-практической конференции. Редколегия: О.Н. Широков [и др.]. 2017. С. 215-219.
4. Еловой И. А. Эффективность логистических систем (теория и методы расчетов). В 2 ч. Гомель, 2000.
5. Миротин Л. Б. Транспортная логистика. Учебник для ВУЗов (изд:2). М.: Экзамен, 2005. 511 с.
6. Спиридонова М.Э., Фирцева С.В. Инвестиционная привлекательность Тюменской области в рамках реализации инвестиционного проекта "Логистический центр" // Новые технологии — нефтегазовому региону: материалы Междунар. науч.- практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. — Тюмень, 2017. С. 234—236.

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

УДК 338.001.36

Дегтярев А.Е. Техничко-экономического обоснование вариантного проектирования фундаментов

Feasibility study of alternative design of foundations

Дегтярев А.Е.,
магистрант ТИУ
Degtyarev A.E.,
master's student at TIU

***Аннотация.** В статье автор рассматривает вопрос технико-экономического обоснования вариантного проектирования фундаментов.*

***Ключевые слова:** проектирование, фундамент.*

***Abstract.** In the article, the author examines the issue of a feasibility study for alternative design of foundations.*

***Keywords:** design, foundation.*

Актуальность темы статьи определена тем, что с использованием вариантного проектирования проводится обоснованный выбор решений, которые будут отвечать техническому заданию и требованиям заказчика, соответствовать нормам строительной безопасности.

Автор рассматривает вариантное проектирование фундаментов в комплексе, чтобы соблюсти баланс экономии затрат, достижения поставленных целей и безопасности здания.

Фундаментом называют подземную или подводную конструкцию, которая предназначена главным образом, для передачи давления на грунты, которые залегают на некоторой глубине.

Целесообразность использования того или иного вида фундамента, способа его изготовления и материала зависит от многих факторов, основными из которых являются сложность проекта, вид грунта и уровень грунтовых вод, материалы для строительства.

Вариантное проектирование [8] применяется, когда нужно обеспечить достижение результата с минимальными затратами. Возможны два направления для таких видов проектирования:

- сравнение двух и более проектных решений, выбор лучшего из них по комплексу показателей;

- выбор экономически оптимального варианта, в соответствии с исходными требованиями и условиями.

В рассматриваемом инвестиционном проекте проектирование фундаментов проводится в соответствии с требованиями СП 22.13330.2016 Основания зданий и сооружений. Актуализированная редакция СНиП 2.02.01-83*[3], для сравнения взяты ленточный и свайный фундамент.

1. Расчет ленточного фундамента

1.1 Определение нормативной глубины сезонного промерзания грунта:

Нормативная глубина сезонного промерзания грунта:

$$d_{fn} = d_0 * \sqrt{M_t} \quad (1)$$

где M_t - безразмерный коэффициент, численно равный сумме абсолютных значений среднемесячных отрицательных температур за год в Тюмень, принимаемый по таблице 5.1 СП 131.13330.2012 «Строительная климатология. Актуализированная версия СНиП 23-01-99*[1]».

$$M_t = 16,2 + 14,3 + 5,7 + 6,8 + 13,5 = 56,5;$$

d_0 - величина, принимаемая для разных видов грунтов.

Так как в проекте грунты неоднородного сложения, то значение d_0 определяется как средневзвешенное в пределах глубины промерзания, средняя глубина промерзания грунтов в городе Тюмень равна 2 м, $d_0 = 0,23$

$$d_{fn} = 0,23 * \sqrt{56,5} = 1,7 \text{ м}$$

Расчетную глубину сезонного промерзания грунта определим по формуле 2:

$$d_f = k_f * d_{fn} \quad (2)$$

где: d_{fn} - нормативная глубина сезонного промерзания грунта, равна 1,7 м;

k_h - коэффициент, учитывающий влияние теплового режима сооружения, равный 0,64 [1].

$$d_f = 0,64 * 1,7 = 1,1 \text{ м}$$

Подбираем глубину заложения фундамента в зависимости от уровня грунтовых вод. Определяя глубину заложения фундамента важно, чтобы выполнялось условие недопущения морозного пучения, в зависимости от расположения уровня грунтовых вод (УГВ) [3].

$$d_w = 2,5 \text{ м}, d_f = 1,1 \text{ м}, d_w \leq d_f + 2,0 \text{ (м)}, 2,5 \text{ м} \leq 1,1 \text{ м} + 2,0; 2,5 \text{ м} < 3,1 \text{ м};$$

Следовательно, глубина заложения фундамента должна быть не менее глубины сезонного промерзания грунта. Таким образом, принимаем глубину заложения фундамента для отапливаемого здания, без подвала: $d = 1,1 \text{ м}$.

1.2 Обоснование выбора типа основания и фундамента

Проектом предусмотрена бескаркасная конструктивная система с продольными и

поперечными несущими стенами, поэтому целесообразней применить ленточный фундамент с применением плит железобетонных для ленточных фундаментов маркой ФЛ6-12, фундаментных блоков маркой ФБС12.3.3. на естественном основании.

Определение требуемой площади фундамента по формуле 3:

$$A_{\text{усл}} = N / (R_0 - \gamma_{\text{ср}} * d) \quad (3)$$

где: $A_{\text{усл}}$ – требуемая площадь основания фундамента;

N – нагрузка, действующая на фундамент, равна 20,5 кН;

$\square_{\text{ср}} = 20 \text{ кН} / \text{м}^3$ – среднее значение удельного веса фундамента и грунта выше подошвы в пределах глубины заложения, принимаемое 20 кН / м³;

R_0 – ориентировочное расчетное сопротивление грунта третьего слоя, суглинок, равное 161,3 кПа;

d – глубина заложения фундамента, равна 1,1м.

$$A_{\text{усл}} = 19,2 / (161,3 - 20 * 1,1) = 0,14 \text{ м}^2$$

Однако для дальнейшего расчета примем площадь фундамента $A=0,72\text{м}^2$ исходя из габаритов ленточного фундамента 1,2*0,6 м.

Определение расчетного сопротивления грунта:

$$R = \frac{\gamma_{c1} * \gamma_{c2}}{k} (M_y * k_z * b * \gamma_{II} + M_q * d_1 * \gamma'_{II} + (M_q - 1) * d_b * \gamma'_{II} + M_c * c_{II})$$
$$R = \frac{1,1 * 1,0}{1,1} * (0,08 * 1 * 0,6 * 9,49 + 1,32 * 1,1 * 20,4 + (1,32 - 1) * 0 * 20,4 + 3,61 * 18) = 95,6 \text{ кПа}$$

Определим давление от фундамента на основание:

$$P = \frac{N}{A} + \gamma_{\text{ср}} * d = \frac{19,2}{0,72} + 20 * 1,1 = 48,67 \text{ кПа}$$

Делаем проверку условий:

$$P \leq R$$
$$48,67 \leq 95,6 \text{ кПа}$$

Условия выполняются, принимает фундамент площадью 0,72 м² со сторонам 1,2м х 0,6 м.

1.3 Расчет осадки фундамента методом послойного суммирования

Расчёт осадки фундамента мелкого заложения производим в соответствии с п. 5.6.31-5.6.42 СП 22.13330.2016. В ходе расчета должно выполняться условие: $S \leq S_u^{\text{max}}$, где s – совместная деформация основания и сооружения, определяемая расчетом; $S_u^{\text{max}}=18 \text{ см}$ – предельное значение деформации основания (таблица Г1 в приложении Г СП 22.13330.2016).

Осадку основания s определяем методом послойного суммирования по формуле 4:

$$S = \beta * \sum_{i=1}^n \frac{(\sigma_{zp,i} - \sigma_{zy,i}) * h_i}{E_i} \quad (4)$$

где $\alpha=0,8$ – безразмерный коэффициент;

$\sigma_{zp,i}$ - среднее значение вертикального нормального напряжения от внешней нагрузки в i -м слое грунта по вертикали, проходящей через центр подошвы фундамента;

h_i - толщина i -го слоя грунта, принимаемая не более 0,4 ширины фундамента;

E_i - модуль деформации i -го слоя грунта по ветви первичного нагружения;

$\sigma_{z\alpha,i}$ - среднее значение вертикального напряжения в i -м слое грунта по вертикали, проходящей через центр подошвы фундамента, от собственного веса вы- бранного при отрывке котлована грунта;

n - число слоев, на которые разбита сжимаемая толща основания.

Результаты расчётов по определению природного и дополнительного давления сведены в таблицу 1:

Таблица 1

Расчет осадок фундаментов методом послойного суммирования

	№ слоя	h слоя, м	E, МПа	σ_{zg} кПа	$\sigma_{z\alpha}$ кПа	σ_{zp} кПа	$\alpha(2z/b_{\phi}) / (l_{\phi})/b_{\phi})$	$\alpha(2z/b_{\kappa}) / (l_{\kappa})/b_{\kappa})$
с у г л и н о к	0	0	3,51	$20,4*1,1=22,44$	22,44	48,67	1	1
	1	0,2	3,51	$22,44+20,4*0,2=26,52$	22,37	43,99	0,904	0,997
	2	0,2	3,51	$26,52+20,4*0,2=30,6$	22,31	33,09	0,680	0,994
	3	0,2	3,51	$30,6+20,4*0,2=34,68$	22,26	23,22	0,477	0,992
	4	0,2	3,51	$34,68+20,4*0,2=38,76$	22,19	16,35	0,336	0,989
	5	0,2	3,51	$38,76+20,4*0,2=42,84$	22,13	12,22	0,251	0,986
	6	0,2	3,51	$42,84+20,4*0,2=46,92$	22,06	9,19	0,189	0,983

Нижняя граница сжимаемой толщи основания находится на глубине:

$z = H_c = 1,2$ м, где выполняется условие $0,2\sigma_{zg,i} \geq \sigma_{zp,i}$ (т.к. $E \leq 7$ МПа);

$0,2\sigma_{zg} = 0,2*46,92=9,38 > \sigma_{zp} = 9,19$ - условие выполняется.

Глубина сжимаемой толщи, в пределах которой определяется осадка фундамента, не должна быть меньше $H_{min}=b/2=0,6м/2=0,3м$ (пр $b \leq 10м$).

Полученное значение $S = 0,1$ см находится в пределах нормы $s^{max}=18$ см.

2. Расчет свайного фундамента.

К расчету принята буронабивная свая БССм по СП 50-102-2003:

- длина сваи – 3м;
- диаметр сваи 400мм;

В данном проекте конструктивная схема здания бескаркасная с поперечными и продольными несущими стенами, следовательно, рационально применить ленточный ростверк.

Определим высоту ростверка: $h_p \geq h_0 + 0,25$ м, где h_0 – значение заделки сваи в ростверк, принимаемое не менее 5 см. $h_p \geq 0,05$ м + 0,25 м = 0,3м = 30см. Длина

подшвы ростверка 1п.м. Ширину ростверка при однорядном расположении свай принимаем конструктивно 600м.

2.1 Выбор типа и конструкции свай

Выбор длины свай производится в зависимости от грунтовых условий строительной площадки, уровня расположения подшвы ростверка с учетом возможностей имеющегося оборудования для устройства свайных фундаментов. Нижний конец свай должны быть заглублен в малосжимаемые грунты, прорезая более слабые напластования грунтов.

Длина свай равна: $L = \sum_{i=1}^n h_i + \alpha = 2,2\text{м} + 0,5\text{м} + 0,3\text{м} = 3\text{м}$.

2.2 Определение несущей способности свай

Несущая способность F_d , кН, забивной свай погружаемой с выемкой грунта, работающих на сжимающую нагрузку, следует определять как сумму сил расчетных сопротивлений грунтов основания под нижним концом свай и на ее боковой поверхности.

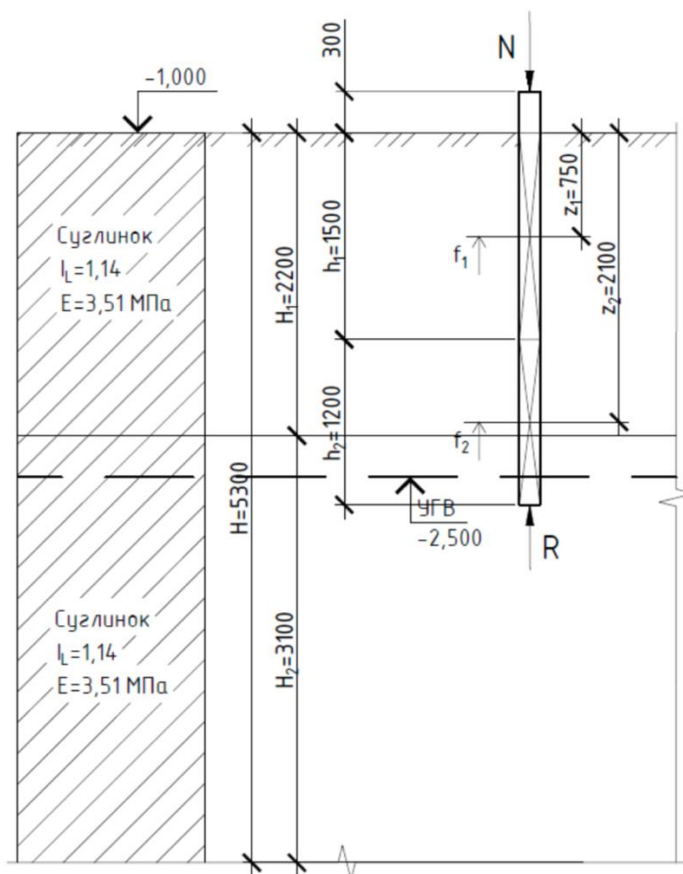


Рисунок 1. Схема к определению несущей способности висячей свай

$$F_d = 1 * (1 * 250 * 0,126 + 1,256 * 0,8 * (1,5 * 1,5 + 4,05 * 1,2)) = 38,64 \text{ кН}$$

2.4 Определение количества свай

Среднее давление на основание под ростверком определяется по формуле 5:

$$P_p = \frac{N_{\text{пр}}}{(3d)^2} \quad (5)$$

где $N_{\text{пр}}$ - предельно допустимая нагрузка, передаваемая на сваю, определяемая по формуле 6:

$$N_{\text{пр}} = \frac{\gamma_0 F_d}{\gamma_n \gamma_k} \quad (6)$$

где, F_d - предельное сопротивление грунта основания одиночной сваи (несущая способность сваи);

γ_0 - коэффициент условий работы, учитывающий повышение однородности грунтовых условий при применении свайных фундаментов, принимаемый равным 1 при односвайном фундаменте;

γ_n - коэффициент надежности по назначению сооружения, принимаемый равным 1,15 для сооружений 2 уровня ответственности;

γ_k - коэффициент надежности по грунту, принимаемый равным 1,4, так как несущая способность сваи определена расчетом.

$$N_{\text{пр}} = \frac{1 * 38,64 \text{ кН}}{1,15 * 1,4} = 24 \text{ кН}$$

$$P_p = \frac{24 \text{ кН}}{(3 * 0,4)^2} = 20 \text{ кН/м}^2$$

Определим количество свай в фундаменте:

$$n = \frac{N_0 * \eta_m}{N_{\text{пр}}} = \frac{19,2 * 1}{24} = 0,8 \approx 1 \text{ шт}$$

К расчету принимаем 1 сваю. В данном проекте ленточный фундамент (под стенами), сваи располагаются в один ряд.

2.5 Расчет осадки основания свайного фундамента расчет осадки одиночной сваи

Расчет осадки одиночных висячих свай в линейно-деформируемом полупространстве при выполнении условия $l/d > G_1 l / G_2 d > 1$ производят по формуле 7:

$$S = \beta \frac{N}{G_1 l} \quad (7)$$

где N - вертикальная нагрузка, передаваемая на сваю, МН;

l - длина сваи, м;

d - наружный диаметр поперечного сечения ствола сваи, м;

G_1 - модуль сдвига слоя грунта, прорезаемого сваей, МПа;

ν_1 - коэффициент Пуассона слоя грунта, прорезаемого сваей;

G_2 - модуль сдвига грунта под нижним концом сваи, МПа;

ν_2 - коэффициент Пуассона грунта под нижним концом сваи;

$\beta' = 0,17 \cdot \ln(k\nu G_1 l / G_2 d)$ - коэффициент, соответствующий абсолютно жесткой свае ($EA = \infty$).

Определяем осадку одиночных свай:

$$S' = \beta \frac{N}{G_1 l} = 0,33 \frac{0,0192}{1,3 * 3} = 0,0016 \text{ м} = 0,16 \text{ см}$$

$$S' \leq S$$

$$0,16 \text{ см} \leq 18 \text{ см}$$

Расчетная осадка одиночной сваи не превышает среднюю допустимую осадку.

Произведем укрупненный расчет стоимости строительства [7] фундамента. Расчет выполнен на основе укрупненных расценок на земляные работы, устройство фундаментов и искусственных оснований. Выбор наиболее рационального фундамента представлен в таблице 2.

Таблица 2

Экономическое сравнение вариантов фундаментов

№ п/п	Наименование работ	Ед. изм.	Стоимость за единицу измерения, руб.	Количество	Общая стоимость, руб
1	2	3	4	5	6
1 вариант: ленточный фундамент под несущие стены					
А. Земляные работы					
1.	Разработка глинистых грунтов глубиной до 3м	м ³	2-00	$V_k = \frac{1,1}{6} [13,5 * 14 + (13,5 + 15) * (14 + 14,5) + 15 * 14,5 = 223,4$	446,80
2.	Доработка грунта вручную	м ³	2-10	$V = 1,1(14,5 * 2 + 15 * 2) * 0,1 = 6,49$	13,63
Б. Устройство фундамента					
3.	Устройство подготовки под фундаменты щебеночно-гравийной	м ³	11-50	$V = (2 * 13,5 * 0,6 * 1,2 + 2 * 14 * 0,6 * 1,2) * 0,2 = 5,004$	57,55
4.	Устройство ленточных фундаментов и стен подвалов из сборных бетонных блоков марки М100	м ³	53-00	$V = 2 * 13,5 * 0,6 * 1,1 + 2 * 14 * 0,6 * 1,1 = 36,3$	1923,90
5.	Гидроизоляция фундаментов обмазочная горячим битумом за 2 раза двумя слоями рубероида и защитным слоем глины	м ²	4-00	$V = S_{\text{изол}} = 2 * 13,5 * 1,1 + 2 * 14 * 1,1 = 60,5$	242,00
					Итого: 2683,88 руб.
2 вариант: свайный фундамент из буронабивных свай					
6.	Устройство буронабивных свай из бетона марки М200 без уширения	м ³	58,3	$0,38 \text{ м}^3 * 24 \text{ шт} = 9,04$	527,22
					Итого: 527,22 руб.

Следовательно, наиболее экономичным и менее трудозатратным получился свайный буронабивной фундамент.

Таким образом, чтобы дать заказчику возможность обоснованного выбора, делаются технические и экономические расчеты по выбранным вариантам. Для этого изучается возможность применения стандартных или современных конструкций, материалов и технологий, проводятся расчеты нагрузок для разных вариантов строительства объекта.

Библиографический список

1. СП 131.13330.2012 «Строительная климатология». // Минрегионразвития РФ. – М.: ОАО «ЦПП», 2012. – 113 с.
2. СП 20.13330.2016 «Нагрузки и воздействия». // Минрегионразвития РФ. – М.: ОАО «ЦПП», 2016. – 105 с.
3. СП 22.13330.2016 «Основания зданий и сооружений» / Минстрой России – М., 2014. – 228 с.
4. СП 24.13330.2011 «Свайные фундаменты». // Минрегионразвития РФ. – М.: ОАО «ЦПП» – М., 2010 – 90 с.
5. СП 50-102-2003. Проектирование и устройство свайных фундаментов. М., ГУП ЦПП, 2004 – 87 с
6. Братусь Н. Г. Вариантное проектирование в разделе «Металлические конструкции» дипломного проекта одноэтажного промздания // Вісник ПДАБА. 2011. №8 (161). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/variantnoe-proektirovanie-v-razdele-metallicheskie-konstruktsii-diplomnogo-proekta-odnoetazhnogo-promzdaniya> (дата обращения: 29.10.2020).
7. Мелер Н.В., Некрасова И.Ю. Сравнительный анализ и обоснование стоимости строительства малоэтажного дома // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – Киров - №5 ч.1-2017 –с.110-112
8. Цветкова П. Ю. Вариантное проектирование оснований и фундаментов автосалона "Тойота" в г. Энгельс // Современные инновации. 2016. №6 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/variantnoe-proektirovanie-osnovaniy-i-fundamentov-avtosalona-toyota-v-g-engels> (дата обращения: 29.10.2020).

УДК 346.7

Дегтярева К.Ю. Финансирование строительства детского сада

Financing the construction of a kindergarten

Дегтярева К.Ю.,
магистрант ТИУ
Degtyareva K.Yu.,
master's student at TIU

Аннотация. В статье автор рассматривает вопрос финансирования строительства детского сада

Ключевые слова: финансирование, строительство.

Abstract. In the article, the author considers the issue of financing the construction of a kindergarten

Keywords: financing, construction.

Актуальность темы статьи определена тем, что детские дошкольные учреждения (ДОУ) являются наиболее массовыми объектами гражданского строительства, проектирование и строительство которых тесным образом связано с реализацией жилищной программы и с социальной сферой жизнедеятельности населения. Автор рассматривает государственно-частное партнерство как наиболее гибкий и перспективный инструмент для привлечения частных инвестиций при строительстве ДОУ.

В Тюменской области на начало 2019 года услуги детям дошкольного возраста оказывали 502 организации, среди которых муниципальные дошкольные образовательные учреждения, комплексы "начальная школа - детский сад", общеобразовательные организации с отделениями и группами дошкольного образования, государственные и негосударственные дошкольные организации. В результате активного строительства новых зданий детских садов, использования внутренних резервов системы образования, приобретения помещений у частных инвесторов за последние 10 лет создано дополнительно более 29,4 тыс. мест для детей дошкольного возраста.

Опросы более чем трети покупателей жилья показывают, что наличие школы или детского сада рядом с домом является важным преимуществом новостройки. Исходя из долгосрочного прогноза демографического роста детского населения необходимость в строительстве детских садов возрастет.

В настоящее время практически все субъекты и муниципалитеты Российской Федерации используют различные механизмы для устранения дефицита мест в ДОУ, в том числе применяют схемы государственно-частного партнерства.

Государственно-частное партнерство – сотрудничество между государством (в лице федеральных и/или региональных органов власти) и частным инвестором в целях реализации конкретного проекта.

Со стороны Государства (здесь и далее также – Публичный партнер, Концедент) сохраняется контроль за объемом и качеством предоставляемых услуг, а частный инвестор берет на себя обязательства по оказанию услуг.

Модель финансирования ГЧП представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Модель финансирования ГЧП.

Преимущества ГЧП, основные плюсы:

- максимальная экономическая эффективность;
- внедрение инновационных решений и передовых технологий;
- уменьшение государственных расходов и госдолга;
- ускоренная модернизация инфраструктуры;
- уменьшение сроков строительства;
- повышение качества проектирования, строительства и эксплуатации объектов инфраструктуры;
- сокращение эксплуатационных затрат и экономия бюджетных средств на этапе эксплуатации;
- перенос части рисков проектов на частный бизнес.

Схема распределения рисков представлена в таблице 1.

Таблица 1

Схема распределения рисков

Возможная схема распределения рисков	
Государство	Частный сектор
Риски предоставления земель Политические риски и риски изменения законодательства Валютные риски и риски инфляции	Риски строительства Риски финансирования Эксплуатационные риски
Возможная схема распределения рисков	
Государство	Частный сектор
Риски забастовок Частично риски недостаточного спроса на услуги	Частично риски недостаточного спроса на услуги

Финансовый эффект Государства при реализации модели ГЧП представлен на рисунке 2.

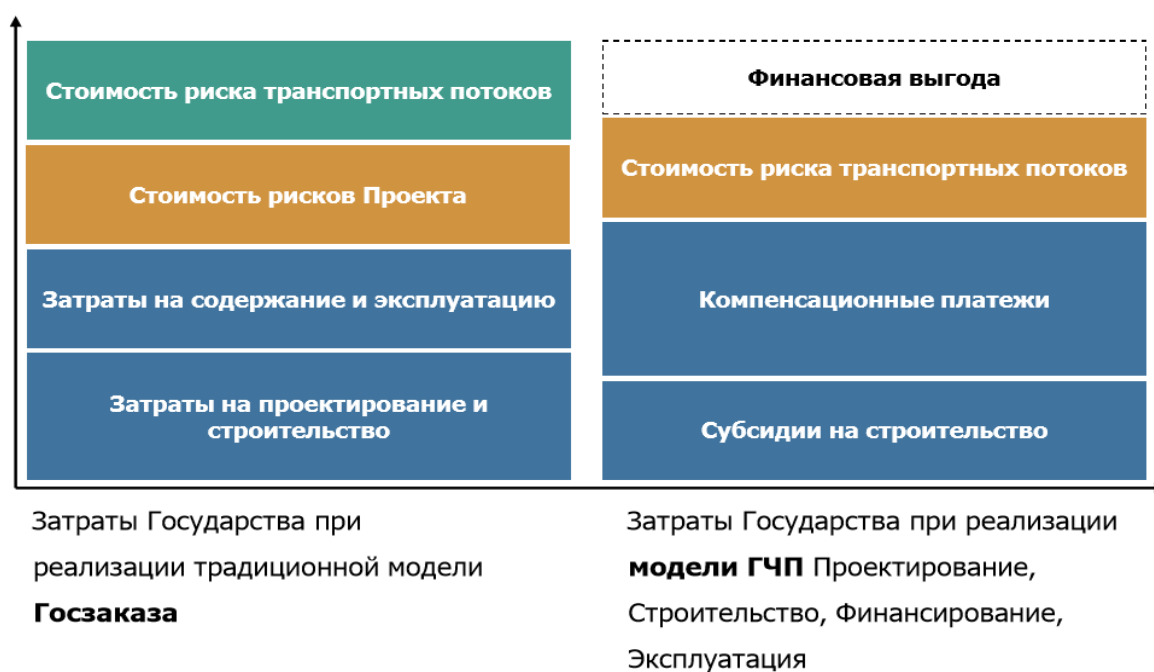


Рисунок 2. Финансовый эффект Государства при реализации модели ГЧП

Схема ГЧП-проекта представлена на рисунке 3.

Основные виды источников финансирования Проектов ГЧП:

- акционерное финансирование: наиболее дорогой и незащищенный от проектных рисков источник;

- мезонинное и субординированное финансирование: источник, занимающий промежуточное место между акционерными и кредитными ресурсами;
- проектное финансирование: специализированный кредитный продукт, предназначенный для финансирования обособленных проектов;
- инфраструктурные облигации: специализированный облигационный выпуск, предназначенный для финансирования обособленных инфраструктурных проектов;
- лизинговые механизмы: стандартный алгоритм приобретения основных средств;
- экспортно-кредитное финансирование: проектное финансирование под покрытие специализированных экспортно-кредитных институтов;
- государственное финансирование: полное/частичное финансирование за счет федеральных/региональных источников.

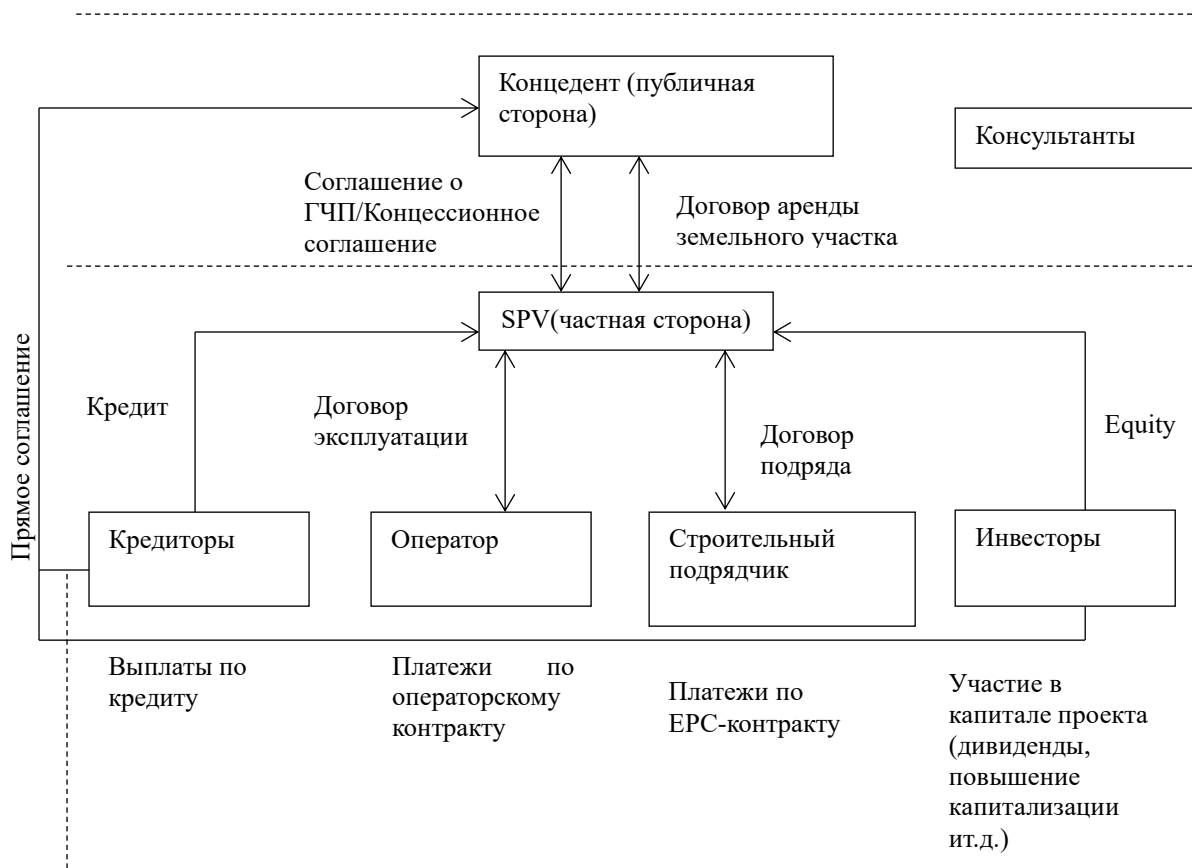


Рисунок 3. Базовая схема ГЧП-проекта

Возможные критерии Проектов ГЧП

При участии в реализации крупных инфраструктурных проектов Банк тщательно изучает следующие аспекты:

- бюджет проекта (крупные проекты);

- наличие частных инвесторов, заинтересованных в проекте и способных обеспечить финансирование за счет собственных средств в объеме не менее 20% бюджета проекта;
- наличие у заинтересованного инвестора опыта реализации подобных проектов;
- готовность участников к распределению рисков;
- использование при реализации проекта «обкатанных» и успешно применяемых технологий;

- наличие необходимых для проекта земельных участков;
- наличие необходимых решений/согласований/лицензий;
- проработанная и согласованная Регионом с Регулятором тарифная политика;
- адекватное обеспечение Кредитора;
- проработанная юридическая, коммерческая, финансовая и техническая концепция проекта (с привлечением специализированных профессиональных консультантов).

Данный механизм удобен для реализации социально важных проектов. Однако необходимо подчеркнуть, что строительство садов для компании – это проявление социальной ответственности, так как рентабельность этих проектов практически не предполагает прибыли для инвесторов.

В заключении отметим, что успех реализации Проекта в рамках ГЧП во многом зависит от качества подготовки конкурсной документации для проведения конкурса по отбору частных партнеров, разработки критериев отбора частных партнеров и концессионного или инвестиционного соглашения, сбалансировано оформляющего взаимоотношения публичного и частного партнера.

Библиографический список

1. Килинков В. В. Государственно-частное партнерство в сфере высшего образования и науки в России // Вестник СПбГУ. Серия 14. Право. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-sfere-vysshego-obrazovaniya-i-nauki-v-rossii> (дата обращения: 28.10.2020).

2. Кирсанов А. Р. Строительство детских садов и школ: законодательство и практика // Имущественные отношения в РФ. 2015. №6 (165). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stroitelstvo-detskih-sadov-i-shkol-zakonodatelstvo-i-praktika> (дата обращения: 28.10.2020).

3. Савченко И. И, Сидорова Н.Г, Кочева Е.В., Матев Н.А. Государственно-частное партнерство в России: современное состояние и проблемы развития // Вестник ТГЭУ. 2015. №1 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-i-problemy-razvitiya> (дата обращения: 28.10.2020).

4. Проектирование детских дошкольных учреждений. Справочное пособие. URL: <http://www.ligametalla.ru/> (дата обращения: 26.10.2020).

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 338

Минеева В.М., Трегубова О.В. Сравнительный анализ функционирования малых и крупных предприятий российской федерации в период пандемии Covid-19

Comparative analysis of the functioning of small and large enterprises of the Russian Federation during the Covid-19 pandemic

Минеева Вера Михайловна, Трегубова Ольга Викторовна

Уфимский Государственный Нефтяной Технический Университет, г. Уфа

Mineeva Vera Mikhailovna, Tregubova Olga Viktorovna

Ufa State Oil Technical University, Ufa

Аннотация. В данной статье рассматривается, что крупное системообразующее предприятие не страдает от существенно наложенных ограничений и сложившейся ситуации, а представители малого бизнеса несут полную нагрузку. Также в рассматриваемой в статье, является предположение о том, что кризис не носит системного характера и что Россия может преодолеть его с минимальными потерями.

Целью данной работы было продемонстрировать влияние пандемии на крупный и малый бизнес, а также выявить параметры текущего кризиса и обосновать способность России преодолеть эту ситуацию. Для подтверждения рассматриваемых проблем был проведен статистический анализ показателей развития бизнеса, позволивший сделать ряд выводов о сильном влиянии пандемии на малый бизнес и незначительном влиянии на крупные предприятия.

Ключевые слова: пандемия, развитие бизнеса, кризис, государственная поддержка, малый бизнес

Abstract. This article examines that a large backbone enterprise does not suffer from significantly imposed restrictions and the current situation, and representatives of small businesses bear the full load. Also considered in the article, there is an assumption that the crisis is not systemic and that Russia can overcome it with minimal losses.

The aim of this work was to demonstrate the impact of the pandemic on large and small businesses, as well as to identify the parameters of the current crisis and substantiate Russia's ability to overcome this situation. To confirm the problems under consideration, a statistical analysis of business development indicators was carried out, which made it possible to draw a number of conclusions about the strong impact of the pandemic on small businesses and insignificant impact on large enterprises.

Keywords: pandemic, business development, crisis, government support, small business

Сегодня практически все высказывают свое мнение о последствиях пандемии COVID-19 в 2020 году. Следует отметить, что этот кризис носит не системный, а особый характер развития: во-первых, экономика падает не от болезни и вируса, а от принимаемых государством мер по ее остановке; во-вторых, ключевой особенностью сегодняшнего кризиса является контролируемое снижение активности за счет государственных мер; в-третьих, распределение издержек крайне неравномерно из-за полной остановки некоторых отраслей

промышленности, перевода на дистанционный формат и работы в соответствии со строгими санитарно-эпидемиологическими мерами.

Как известно, на эффективность деятельности предприятий влияет целый ряд внешних и внутренних факторов. В связи с этим предприятия анализируют риски, связанные с изменениями внутренней и внешней среды, адаптируют свой бизнес к изменениям в стране и мире. Однако некоторые факторы, имеющие низкую вероятность возникновения риска, иногда могут нанести больший вред, чем факторы с более высокой вероятностью их возникновения. Примером такой ситуации может служить пандемия COVID-19, охватившая мир с декабря 2019 года. Ниже мы проанализируем "в цифрах" динамику ситуации в России. В качестве временного периода анализа были взяты данные со второй декады марта 2020 года и до 30 апреля 2020 года. Выбор именно этого периода для анализа был мотивирован следующими соображениями:

1. к 10 марта число людей, инфицированных инфекцией COVID-19 в России, исчислялось единицами и было статистически незначимым. Это также помогает минимизировать рыночные сбои, вызванные трениями между Россией и ОПЕК + и последующим падением стоимости нефти на мировых рынках и последующей девальвацией российского рубля на 10-15%.

2. в России режим изоляции был введен президентом России Владимиром Путиным с последних дней марта, что позволяет оценить экономические тенденции до и после этого события.

Итак, в России за анализируемый период наблюдался резкий экспоненциальный рост численности лиц, заболевших COVID-19.

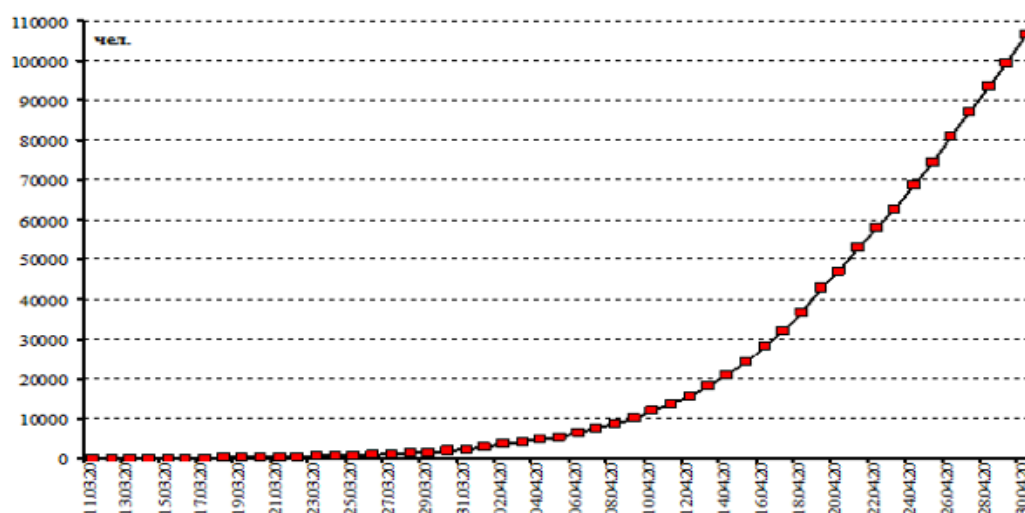


Рисунок 1. Общее на конкретную дату количество лиц в РФ с подтвержденным диагнозом COVID-19.

Проанализируем на основе официальных данных, как реализовывались распоряжения в трех городах Российской Федерации.

На рисунке 2 представлены суточные индексы изоляции (разрабатываемые и рассчитываемые ежедневно Яндексом): Москва (столица), Ростов-на-Дону (областной центр) и Таганрог (среднероссийский город). Аппроксимация этих данных (синяя пунктирная линия на рисунке) показала, что ситуация была следующей независимо от местности:

1. в начале режима самоизоляции повсеместно наблюдалось положительное отношение населения к нему. Людям была предоставлена возможность "снова отдохнуть", финансы населения за этот период не понесли серьезных потерь;

2. далее, с расширением режима самоизоляции, финансовая подушка населения, значительная часть которого не может работать "на расстоянии" в силу определенной специфики, стала смягчаться. В то же время стало ясно, что государство не может ни обеспечить уровень доходов изолированных индивидов, в том числе за счет субсидий, ни должным образом контролировать передвижение населения. В результате значительная часть населения стала нарушать установленный режим и участвовать в трудовой деятельности (в том числе и "партизанским методом").

Представители малого и среднего бизнеса, видя отсутствие мер поддержки со стороны государства и не зная четкого срока действия ограничительных мер, решили позаботиться о себе сами.

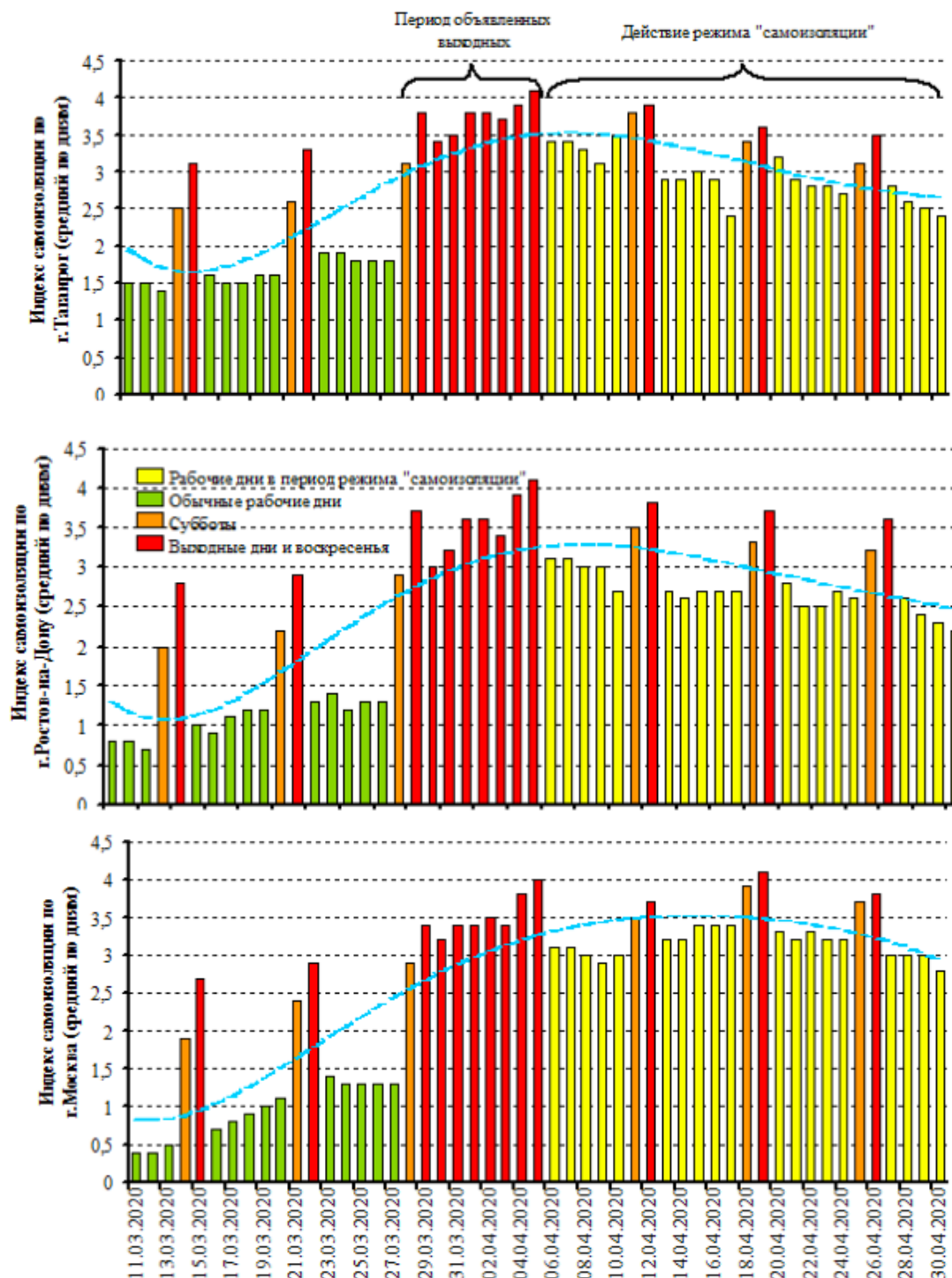


Рисунок 2. Динамика индекса самоизоляции Yandex по трем городам РФ.

Анализ показывает, что только введение жестких мер в Москве, таких как цифровые пропуска и огромные штрафы, является эффективным средством блокирования передвижения населения по городу.

С другой стороны, обращает на себя внимание ситуация с крупными предприятиями, которые не несут серьезных убытков в период действия ограничительных мер, поскольку пользуются полной поддержкой правительства. Особенно:

- 15 апреля 2020 года российское руководство предложило выделить 23 миллиарда рублей на поддержку российских авиаперевозчиков, которые серьезно пострадали от распространения инфекции COVID-19;

- для ряда стратегических предприятий государство предоставило кредиты с государственными субсидиями в размере ключевой ставки Банка России, кроме того, половина кредита обеспечена госгарантиями Минфина России;

- 3,5 млрд рублей было выделено на возмещение расходов турфирм, связанных с невозвратными тарифами на авиаперелеты, а также на организацию вывоза туристов из-за рубежа, где сложилась неблагоприятная эпидемиологическая обстановка.

В результате можно сделать вывод, что с конца апреля 2020 года крупные предприятия практически не имели потерь из-за пандемии.

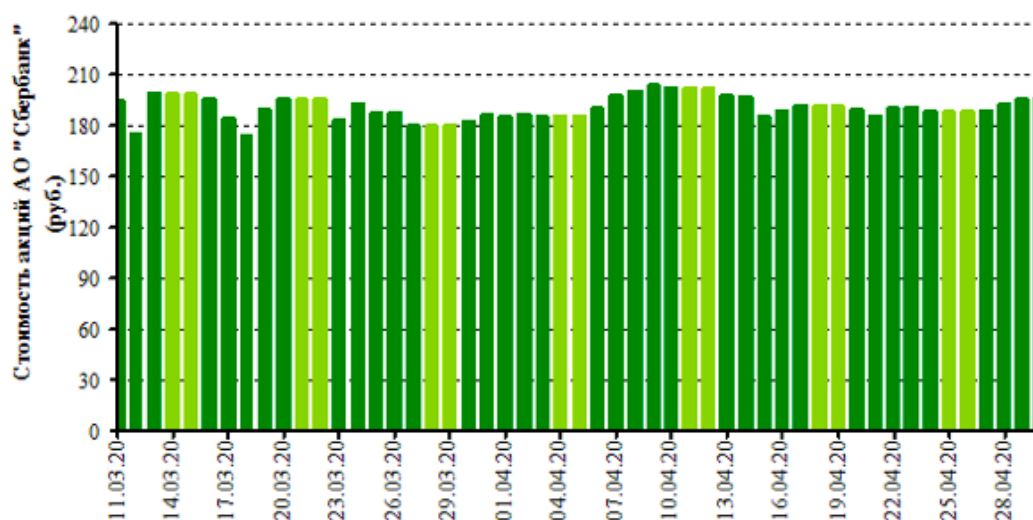


Рисунок 3. Динамика стоимости акций ПАО Сбербанк.

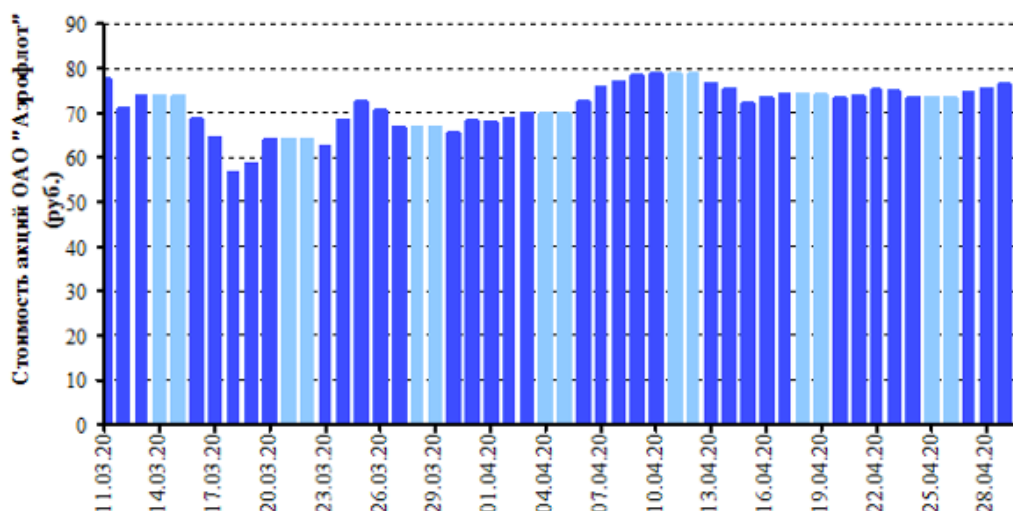


Рисунок 4. Динамика стоимости акций ОАО «Аэрофлот».

В целом при анализе графических данных на рисунках 3 и 4 можно отметить, что режим самоизоляции практически не оказал влияния на рыночную стоимость акций Сбербанка - максимальное отклонение стоимости одной акции от средней за весь анализируемый период составило 8,67%, что соответствует нормальным динамическим показателям.

Что касается стоимости акций "Аэрофлота", то очевидно, что цена акций компании несколько снизилась еще до введения режима изоляции и до объявленных президентом мер поддержки отрасли. Однако в дальнейшем, после окончания обязательных выходных дней в начале апреля 2020 года, позиции вернулись, и курс стабилизировался к концу месяца.

Достаточно стабильны на протяжении анализируемого периода и биржевые индексы ММВБ и РТС, что отображено на рисунках 5 и 6.

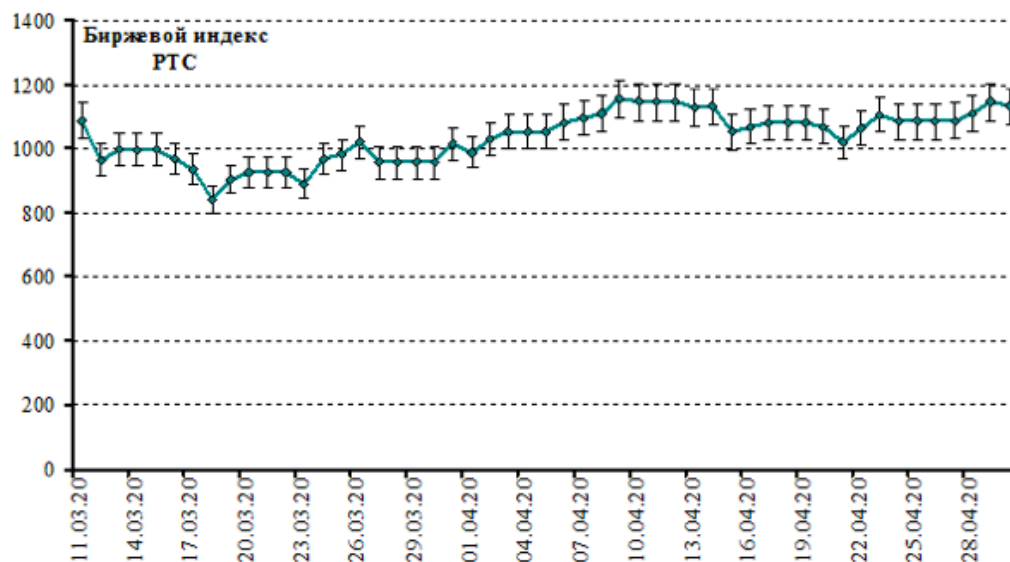


Рисунок 5. Динамика биржевого индекса РТС.

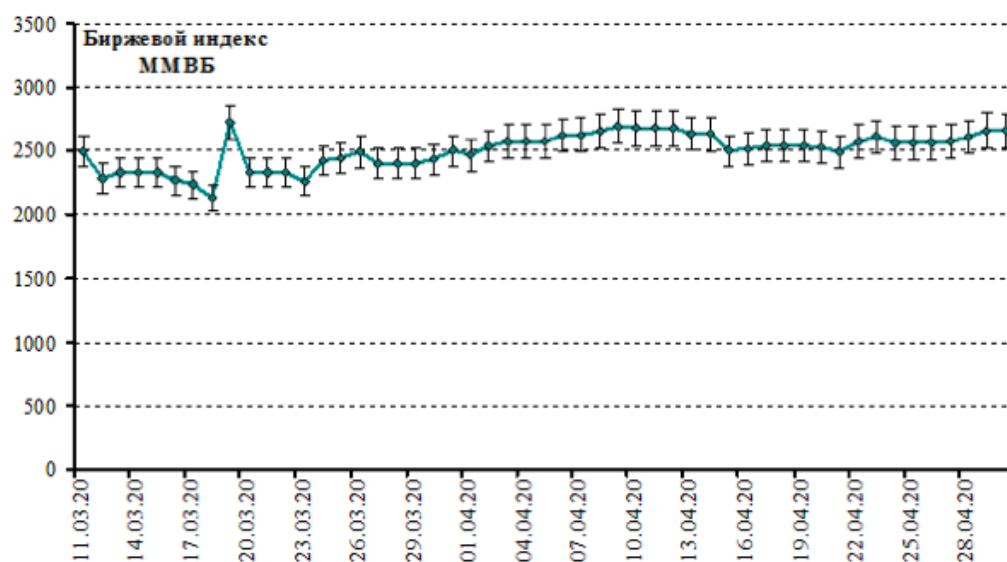


Рисунок 6. Динамика биржевого индекса ММВБ.

На приведенных выше графиках показаны дневные значения фондовых индексов с 5% предельными отклонениями. Анализ динамики индексов показывает, что их суточные значения, за редким исключением (11, 18 - 19 марта 2020 г.), отличались от предыдущих значений не более чем на 5%. В тех же условиях отклонение не превышало 10%. То есть в целом можно признать, что биржи довольно спокойно отреагировали на прекращение производства.

Еще одним свидетельством отсутствия негативного влияния пандемии COVID-19 на деятельность внутреннего сегмента корпоративного рынка является отсутствие корреляции между количеством инфицированных людей в стране и анализируемыми ниже показателями.

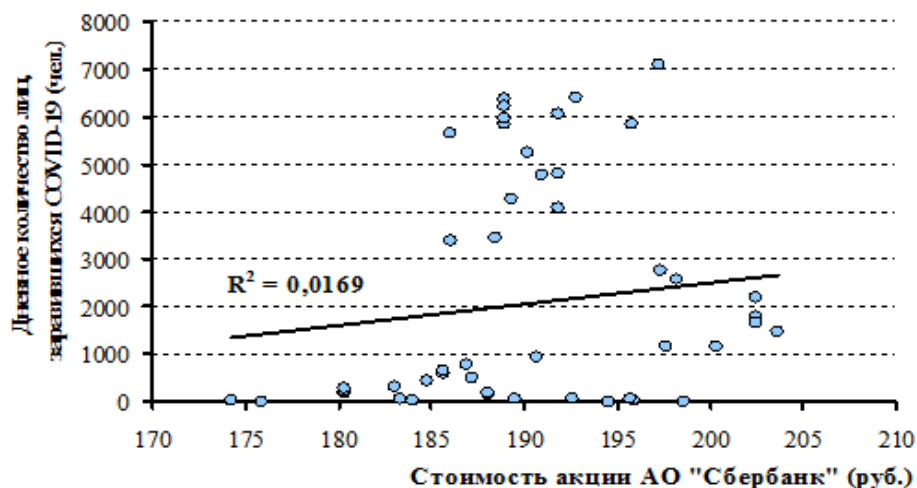


Рисунок 7. Зависимость стоимости акций ПАО Сбербанк и количества заразившихся.

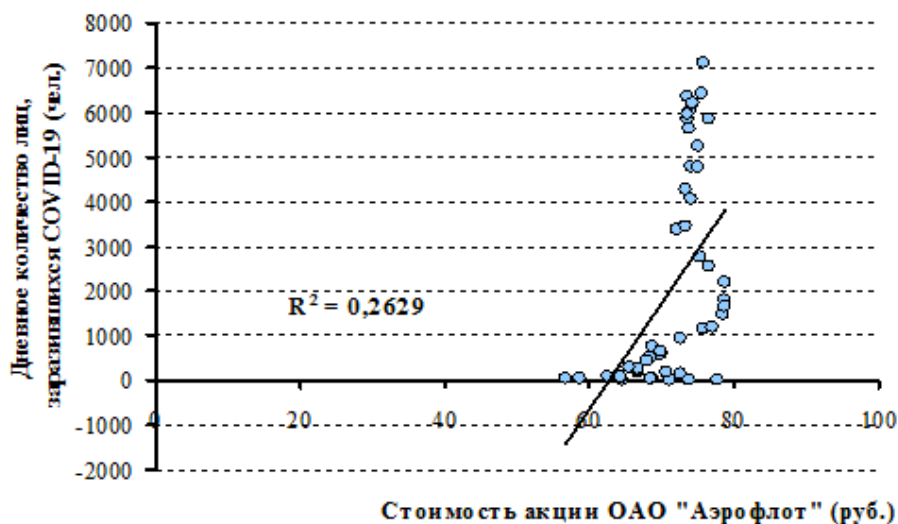


Рисунок 8. Зависимость стоимости акций ОАО «Аэрофлот» и количества заразившихся.

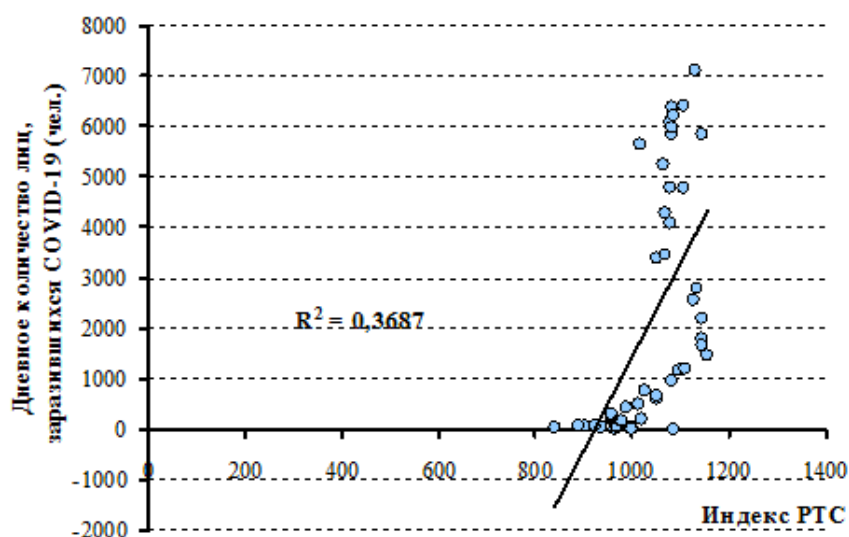


Рисунок 9. Зависимость биржевого индекса РТС и количества заразившихся.

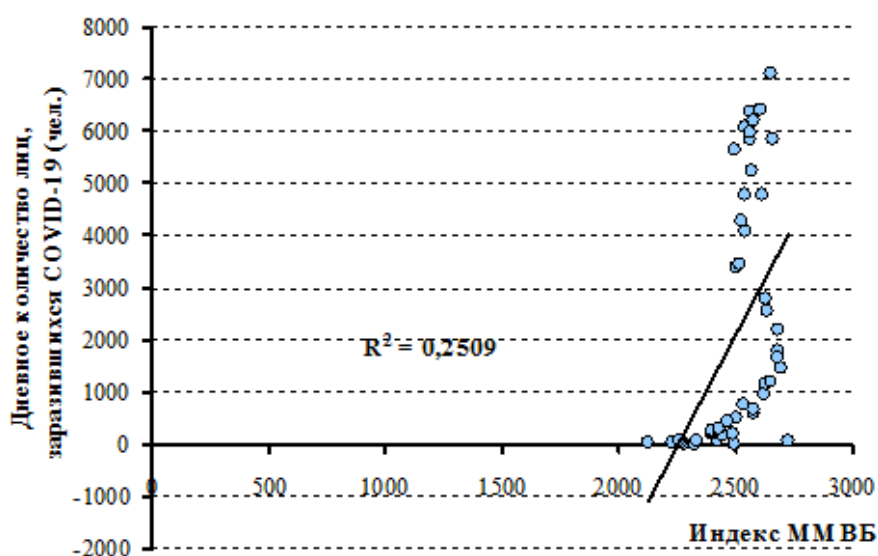


Рисунок 10. Зависимость биржевого индекса ММВБ и количества заразившихся.

Проведенный анализ показывает, что для всех вышеперечисленных зависимостей коэффициент детерминации имеет значение существенно меньшее 50%, т.е. нельзя говорить о наличии взаимосвязи между показателями.

Таким образом, приходим к выводу, что крупные предприятия не понесли серьезных убытков из-за сложившейся ситуации.

Что касается представителей малого бизнеса, то, согласно данным опроса, инициированного Агентством стратегических инициатив, по сравнению с прошлым годом

84,03% субъектов малого предпринимательства в стране снизили доходы. Структура снижения доходов предприятий страны за год представлена на рисунке 11.

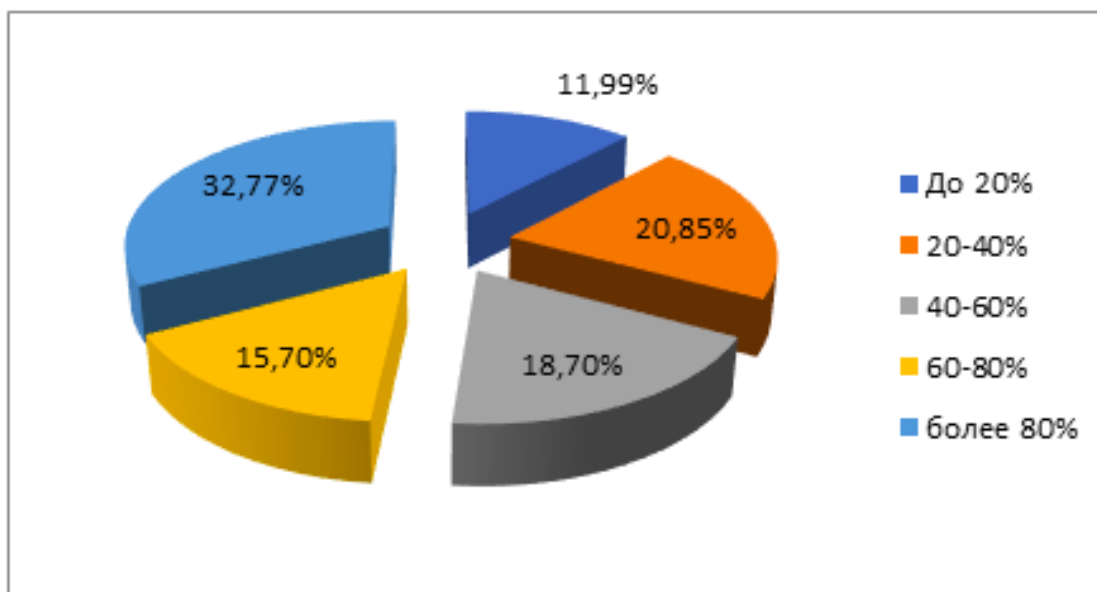


Рисунок 11. Структура сокращения выручки предприятий Российской Федерации за год, %

Как видим, в стране произошло значительное снижение доходов предприятий, что в ряде случаев может привести к их банкротству.

Среди основных проблем, препятствующих гармоничному развитию бизнеса, можно выделить снижение спроса на промышленные товары и услуги, трудности в ведении бизнеса из-за ограничений, введенных на государственном уровне, необходимость выполнения обязательств по выплате заработной платы, рентных платежей и дополнительных расходов, связанных с ростом курса валют и др. Снижение спроса на товары и услуги наблюдается в различных отраслях экономики, но наиболее пострадали туризм, торговля, транспорт, общественное питание, сфера услуг и развлечений, индустрия моды и красоты и другие.

Представители бизнеса в период нарастающего эпидемиологического кризиса принимали различные меры по смягчению масштабов ущерба для бизнеса, а также на государственном уровне оказывалась всевозможная поддержка крупным и малым предприятиям страны, а именно:

- меры по сохранению рабочих мест (предоставление работодателям права на снижение заработной платы до минимума (одного минимального размера оплаты труда) и создание возможности направления работников в отпуск с выплатой пособий по одному минимальному размеру оплаты труда);

- меры налоговой поддержки (изменение порядка уплаты НДС, отмена налогов для малых предприятий);

- меры по условиям кредитования (запрет на досрочное погашение кредитов и отсрочку платежей по кредитам на один год).

По данным того же опроса АСИ, только 2,26% предпринимателей в стране воспользовались мерами государственной поддержки предпринимательства.

Таким образом, было установлено, что в результате пандемии COVID-19 наибольший ущерб получили малые предприятия.

Однако в связи с пандемией пострадал не только малый бизнес в стране, но произойдут и другие важные изменения. Так, достаточно популярно мнение руководителя Экономической экспертной группы (ЭЭГ) Евсея Гурвича о том, что Россию ждут пять шоков, которые связаны с ухудшением внешнеэкономических связей с другими странами; оттоком капитала из страны (стандартное проявление кризиса); снижением торгово-инвестиционной активности в стране; снижением уровня жизни населения.

Как справедливо заметил Владимир Мау, ректор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, «кризис случается позже, чем ты его прогнозируешь, но раньше, чем ты его ожидаешь» (Мау, 2020). В 2019 году экономические эксперты страны прогнозировали и ожидали наступления кризиса в ближайшие годы, но характер наступившего кризиса не циклический, как ожидалось, а более масштабный и серьезный, способный привести к значительным структурным изменениям не только в стране, но и в мире. Эксперты также видят главную опасность в экономике страны в неопределенности, с которыми сталкиваются многие отрасли, особенно в вопросах, связанных с внешней торговлей и геополитикой.

Однако Российская Федерация подошла к кризису с достаточными благоприятными предпосылками:

- низкий уровень государственного долга (менее 15% ВВП по сравнению со среднемировым в 80%);

- значительный уровень резервов (около 10% ВВП в ФНБ);

- относительно низкий уровень инфляции;

- ненулевые банковские процентные ставки;

- адекватный пакет помощи бизнесу связан не с экономическими составляющими, а с политическими действиями.

Таким образом, можно сказать, что при грамотных политических действиях Россия способна преодолеть существующий не системный кризис и выйти из него, тем самым минимизировав ущерб.

Проанализировав текущую ситуацию в Российской Федерации на фоне развивающейся пандемии COVID-19, мы приходим к следующим выводам:

1. соблюдение режима самоизоляции позволяет сдерживать распространение инфекции, однако не все граждане и предприятия имеют достаточный запас средств для длительного нерабочего периода;

2. крупные предприятия не несут серьезных финансовых потерь и станут той основой, на которую страна сможет опереться в процессе преодоления сложившейся ситуации;

3. наиболее пострадавшей категорией являются малые предприятия, особенно в сфере услуг, так как риск "контактного" заражения на этих предприятиях самый высокий. Переход на удаленную работу и развитие своего бизнеса в интернете позволяют торговым представителям не доводить свое предприятие до банкротства;

4. Россия обладает значительным потенциалом для "мягкого" выхода из сложившейся ситуации при соблюдении двух условий: самоизоляции граждан и эффективных решений, принимаемых государством для контроля распространения инфекции и поддержки предприятий. Иными словами, главную роль в преодолении сложившейся ситуации и кризиса играет государство.

Библиографический список

1. В. Мау Двойной шок: экономический кризис из-за пандемии может пойти не по тому сценарию, к которому готовятся страны. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс Forbes.ru (URL)]: <https://www.forbes.ru/biznes/399381-dvoynoy-shok-ekonomicheskij-krisis-iz-za-pandemii-mozhet-poyti-ne-po-tomu-scenariyu-k>

2. Динамика заболеваемости: сервис Yandex - Коронавирус: статистика. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс Yandex.ru (URL)]: https://yandex.ru/covid19/stat?utm_source=main_graph

3. Из обращения В.В. Путина от 15 апреля 2020г. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс ngs24.ru (URL)]: <https://ngs24.ru/news/more/69093391/> Дата публикации: 15.04.2020

4. Индекс самоизоляции: сервис Yandex-карт. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс Yandex.ru (URL)]: <https://yandex.ru/maps/covid19/isolation?l=trf%2Ctrfe&ll=40.687934%2C47.791339&z=7>

5. Карта самочувствия бизнеса. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс (URL)]: <https://smarteka.com/solution/map>

6. Котировки: сервис Yandex - котировки. Режим доступа [электронный Интернет-ресурс Yandex.ru (URL)]: <https://yandex.ru/news/quotes/11029/index.html>

7. Лынный К.О., Минеева В.М., Петрова А.Д. Современные угрозы экономической безопасности в России – 2017 г. – № 63

8. Идиатулов Н.Г., Минеева В.М. Анализ структуры и динамики нарушений, выявленных в ходе осуществления налогового контроля – 2016 г. – № 46

УДК 338.24

Суворова А.В., Гомбоев Б.З. Особенности управления отраслью растениеводства при существующей структуре управления (на примере СПК «Мыла» Закаменского района Республики Бурятия)

Features of management of the plant growing industry with the existing management structure (on the example of SEC "Soap" of the Zakamensk region of the Republic of Buryatia)

Суворова Анастасия Васильевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Гомбоев Баяр Зоригтуевич

магистрант кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Suvorova Anastasia Vasilievna

Candidate of economic Sciences, associate Professor of Management Department Federal STATE budgetary educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov", Ulan-Ude

Gomboev Bayar Zorigtuyevich

master of management Department
Federal STATE budgetary educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov",
Ulan-Ude

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы сельского хозяйства Республики Бурятия. Особенности управления отрасли растениеводства на примере хозяйств республики. Обозначены перспективы развития отрасли. Предложены мероприятия повышения данной отрасли, а также меры поддержки сельского хозяйства республики.

Ключевые слова: сельское хозяйство, отрасль, управление, меры поддержки, развитие, эффективность, растениеводство, система мероприятий, экономика.

Abstract. This article discusses the problems of agriculture in the Republic of Buryatia. Features of management of the plant growing industry on the example of farms of the republic. The prospects for the development of the industry are outlined. Measures to improve this industry, as well as measures to support agriculture in the republic are proposed.

Keywords: agriculture, industry, management, support measures, development, efficiency, crop production, system of events, economy.

В развитии экономики нашей страны особо важная роль принадлежит сельскому хозяйству. Оно во многом определяет рост других отраслей народного хозяйства. В последнее время в связи с принятием санкций со стороны Евросоюза и США особое внимание уделяется импортозамещению с.-х. продукции. Правительством Российской Федерации

разрабатываются программы по продовольственной безопасности и улучшения социально-экономического положения села и сельского хозяйства в целом.

В Республике Бурятия уделено особое внимание на развитие таких отраслей как растениеводство и животноводство. А общая ситуация в животноводстве, особенно в молочном скотоводстве, напрямую зависит от количества и качества кормовой базы, а это одна из ведущих отраслей растениеводства. Рентабельное животноводство невозможно без полевого кормопроизводства, поэтому в республике уделяется большое внимание на создание прочной экономически обоснованной кормовой базы. В целях увеличения производства кормов необходимо осуществить систему мероприятий по повышению культуры земледелия: рационально использовать земельные угодья, ввести правильные севообороты, внедрять лучшие сорта зерновых, эффективно использовать минеральные и органические удобрения, развернуть борьбу с эрозией почв, повысить уровень агротехники, что возможно на основе высокой культуры земледелия и широкого внедрения достижений науки и передового опыта.

Растениеводство в Бурятии – это ведущая отрасль земледелия, которая дает более двух третей продуктов для населения. Оно служит фундаментальной основой мирового сельскохозяйственного производства. На долю растениеводства приходится чуть более 30-ти процентов от общего объема продукции сельского хозяйства. Вместе с тем, отрасль вносит существенный вклад в развитие агропромышленного комплекса, *максимально возможно в наших условиях* закрывая:

- потребности населения - в картофеле, овощах и продуктах их переработки;
- потребности животноводческой отрасли - в фуражном зерне, концентрированных, грубых и сочных кормах.

Объем производства продукции растениеводства в Бурятии в среднем за пять лет составляет по зерну 69 тыс. тонн, по картофелю – 150 тыс. тонн, по овощам – 54 тыс. тонн. Наибольший урожай был получен в благоприятном 2016 году, когда хозяйства республики произвели продукции в среднем на 20 – 40 процентов выше среднегодовых значений.

Доля крупнотоварного сектора в общем объеме производства выглядит следующим образом:

- сельхозорганизации и фермерские хозяйства производят 14,5 % картофеля, 26,5 % овощей,
- по зерну практически весь производственный объем приходится на коллективные хозяйства.

Здесь хотелось бы отметить, что в сельскохозяйственных организациях и крестьянских (фермерских) хозяйствах обрабатывается земли 91% от всей посевной площади в целом по республике. Безусловно, особенностью сельского хозяйства Бурятии является его развитие в

зоне рискованного земледелия. Производство продукции растениеводства находится в сильной зависимости от природно-климатических условий.

Сельскохозяйственный производственный кооператив «Мыла» Закаменского района Республики Бурятия является одним из ведущих сельскохозяйственных предприятий республики. Основное производственное направление хозяйства растениеводство и животноводство. Географическое расположение района представлено на рисунке 1.



Рисунок 1. Географическое расположение Закаменского района Республики Бурятия

По агроклиматическому районированию территория хозяйства относится к умеренно - теплой слабоувлажненной подзоне, северному горному мерзлотно-таежно-тундровому району. Климат здесь резкоконтинентальный. Вегетационный период продолжается пять месяцев. Период с температурой выше 10°C длится около 100 - 110 дней. Зима продолжительная с низким температурами. Средний из абсолютных годовых минимумов температуры в районе, где расположены земли хозяйства, колеблется от -47°C до -53°C . Средняя температура января – самого холодного месяца $-25,6^{\circ}\text{C}$. Снежный покров незначителен и составляет 5 - 10 см. Другим важным фактором, характеризующим климат района является атмосферные осадки. Основная масса осадков не только летнего периода, но и года в целом выпадает в июле-августе месяцах, когда начинается уборка сена и хлебов, что является крайне неблагоприятным фактором. Среднегодовая сумма осадков составляет 250 мм. (см. Таблица 1,2,3)

Таблица 1

Среднемесячные и годовые температуры воздуха (°C)

Станция	Месяцы												За год
Закаменск	I	I	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	-2.5
	-25.9	-21.9	-11.5	0.2	8.0	15.6	19.0	15.8	8.0	-1.3	-13.6	-22.5	

Таблица 2

Среднемесячное и годовое количество осадков (мм)

Станция	Месяцы												Итого
Закаменск	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	250
	2	2	3	4	14	27	77	75	29	8	4	4	

Таблица 3

Среднемесячная и годовая относительная влажность воздуха, %

Станция	Месяцы											
Закаменск	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
	75	70	60	51	50	57	65	68	69	68	79	79

Закаменский район является зоной рискованного землевладения, очень распространена ветровая и водная эрозия, когда талые воды и весенние ветра значительно истощают распаханые земли.

В настоящее время общая площадь хозяйства составляет 10929 га, в том числе сельскохозяйственных угодий – 6750 га., что составляет 61,7% от общей площади хозяйства. С начала периода реформирования сельского хозяйства в СПК «Мыла» происходит ежегодный переход пашни в залежь.

Таблица 4

Структура земельных угодий хозяйства

Показатели	2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	га	%	га	%	га	%
Всего с/х угодий	7011	64,1	6935	63,4	6750	61,7
в том числе: пашни	2541	23,2	2465	22,5	2280	20,8
сенокосы	1953	17,8	1953	17,8	1953	17,8
пастбища	2517	23,1	2517	23,1	2517	23,1
Залежи	53	0,5	129	1,2	314	2,9
Леса и кустарники	3121	28,6	3121	28,6	3121	28,6
Необследуемые земли (под водой, постройками, дорогами и т.д.)	535	4,9	535	4,9	535	4,9
Прочие земли	209	1,9	209	1,9	209	1,9
Общая земельная площадь	10929	100	10929	100	10929	100

Причина интенсивного сокращения пашни - отсутствие финансовых средств на обработку почвы. Здесь необходимо отметить, что в основном в залежь переходят малопродуктивные пашни.

СПК «Мыла» Закаменского района Бурятии занимается возделыванием и выращиванием такой зерновой культуры, как овес. В настоящее время в структуре использования пашни в хозяйстве наибольший удельный вес приходится на зерновые – 48,2 %, а среди зерновых – овес – 20,2 %. При данной структуре использования пашни в хозяйстве освоены зернопаровые севообороты с высокой концентрацией зерновых культур. Доля чистого пара в хозяйстве составляет 30,7%, что в общем, соответствует рекомендуемой зональной системой земледелия структуре пашни для сухостепной зоны Бурятии.

Такое чередование культур приводит к неблагоприятному фитосанитарному состоянию, вследствие чего низкая продуктивность всего севооборота, в том числе урожай зерновых культур.

Возделывания овса в хозяйстве оставляет желать лучшего, есть ряд ошибок и отступлений от зональных рекомендаций.

Чистый, хорошо подготовленный пар, безусловно, оправдывает затраченные на него расходы, а в ротации севооборота с паром валовой сбор зерна и других культур бывает намного выше, чем в севообороте без пара. Особенно велико значение пара в очищении полей от

сорняков. Без него поля так засоряются, что, в конце концов, сорняки заглушают культурные растения.

Исходя из вышеуказанного доля паров остается на прежнем уровне и будет составлять 30,7 %. Однако в структуре паров произошли изменения - из чистых 86 га мы переводим в занятые донниковые пары. Данный перевод обусловлен двумя основными причинами: воспроизводство плодородия почвы и обеспечение кормами. По имеющийся площади пашни мы составили нижеследующую структуру пашни, которая будет служить основой для проектирования севооборота

Из данной структуры пашни освоено два севооборота: полевой и кормовой, в составе которых будет присутствовать поле овса. Наличие двух типов севооборотов обусловлено, тем, что в полевом 4-польном севообороте возделываются зерновые культуры на семенные цели. Внедрение занятых паров.

Основные агротехнические требования

Протравливание семян фунгицидом Виял ТТ с расходом рабочей жидкости 10 л/т;

Предпосевная культивация на глубину 10-12 см;

Сорта «Догой» и «Саян» норма высева 5 млн.шт/га;

Срок посева – III декада мая;

Глубина заделки семян 6-7 см;

Норма удобрений N30 P15 аммиачная селитра (физ. масса 88 кг) и двойной суперфосфат (физ. масса 33 кг);

Послепосевное прикатывание;

Обработка гербицидами. Выбор гербицида зависит от видового состава сорных растений;

Уборка в зависимости от состояния посевов.

Экономические расчеты по повышению урожая овса составлены на 100 га площади. Увеличение урожая овса с 10,2 ц. до 15 ц/га позволит повысить валовой сбор зерна на 480 ц. Несмотря на общее повышение производственных затрат условно чистый доход повысится с площади 100 га на 282 тыс. руб., по сравнению до проектной части.

Все эти показатели повышения экономической эффективности связаны с изменением системы обработки почвы, подбора высокоурожайных районированных сортов овса с применением минеральных удобрений и средств защиты растений, использование высококачественных семян для посева. Рекомендуемые мероприятия увеличили урожайность овса до 15 ц/га, тем самым повысилась рентабельность производства на 48,1 %. Себестоимость производства 1 ц. овса снизилась на 32 % (с 466,6 руб./ц до 353,3 руб./ц.). Таким образом, предлагаемые мероприятия являются экономически эффективными. Практическая реализация позволит повысить рентабельность хозяйства.

Необходимо так же ввести следующий полевой севооборот: чистый пар – пшеница+донник – донник 2 г. – овес. Заменить весновспашку плоскорезной почвозащитной обработкой КПЭ-3,8. Данная обработка не только сократит затраты на обработку почвы, но существенно повысит ветроустойчивость поверхности почвы.

Срок посева 2 декада мая считать не обоснованным так как период наибольшего водопотребления практически совпадает с критическим периодом по отношению к влаге при таких сроках посева на засушливый период в конце июня и в начале в 2-ой декады июля. Посев овса рекомендуем проводить в III декаде мая до середины I декады июня.

Практируемую глубину заделки овса на 4-5 см считать не приемлемой, так как семена культуры заделываются в сухой слой почвы, тем самым снижается полевая всхожесть. Рекомендуемая глубина посева овса – 6-7 см. Посев овса проводить районированными сортами Догей и Саян. При посеве II-й культурой после пара рекомендуем вносить минеральные удобрения N30 P15.

Несмотря на предложенные мероприятия возделывания зерновых культур в хозяйстве, а так же отрасль растениеводства в целом нуждается в государственной поддержке.

Всего за 2013 – 2018 годы на поддержку отрасли растениеводства в республике по восьми мероприятиям было направлено около полутора миллиардов рублей из двух уровней бюджета. В том числе по двум видам субсидий, которые были введены в 2017 году – это уже озвученная несвязанная поддержка картофелеводства, а также субсидия на приобретение семян зерновых и кормовых культур.

Всего в 2017 году на несвязанную поддержку выплачено 72,4 млн. руб., на возмещение части затрат на приобретение семян с учетом доставки в районы Крайнего Севера 26,4 млн. руб., на приобретение семян зерновых и кормовых культур 17,6 млн. руб. – это те направления на которые было выделено больше всего средств.

Что касается общих проблем развития отрасли растениеводства в Республике Бурятия, то их, немало.

Одной из проблем развития отрасли в республике является отсутствие государственной поддержки в рамках существующих госпрограмм Министерства, так как данные культуры не входят в Перечень сельскохозяйственной продукции, утвержденный Распоряжением Правительства РФ от 25.01.2017 №79-р. Для обеспечения доступа, Министерством прорабатывается вопрос о включении данных культур в Перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку, которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители.

Обращаю ваше внимание, что данный проект социальный и направлен он прежде всего на создание стартапов в сфере «зелёной экономики». В будущем наша совместная задача состоит, в том, чтобы поддержать сельских товаропроизводителей, развивать отрасли

растениеводства, создавать новые рабочие места, и в целом, способствовать формированию устойчивое развитие сельских территорий.

Библиографический список

1. Бохиев В.Б., Бохиев Б.В. Научные основы и практические приемы обработки и защиты почв в бассейне оз. Байкал. – Улан-Удэ: изд-во ФГОУ ВПО «БГСХА им. В.Р. Филиппова», 2003.-240 с.
2. Бохиев В.Б., Батудаев А.П., Лапухин Т.П., Уланов А.К. Научные основы систем земледелия Бурятии. – Улан-Удэ: изд-во ФГОУ ВПО «БГСХА им. В.Р. Филиппова», 2008. - 480 с.
3. Тимофеева Н.С. Направления устойчивого развития менеджмента организаций агропромышленного комплекса // Наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. Материалы национальной научно-практической конференции. -2019.- С. 291-294.

УДК 338.24

Суворова А.В., Распутина В.Б. Стратегическое планирование и развитие сельскохозяйственных предприятий Бурятии в условиях рынка

Strategic planning and development of agricultural enterprises in Buryatia in market conditions

Суворова Анастасия Васильевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Распутина Виктория Бэликтоевна

магистрант кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Suvorova Anastasia Vasilievna

Candidate of economic Sciences, associate Professor of Management Department Federal STATE budgetary educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov", Ulan-Ude

Rasputin Victoria Balestrino

master of management Department

Federal STATE budgetary educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov", Ulan-Ude

Аннотация. Данная статья посвящена проблемам стратегического планирования и развития Республики Бурятия. Представлены основополагающие принципы стратегического планирования, к которым относятся: стратегические установки наиболее длительного действия, стратегические установки средней продолжительности действий, оперативные установки.

Ключевые слова: экономика, стратегия, цели, принципы, развитие, программа, мероприятия, специализация, планирование, целеполагание, системность

Abstract. This article is devoted to the problems of strategic planning and development of the Republic of Buryatia. The basic principles of strategic planning are presented, which include: strategic installations of the longest duration, strategic installations of the average duration of actions, operational installations.

Keywords: Economics, strategy, goals, principles, development, program, activities, specialization, planning, goal setting, consistency

За последние десятилетия Бурятия прошла непростой путь участия в долгосрочных программах стратегического планирования и социально-экономического развития Дальнего Востока: от Долговременной государственной программы, принятой в 1987 году, до ФЦП «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2018 года» и Государственной программы «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона» до 2025 года. В перечень основных мероприятий программы вошли проекты по развитию топливно-энергетического, транспортного и минерально-сырьевого комплексов, социальной инфраструктуры, модернизации отраслей традиционной

специализации, включая рыбохозяйственный комплекс, цветную металлургию, лесную и деревообрабатывающую промышленность, сельское хозяйство.

Основной целью стратегического планирования, является моделирование будущей успешной деятельности не только предприятий, но и страны в целом, и ее отдельных регионов.

В 2014 год ознаменован тем, что был принят Закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации», содержащий в себе организационные основы стратегического планирования, полномочия и формы взаимодействия федеральных, региональных и муниципальных органов власти.

Стратегическое планирование имеет важные ключевые моменты. В таком планировании стратегия разрабатывается высшим руководством, стратегический план должен быть подкреплён исследованиями и фактическими данными, стратегические планы должны быть гибкими для возможности их изменения, планирование должно приносить пользу и способствовать успеху предприятий. При этом затраты на реализацию мероприятий должны быть ниже величины выгод от их реализации.

*Система стратегического планирования состоит
из нескольких этапов:*

1. Определение миссии и целей организации.
2. Анализ среды, включающий в себя сбор информации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, а также ее потенциальных возможностей на основании имеющейся внешней и внутренней информации.
3. Выбор стратегии.
4. Реализация стратегии.
5. Оценка и контроль выполнения.

Сегодня практически все российские регионы имеют программы стратегического планирования и социально-экономического развития. На федеральном уровне, в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях разработано и утверждено более 60 тыс. документов стратегического планирования, в том числе — более 100 федеральных и 2400 региональных. Наглядно систему стратегического планирования можно представить на рисунке 1.

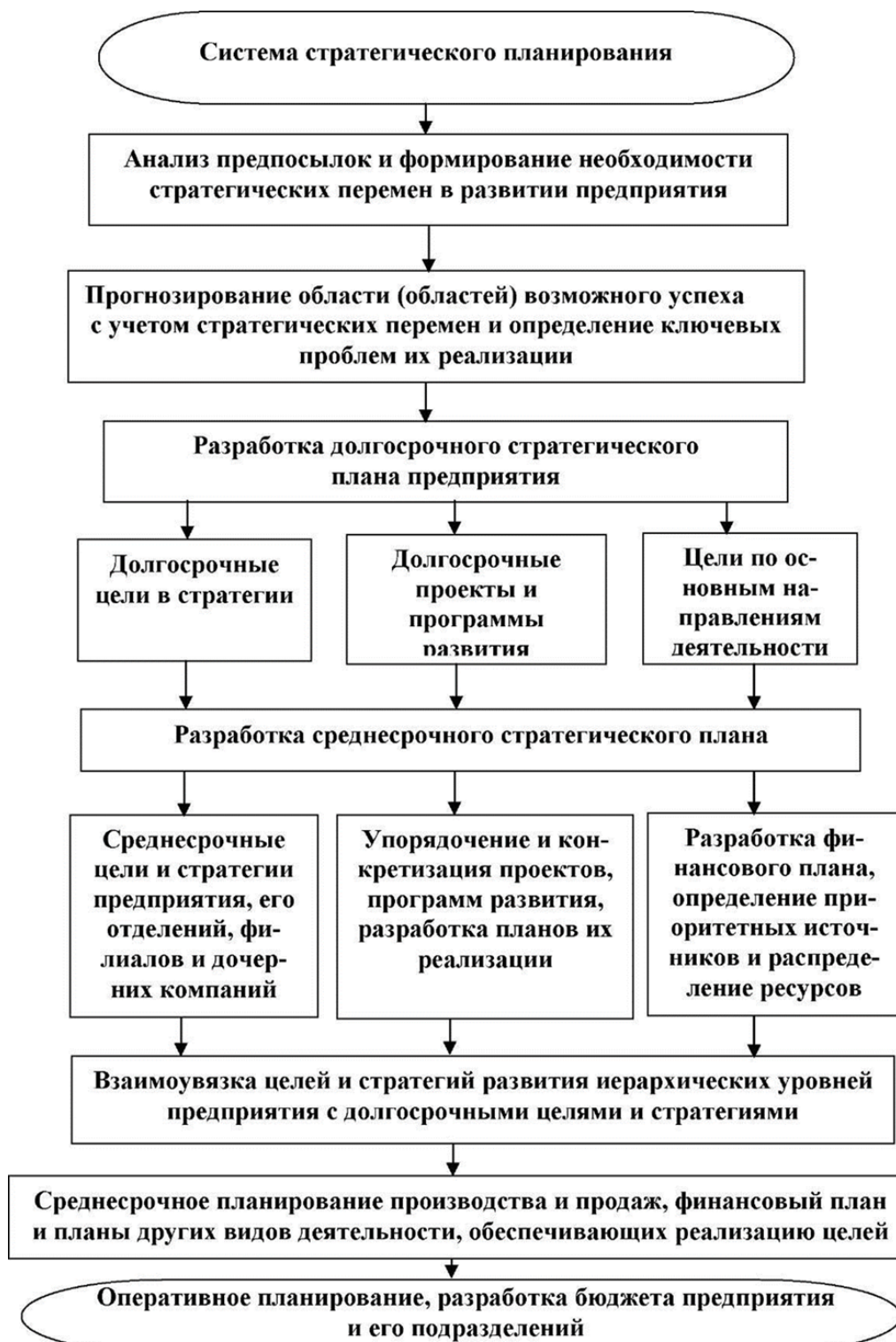


Рисунок 1. Система стратегического планирования

Стратегическое региональное планирование предусматривает максимальное использование конкурентных преимуществ региона; определение точек роста, выявление и развитие которых принесет наибольший эффект; концентрацию инвестиционных ресурсов; создание базы для обоснованной разработки рациональной схемы территориального планирования; стимулирование региональной власти к использованию современных методов управления.

Разработка стратегии социально-экономического развития республики нацелена на определение приоритетных направлений, задач развития территории, отражающих и консолидирующих интересы местного сообщества — населения, бизнеса и органов власти (Закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации»).

В дополнение к этому закону в 2017 году был издан Указ Президента РФ «Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года», в котором были сформулированы правовые принципы государственной политики регионального развития: обеспечение территориальной целостности, единство правового и экономического пространства России; равные возможности для реализации прав и свобод граждан; разграничение полномочий между территориальными уровнями власти. Наряду с этим, определены приоритеты государственной региональной политики, включающие инфраструктурное обустройство пространственного развития, привлечение частных инвестиций, совершенствование механизма регулирования миграции, роста экономического потенциала региона.

Стратегическое региональное планирование предусматривает максимальное использование конкурентных преимуществ региона; определение точек роста, выявление и развитие которых принесет наибольший эффект; концентрацию инвестиционных ресурсов; создание базы для обоснованной разработки рациональной схемы территориального планирования; стимулирование региональной власти к использованию современных методов управления.

Уместно вспомнить основополагающие принципы стратегического планирования, к которым относятся: стратегические установки наиболее длительного действия, стратегические установки средней продолжительности действий, оперативные установки.

А также системность, комплексность, оптимальность, целесообразность, эффективность, адаптивность, ограниченность ресурсов, баланс интересов, законность, профессионализм, системность, социальная доминантность, партнерство, научность, объективность и доказательность, институционализация, повышение конкурентоспособности, открытость и информационная доступность, инновационность, существенность, сбалансированность, адекватность.



Рисунок 2. Основополагающие принципы стратегического планирования

Сегодня практически все российские регионы, в том числе и Республика Бурятия имеют программы стратегического планирования и социально-экономического развития.

Так в республике запланирована реализация 220 мероприятий по 8 направлениям, в т.ч. 17 проектов по Республике Бурятия. Основным направлением реализации стратегии являлся транспортный комплекс, на развитие которого было предусмотрено выделить 58,1 %

средств из федерального бюджета. Данное направление было приоритетным для Республики Бурятия: на 6 проектов планировалась выделить почти половину (47,1 %) федеральных ресурсов.

Одним из наиболее значимых для Бурятии проектов стала реконструкция автомобильной дороги Улан-Удэ - Турунтаево - Курумкан, позволившая активно развивать туристско-рекреационную деятельность на прилегающей к Байкалу территории. Строительство мостового перехода через реку Баргузин обеспечило устойчивую транспортную связь Курумканского и Баргузинского районов с центральной частью Республики Бурятия. Значительное место в стратегии развития региона было отведено мероприятиям по развитию социальной сферы Бурятии.

В целом благодаря программам социально-экономического развития Дальнего Востока удалось решить ряд важных для Бурятии вопросов. Были успешно реализованы мероприятия по развитию транспортной инфраструктуры, развитие сельских территорий, а также туристско-рекреационной деятельности в республике.

Вместе с тем доля финансирования стратегических мероприятий в Республике Бурятия остается невысоким. Доля в финансировании из федерального бюджета составляла 4-5 %, что не способствовало ускоренному социально-экономическому развитию Бурятии.

Невысокий уровень государственной поддержки мероприятий, запланированных как в Республике Бурятия, так и в других субъектах РФ, не входивших в состав Дальневосточного федерального округа, был обусловлен институциональным разрывом в виде остаточного подхода к финансированию не «своих» регионов. Включение Республики Бурятия в состав Дальневосточного федерального округа позволит снять институциональные барьеры по взаимодействию в сфере стратегического планирования, имевшиеся между органами государственной власти Российской Федерации и республики.

Библиографический список

1. Гапоненко, А.Л. Разработка стратегии территориального саморазвития // Регион: ресурсы местного саморазвития: спецкурс / Под ред. Ю.Н. Алексеева, Б.Е. Шнилева. / А.Л.Гапоненко - Вып.8.М.:Изд-во БСГ, 1999.
2. Разилов, З.В. Стратегическое планирование социально-экономического развития территорий / З.В. Разилов: дис. канд. экон. наук: 08.00.05. - Краснодар, 2009. - 166 с.
3. Селиверстов, В.Е. Региональное стратегическое планирование: методология, практика, инструменты, институты / В.Е.Селиверстов: дис. д-ра экон. наук. - Новосибирск, 2011. - 425 с.

УДК 338.24

**Суворова А.В., Складнова И.В. Социально-экономическое развитие
муниципального образования**

Socio-economic development of the municipality

Суворова Анастасия Васильевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Складнова Ирина Владимировна

магистрант кафедры Менеджмент
ФГБОУ ВО «Бурятская государственная академия им. В.Р. Филиппова»,
г. Улан-Удэ

Suvorova Anastasia Vasilievna

Candidate of economic Sciences, associate Professor of Management Department Federal STATE budgetary
educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov", Ulan-Ude

Sklyanova Irina Vladimirovna

master of management Department

Federal STATE budgetary educational institution "Buryat state Academy of agriculture named V. R. Filippov",
Ulan-Ude

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные вопросы социально-экономического развития муниципального образования. Законодательные акты регулирующие данные вопросы. Приведена схема системы планирования социально-экономического развития муниципального образования.*

***Ключевые слова:** Система, муниципальное образование, развитие, процесс, контроль, планирование, стратегическое планирование, прогнозирование.*

***Abstract.** This article discusses the main issues of socio-economic development of the municipality. Legislative acts regulating these issues. The scheme of the planning system for socio-economic development of the municipality is given.*

***Keywords:** System, municipality, development, process, control, planning, strategic planning, forecasting.*

Социально-экономическое развитие – это процесс, который необходимо прогнозировать, планировать, регулировать, контролировать, т. е. необходимо разрабатывать программу социально-экономического развития, обеспечивать и контролировать ее реализацию.

Социально-экономическое развитие регионов регулируется Федеральным Законом "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" от 06.10.2003 N 131-ФЗ и Федеральный закон №172-ФЗ "О стратегическом планировании в РФ", направленный на внедрение в государственное и муниципальное управление принципов

стратегического планирования. Помимо этого, социально-экономическое развитие регионов регулируется различными положениями, указами и государственными программами.

Ключевым документом является Федеральный Закон №172 – ФЗ. В нем закреплены полномочия органов публичной власти в области стратегического планирования. Помимо этого, закон ввел в действие: законодательные принципы организации системы стратегического планирования, уточнил задачи в области стратегического развития территории.

В современной России в процессе планирования развития муниципальных образований огромную роль играют стратегии социально-экономического развития. Именно комплексная система мер, положенная в основы этих стратегий, дает возможность поэтапного и сбалансированного развития всех муниципальных образований. Именно поэтому тема социально-экономического развития муниципального образования является столь актуальной в настоящее время.

В последнее время значительное изменение условий социально-экономического развития муниципальных образований, наблюдается на всей территории страны. Притом речь идет о качественных сдвигах, которые произошли в сфере социально-экономического развития регионов. Так согласно Конституции РФ и Федеральному закону «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» №131-ФЗ были сформулированы основные принципы местного самоуправления. Помимо этого, в условиях социально-экономического развития произошли кардинальные изменения в управлении социально-экономическим развитием. Приоритетами развития муниципальных образований являются улучшение качества и уровня жизни населения, те есть, ориентация на потребности человека.

Система планирования социально-экономического развития муниципального образования не однородная. Она состоит из трех важных составляющих, которые и формируют уровень её эффективности.



Рисунок 1. Система планирования комплексного социально-экономического развития муниципального образования

В процессе формирования новых институциональных форм, особое место отводится теоретическим основам государственного регулирования экономического развития территорий, выработке экономических форм, механизмов для ускорения экономического роста, определении места и роли муниципального образования в системе регулирования экономики. До сих пор остаются дискуссионными проблемы масштабов, методов, объектов государственного регулирования территориального развития. Остаются нерешенными вопросы о роли регулирования экономического развития регионов, увеличения или сокращения его масштабов, создания предпосылок, которые позволят достигнуть стимулирования ускоренного роста экономического развития территорий.

Необходимо еще определять роль местного самоуправления в регулировании развития муниципального образования и уточнить оптимальное разграничение функций государственного регулирования между субъектами управления. Эти и другие проблемы актуальны сегодня.

Применительно к современным условиям экономики недостаточно исследованы проблемы государственного регулирования экономики как системы в целом, так и отдельных частей, в частности муниципальных образований. Возникает проблема, каким образом через механизм государственного и местного регулирования достигнуть условий экономического роста на территории. Проблемы трансформации экономики в России требуют дополнительного исследования проблем социально-экономического развития муниципального образования на основе концепции экономического роста, базирующейся на поведении отдельных фирм, предприятий, так как от их экономической деятельности зависит ускоренный рост экономики.

Социально-экономическое развитие муниципальных образований, следует рассматривать, с точки зрения, комплексного подхода. Данный подход подразумевает, что рассмотрение будет поэтапным и затронет практически все сферы жизнедеятельности муниципального образования. Для стратегического планирования необходимо определить цели и принципы их осуществления. Определение целей, влечет за собой постановку и реализацию различных задач, необходимых для дальнейшего социально-экономического развития муниципального образования.

Недостаточно разработаны вопросы оценки эффективности социально-экономического развития муниципальных образований и эффективности регулирования этого развития со стороны государственных и муниципальных органов управления. Нет убедительного обоснования принципов разграничения полномочий при управлении развитием территорий, свойственных современным условиям России.

Библиографический список

1. Гапоненко, А.А. Разработка стратегии территориального саморазвития // Регион: ресурсы местного саморазвития: спецкурс / Под ред. Ю.Н. Алексеева, Б.Е. Шнилева. / А.А.Гапоненко - Вып.8. М.:Изд-во БСГ, 1999.
2. Нестерова И.А. Социально-экономическое развитие муниципального образования // Энциклопедия Нестеровых - <http://odiplom.ru/lab/socialno-ekonomicheskoe-razvitie-municipalnogo-obrazovaniya.html>
3. Разилов, З.В. Стратегическое планирование социально-экономического развития территорий / З.В. Разилов: дис. канд. экон. наук: 08.00.05. - Краснодар, 2009. - 166 с.
4. Селиверстов, В.Е. Региональное стратегическое планирование: методология, практика, инструменты, институты / В.Е.Селиверстов: дис. д-ра экон. наук. - Новосибирск, 2011. - 425 с.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 331.101.5

Кудрявцева М.В. Цифровизация экономики и формирование профессионалов нового времени

Digitalization of the economy and the formation of professionals of the new era

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 рассматриваются некоторые аспекты трансформации современной экономики, которые связаны с процессами цифровизации. Подчеркивается, что в условиях цифровизации экономики меняется характер труда. В статье отмечена роль системы высшего образования как основополагающего фактора формирования профессионалов нового времени. Рассмотрены некоторые метапредметные компетенции, востребованные в условиях информационного общества и цифровизации экономики.

Ключевые слова: экономика, цифровизация, информационное общество, образование, компетенции.

Abstract. The article examines some aspects of the transformation of the modern economy that are associated with digitalization processes. It is emphasized that in the context of the digitalization of the economy, the nature of labor is changing. The article notes the role of the higher education system as a fundamental factor in the formation of modern professionals. The article discusses some metasubject competencies that are in demand in the information society and the digitalization of the economy.

Keywords: digitalization, economy, digitalization, information society, education, competencies.

Современная мировая экономическая система приобретает новый технологический уклад и проходит существенную трансформацию, которая связана с процессами цифровизации. Данные процессы затрагивают и российскую рыночную экономику. Активное внедрение цифровых технологий закономерно приводит к изменению параметров производства и организации условий труда.

Отечественные исследователи отмечают, что в условиях цифровизации экономики меняется характер труда, он обретает все более креативный и колаборативный характер. Данную работу «выполняют рынки на уровне территорий в режиме формирования инновационных территориальных кластеров, выраженного в виде интерактивного диалога науки/образования, бизнеса и властей» [1, с. 3]. В других отечественных исследованиях также

подчеркивается, что цифровые технологии способствуют интеграции бизнеса, науки, институтов развития и власти [2].

Изменения, происходящие в экономике нашей страны, напрямую касаются и системы образования. В таких нестабильных условиях глобальных трансформаций особенно важно понимание альтернатив будущего, прогнозирование ближайших сценариев научно-технологического и экономического развития. Это позволит не только определить виды востребованных профессий нового порядка, но и предположить, какие социально-культурные и морально-этические проблемы предстоит решать людям будущего, в каких условиях нам предстоит жить и функционировать, какие когнитивные и эмоциональные навыки будут действительно востребованными. Следовательно, осознавая прогнозы и альтернативные сценарии социально-экономического и научно-технологического развития в условиях XXI века, общество и государство имеет возможность подготовиться к новым изменениям, в частности посредством преобразования системы обучения и воспитания современного подрастающего и молодого поколения.

Несомненно, что система высшего образования является основополагающим звеном в формировании современных профессионалов, а значит, в высшей школе необходимо учитывать происходящие изменения, понимать актуальные тенденции и готовить молодых людей к жизни в обновляющемся мире.

Все большую значимость в условиях современного мира приобретает способность человека решать сложные интеллектуальные и творческие задачи, поскольку рутинные функции и многие интеллектуальные умения в условиях информационного общества отдаются во власть машин и искусственного интеллекта. Согласно взглядам известного философа и футуролога Э. Тоффлера, «новому человеку понадобятся такие качества, как умение учиться, умение общаться, умение выбирать (в условиях сверхвыбора). Обобщив эти умения, можно сказать, что человеку будущего придется учиться меняться» [3, с. 149].

Действительно, способность к гибким изменениям, к преобразованию самого себя, к реализации осознанного самоуправляемого обучения становятся важнейшими универсальными компетенциями, обеспечивающими успешное личностное и профессиональное развитие индивида в условиях новых экономических реалий. По мнению отечественных исследований, современный выпускник в условиях рыночной конкуренции должен овладевать «метаквалификацией», а значит быть способным эффективно действовать как ученый, предприниматель, менеджер, инженер, делопроизводитель, программист, лингвист одновременно и, соответственно, обрести широкий круг профессиональных и личностных компетенций в процессе образования, связанных с ориентацией в условиях неопределенности, неустойчивости [3, с. 152]. К подобным метапредметным компетенциям, которые востребованы в условиях инновационного развития и усложняющегося мира, также

следует отнести способность эффективно взаимодействовать с людьми и работать в команде, готовность к мышлению вне шаблонов, владение когнитивной гибкостью, креативный подход к задачам, критическое мышление, умение работать с изменениями и достигать оптимальных результатов.

Итак, как следствие интенсивного внедрения цифровых технологий в экономику изменяется роль наемного работника, который помимо высокого уровня профессиональной компетенции и интеллектуального развития, должен обладать достаточно высоким эмоциональным и социальным интеллектом, а также владеть рядом универсальных метапредметных компетенций, в частности умением эффективно использовать цифровые технологии.

В условиях цифровизации экономики и трансформации социокультурной реальности роль системы высшего образования становится крайне важной. Высшие учебные заведения обладают тем потенциалом, который позволит им соответствовать требованиям нового времени и формировать компетентных профессионалов, способных к генерированию новых знаний, к преобразованию себя и к личностному саморазвитию на протяжении всей жизни.

Библиографический список

1. Бондарев С.А., Фисунов С.А., Жогличева В.В. Цифровая экономика как новая модель экономического развития в XXI веке // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 9. – С. 3-9.
2. Носова С.С., Дубаневич Л.Э., Воронина В.Н. Цифровые технологии как инструмент роста инновационности современной экономики России // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 12. – С. 9-14.
3. Брылина И.В. Университетское образование в контексте коммерциализации: футурологический дискурс // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2018. – № 3 (45). – С. 147-155.

Электронное научное издание

Экономическое развитие и инновационная экономика: тенденции, перспективы и проблемы развития

сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции

30 октября 2020 г.

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

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN 978-1-005-95261-7



Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 2,8. 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