

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
Институт экономики и управления

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
КОМПЕТЕНЦИЙ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ:
ИНТЕГРАЦИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС**

Сборник материалов
Международной научно-практической конференции
24 ноября 2022 года



Ижевск
2022

ISBN 978-5-4312-1061-7

© ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет», 2022
© Авторы статей, 2022

УДК 338.22:37(063)
ББК 65.29р3.я431+74.200.525я431
Р17

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом УдГУ

Научный редактор: С.В. Радыгина

Р17 Развитие предпринимательских компетенций школьников и студентов: интеграция в образовательный процесс : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. : [Электронный ресурс] / науч. ред. С.В. Радыгина – Электронное (символьное) издание (2,65 Мб) – Ижевск : Удмуртский университет, 2022. – 1 электрон. опт. диск (CD-R).

В сборнике представлены материалы Международной научно-практической конференции «Развитие предпринимательских компетенций школьников и студентов: интеграция в образовательный процесс» «Development of entrepreneurial competencies of schoolchildren and students: integration into the educational process», организатором которой выступила кафедра «Экономической теории и предпринимательства» ИЭиУ ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет».

Минимальные системные требования:

Celeron 1600 Mhz; 128 Мб RAM; WindowsXP/7/8 и выше; 8x CDROM; разрешение экрана 1024×768 или выше; программа для просмотра pdf.

ISBN 978-5-4312-1061-7

© ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет», 2022
© Авторы статей, 2022

**Развитие предпринимательских компетенций школьников и студентов:
интеграция в образовательный процесс**

Сборник материалов Международной научно-практической конференции
24 ноября 2022 год

Подписано к использованию 13.12.2022
Объем электронного издания 2,65Мб на 1 CD.
Издательский центр «Удмуртский университет»
426034, г. Ижевск, ул. Ломоносова, д. 4Б, каб. 021
Тел. : +7(3412)916-364 E-mail: editorial@udsu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Мельникова М.С. ИГРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ	6
Лебедева А.В. ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО АНАЛИТИЧЕСКОГО УЧЕТА РЕЗЕРВОВ СУБЪЕКТОВ ВЕНЧУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	11
Теселкина О.А., Мельникова Е.В. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ ВолгГТУ НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ.....	15
Мельникова Е.В., Ярахмедова В.В. ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СПОРТИВНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ ВолгГТУ	19
Агапова А.А., Мельникова Е.В. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ВУЗЕ	24
Вуец Л.В. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И СОЦИУМ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ.....	28
Головастова Т.И., Гребенкина А.А. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ	33
Богачев Е.А. ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ	37
Семенова И.А. РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ	45
Катаргина Е.С. МЕТОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАБОТЫ МБОУ «СОШ № 72» ПО РЕАЛИЗАЦИИ НАПРАВЛЕНИЙ «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ» И «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО».....	49
Григорьева О.А. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОДРОСТКОВ	53
Килеев Д.Л. ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	56
Куракин А.С. ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ИНВЕСТИЦИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ..	61

Гасанов Д.Р. КАКИЕ НОВЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПОЯВЯТСЯ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ?.....	65
Долгина А.Р. ПЕРСПЕКТИВА ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УСЛОВИЯХ НЕДОСТАТОЧНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ СЕЛЬСКИХ РЕГИОНОВ	69
Суворов В.А. ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ РЫНКА	74
Вишневый Н.Н. ОЦЕНКА РИСКОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС	78
Радыгина С.В., Кондратьева Н.В., Койвунен Т. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФИНЛЯНДИИ.....	84
Попов И.А. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АБРА»	89
Гумметов Р.А. ПОКОЛЕНИЕ 2000–2020 ГОДОВ.....	99
Шовхалов А.В. ОЦЕНКА РИСКОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС.....	104
Каракешисян Д.А. СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	109

Уважаемые участники и читатели сборника трудов конференции!

В сборнике представлены материалы Международной научно-практической конференции ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» **«Развитие предпринимательских компетенций школьников и студентов: интеграция в образовательный процесс»**, организатором которой выступила кафедра «Экономической теории и предпринимательства» ИЭиУ ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет».

Председателем Международной научно-практической конференции выступил проректор по учебной работе и внешним связям ФГБОУ ВО «Удмуртского государственного университета» Кибардин Михаил Михайлович.

Начало выступлений с докладами открывалось Заведующей кафедры экономической теории и предпринимательства ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», к.э.н., доцентом Радыгиной С.В. Радыгина Светлана Владимировна презентовала концепцию создания платформы технологического предпринимательства в вузе: тренды и вызовы.

Особенностью Международной научно-практической конференции стало обсуждение вопросов фундаментальных исследований, предложенных в докладе «Предпринимательство как национальная идея» д.э.н., профессором, директором Удмуртского филиала ФГБУН Института Экономики УрО РАН Овчинниковой А.В.

Старший преподаватель ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» Мельникова Мария Сергеевна представила доклад на тему: «Игровые технологии для развития предпринимательских компетенций».

С презентациями выступили Аспирант Сегедского университета (Венгрия) Немет Золтан, учитель МБОУ «СОШ № 50» г. Ижевска, Запривода Ирина Васильевна, Руководитель Центра Технологического Предпринимательства при МБОУ «СОШ № 27» г. Ижевска, Широбоков Александр Валентинович. В работе Международной научно-практической конференции приняли участие учёные и специалисты из Узбекистана, Казахстана, Белоруссии, Венгрии, Финляндии.

В работе Международной конференции также приняли участие представители органов исполнительной власти Удмуртской Республики: министерства образования и науки Удмуртской Республики, министерства экономики Удмуртской Республики.

Участники конференции отметили, что тематика Международной научно-практической конференции **«Развитие предпринимательских компетенций школьников и студентов: интеграция в образовательный процесс»** является актуальной.

ИГРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

М.С. Мельникова

*Будущее образования лежит
в играх – компьютерных, спортив-
ных, интеллектуальных.*

*Павел Дуров,
предприниматель*

Для развития предпринимательских навыков рекомендуется использовать игровые форматы, для чего необходимо поставить задачу по развитию конкретных компетенций, выбрать подходящий игровой механизм и наполнить игру предметным содержанием. Применение игры в образовательном процессе предлагается рассмотреть их с двух точек зрения: во-первых, игра как метод обучения; во-вторых, игра как проект. В первом случае обучающийся является объектом, что традиционно для образовательной системы, во втором – субъектом, занятым генерацией идей и организацией игровой деятельности. Статья содержит примеры применения игровых технологий в практической деятельности автора для решения конкретных образовательных задач, в том числе в области развития предпринимательских компетенций.

Ключевые слова: образование, образовательные программы, игровые технологии, формирование предпринимательских компетенций

Развитие системы российского образования по замыслу национального проекта «Образование» осуществляется в четырех ключевых направлениях, из которых предмет настоящей статьи касается обновления содержания образовательных программ [1]. В числе прочего это предполагает применение новых технологий, нацеленных на повышение заинтересованности в предметной области, развитие метапредметных и надпрофессиональных навыков как обучающихся, так и преподавателей. Именно игровые технологии могут решить эти задачи за счет их включения в образовательные программы разных уровней и направленностей.

Одним из новых рынков Национальной технологической инициативы является рынок GameNet, включающий сегменты от семейных развлечений до EdTech, управления персоналом и политики. Это развитие и применение игровых методов и практик, внедрение игрового мышления в бизнесе, культуре, образовании, науке, здравоохранении, государственном управлении и сообществах для улучшения жизнедеятельности человека [2].

Таким образом, применение игровых технологий не только востребовано обществом как современная образовательная методика, но и находит поддержку у государства.

Безусловно, это приводит к тому, что любой учитель ищет игровые методики и пытается встроить их в учебный процесс с разной степенью успешности. При большом количестве разноформатных игр их пользователи, как правило, покупают готовый инструмент, не всегда адекватный образовательным зада-

чам. Так, к автору статьи обращаются представители школ и центров дополнительного образования, которым посчастливилось приобрести дорогой игровой комплект, но они не понимают, как в это играть и как можно это применить в образовательной или досуговой деятельности. В результате игра служит развлечением, а педагог продолжает работать над традиционными поурочными планами, предполагающими главным образом словесное изложение учебного материала. Однако «способы деятельности не передаются и не формируются в вербально ориентированном учебном процессе» [3].

Поэтому необходимо перевернуть подход к игропрактикам в обучении, для чего предлагается рассмотреть их с двух точек зрения: во-первых, игра как метод обучения; во-вторых, игра как проект. В этих случаях в первую очередь различается субъект, занятый организацией игровой деятельности.

Итак, к вопросу об игре как методе обучения, вопросу, не блещущему новизной. Практическая деятельность автора статьи показывает, что специально разработанные для решения конкретной задачи и под конкретного заказчика игры успешны и активно применяются. Поэтому от подхода «нам дали игру, давайте как-то ее применим» необходимо перейти к подходу «есть задача, давайте найдем ее решение, возможно, в формате игры». Безусловно, есть риск наделения игры свойствами панацеи, однако здесь стоит критически оценить возможности применения игропрактики, не уходить в ситуацию «игра ради игры», пренебрегая основными задачами учебного процесса.

Несомненна полезность игры в области развития предпринимательских компетенций: для усвоения новых знаний о сфере бизнеса; проработки бизнес-плана; формирования навыков решения конкретных задач бизнеса и моделей поведения в практических ситуациях.

Так, игра «БизнесРостОК! Целевая аудитория», созданная автором этой статьи и применяемая в работе Бизнес-инкубатора Удмуртской Республики, Удмуртского госуниверситета [4] и других образовательных организаций, представляет собой тренажер для проработки продукта с позиций анализа целевой аудитории и отработки навыка формулировки уникального торгового предложения. При создании игры разработчик исходил из того, что авторы проектной идеи нередко ошибаются с определением целевых групп, либо вообще не тратят время на анализ потенциальных потребителей. На стадии реализации бизнес-плана это может обернуться убытками, а для социального или культурного проекта такая ошибка грозит отказом грантодателя в финансировании либо невозможностью отчитаться за предоставленный грант. Игра «БизнесРостОК! Целевая аудитория» объединяет в себе элементы настольной и ролевой игры, а также тренинга и презентации, что позволяет «прокачать» товар или услугу с максимальной ориентацией на потребителя и перейти в дальнейшем к тестированию идеи на востребованность и созданию прототипа. Игра рекомендуется к использованию при разработке бизнес-планов, подготовке проектов, а также в образовательном процессе для проведения практических занятий.

Приведем также пример с настольной бизнес-игрой PROexport, в разработке которой автор статьи приняла непосредственное участие. Настольная игра разработана в 2020 г. по заказу Центра поддержки экспорта Удмуртской Рес-

публики для развития предпринимательских компетенций и знакомства с внешнеэкономической деятельностью России. Этот бизнес-тренажер распространяется среди выпускников экспортного акселератора, образовательных организаций республики бесплатно. В течение 2021 и 2022 гг. непосредственно автором проведено более 20 республиканских мероприятий, нацеленных на обучение педагогов методике проведения игр и чемпионатов, а также чемпионаты для студентов вузов, техникумов и школ [5]. Общее число принявших участие в мероприятиях – более 600 человек. На примере работы с техникумами заметен рост интереса к бизнес-тренажеру: в чемпионате осенью 2021 г. приняло участие 9 команд, после этого обучение прошли 24 педагога, и в чемпионате 2022 г. число команд-участников увеличилось до 15 [6].

Пример показывает, что основная поставленная разработчику игры задача (популяризация деятельности Центра поддержки экспорта Удмуртской Республики) решена, востребованность игры и мероприятий, проводимых с ее использованием, нарастает. Игровой механизм и содержание игры разработаны педагогом, совпадают с задачами учебного процесса (формирование предпринимательских компетенций), что способствует росту популярности игры в образовательных организациях. Данная игровая технология позволила добиться синергетического эффекта.

Итак, в процессе применения игровых технологий обучающийся стоит в позиции объекта, что традиционно для современной системы образования. При этом субъект-игропрактик должен исходить в первую очередь из поставленной образовательной задачи – развитию предпринимательских компетенций. Следует сосредоточиться на конкретном практическом навыке, который необходимо развить, подобрать подходящую механику игры и наполнить предметным содержанием. Необходимо отметить, что игра позволяет одновременно отработать не более 2-3 навыков.

Однако при таком подходе игнорируется субъектность самого игрока-ученика, «в традиционной педагогической системе мы рассматриваем ребенка как объект воздействия». На самом деле в процессе обучения «мы имеем дело не с одной деятельностью, а с двумя. Мы учим их, а они самоорганизуются в этих условиях и что-то осваивают. Мы образовываем, а они себя образовывают. И в английском языке даже есть два термина: «teaching» – то, что делает учитель,... и «learning» – то, что делает ученик в ходе этого процесса» [7].

Для решения этой педагогической задачи можно обратиться к имеющей существенный социальный запрос проектной деятельности, в рамках которой наблюдается большой интерес к разработке игр школьниками и студентами (15-20% проектных идей). Очевидна перспективность идей этих игр, часто существующих лишь в виде прототипов, что подтверждается признанием и серьезной поддержкой детских проектных игровых инициатив в разных формах, в том числе в рамках Кружкового движения [8].

Итак, предлагается поставить обучающегося в позицию субъекта – автора и организатора игры. В этом случае ученик в активной роли получает предметные знания, необходимые для формирования содержания игры; приобретает опыт проектирования, работы в команде и внешних коммуникаций (заказ кар-

точек в типографии или договоренность со школой о проведении квеста); формирует навык организации и проведения мероприятий (командных и групповых игр, чемпионатов); получает опыт поиска ресурсов для своего проекта, вариативно – продаж игровых комплектов, привлечения спонсоров для проведения чемпионатов, получения гранта на изготовления игры и т.п.

Таким образом, мотивация обучающегося к познавательной деятельности повышена, так как эта деятельность игровая; учащийся реализует свои увлечения (живопись, комиксы, рециклинг, уход за щенками, Гарри Поттер, Наруто и т.п.); развивает навыки предпринимательства; оценка за проектную деятельность стоит в зачетной книжке или аттестате. Синергетический эффект очевиден.

Практическую проверку эти тезисы прошли в ноябре 2022 года при проведении профильной смены «Успех в твоих руках» [9], которая на протяжении десяти лет проводится в МЛ «Елочка» (Удмуртская Республика). Смена впервые была организована по принципу «Игра в кубе». Во-первых, в течение всей смены проходила организационно-деятельностная игра «Бизнес-РостОК!», во время которой ребята примеряют на себя роль предпринимателей, учатся создавать и регистрировать бизнесы, вести учет финансов, строить деловые отношения, принимать решения, изучают формы бизнеса и системы налогообложения, основы продвижения продукта. С помощью наставников реализуют свои бизнес-проекты в приближенных к реальным условиям конкурентного рынка, сами организуют и проводят массовые мероприятия, соревнуются за звание «Лучший предприниматель». Во-вторых, обучение по отдельным темам проводилось также в форме игр. В-третьих, участники смены создавали игры и пытались с их помощью заработать игровую валюту.

Апробация методики позволила сделать два основных вывода: игры следует более тщательно адаптировать исходя из возраста игроков и их стартовых знаний и навыков; созданию игр и способам их коммерциализации нужно специально обучать.

Одной из предпринимательских компетенций, нуждающихся в игрофикации, является коммерциализация идей. Среди способов монетизации игры можно выделить продажу игровых комплектов; изготовление игры на заказ; организацию и проведение игр для отдельных групп, например, для класса в рамках учебного процесса или семейного досуга; организацию чемпионатов; выдачу игр как сопутствующего товара в «нагрузку» к другим товарам или услугам, например, образовательным; спонсорство под разными предложениями; и, наконец, получение гранта. Задача же педагога или тренера – показать этот спектр возможностей и дать возможность превратить с помощью игры навык в жизненный опыт – продать свою игру, приобрести навыки предпринимателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паспорт национального проекта «Образование», утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319308/

2. Режим доступа: <https://nti1000.leader-id.ru/companies/?market=2799>.
3. Щедровицкий, П.Г. Образование для детей: что зависит от родителя? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shchedrovitskiy.com/obrazovanie-dlja-detej-chto-zavisit-ot-roditelja/?fbclid=IwAR3JV3ri2y5-N5-8XxkmpQHjJrOUbRbsUaiRXXFMT60SKdNJ90I51dxVwaQ>
4. Режим доступа: https://vk.com/radyginasvetlana?w=wall283391296_451
5. Режим доступа: https://vk.com/natalya1604?w=wall17967251_1274
6. Режим доступа: https://vk.com/copp_udm?w=wall-6141675_5899
7. Щедровицкий, П.Г. Образование для детей: что зависит от родителя? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shchedrovitskiy.com/obrazovanie-dlja-detej-chto-zavisit-ot-roditelja/?fbclid=IwAR3JV3ri2y5-N5-8XxkmpQHjJrOUbRbsUaiRXXFMT60SKdNJ90I51dxVwaQ>
8. Режим доступа: <https://kruzhok.org/news-tags/gamenet>
9. Режим доступа: https://vk.com/id239001403?w=wall-60044119_14310

GAMING TECHNOLOGIES FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES

M.S. Melnikova

To develop entrepreneurial skills it is recommended to use the game formats for which it is necessary to set a task on the development of specific competencies, to choose the appropriate game mechanism, and to give substance to the game. Application of the game in the educational process is proposed to consider it from two perspectives: firstly, game as a method of education; secondly, game as a project. In the first case a learner is an object, which is traditional in the educational system, in the second one a learner is a generator of new ideas and a gaming organizer. The article contains examples of the use of the game technologies in the practical activities of the author to solve specific educational problems including the development of entrepreneurial competencies.

Keywords: education, educational programs, game technologies, development of entrepreneurial competencies.

Мельникова Мария Сергеевна,
старший преподаватель кафедры
экономической теории
и предпринимательства ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: mashasrukzacom@gmail.com

Melnikova Maria Sergeevna,
professor-assistant
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: mashasrukzacom@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО АНАЛИТИЧЕСКОГО УЧЕТА РЕЗЕРВОВ СУБЪЕКТОВ ВЕНЧУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.В. Лебедева

В статье рассмотрены предложения различных ученых в части создания резервов под венчурные риски. Автором статьи представлена методика аналитического учета резерва под венчурные риски, предложено использование специального субсчета для отражения созданного резерва в системе бухгалтерского учета, а также представлены рекомендации по составлению соответствующих первичных учетных документов.

Ключевые слова: венчурная деятельность, бухгалтерский учет рисков, бухгалтерский учет у фаундера, риски, инвестор, фаундер.

Деятельность венчурных субъектов неразрывно связана с высокой вероятностью наступления тех или иных рисков событий. Именно поэтому актуальным вопросом совершенствования бухгалтерского учета венчурной деятельности является организация бухгалтерского учета создаваемого резерва, покрывающего риски.

Отметим, что ни белорусское законодательство, ни МСФО не предлагают механизмы формирования резервов под венчурные риски.

Исследованиями в вопросах создания резервов занимались такие ученые как Стафиевская М.В., Толстова А.С., Егорова С.Е., Юданова Л.А., Головач О.В., Бондаренко О.А., Ширкман С.И. и др.

Например, российская ученая Стафиевская М.В. [1] в своих исследованиях выделяет отдельный счет для обобщения резервов – счет 93 «Резервы на устранение последствий бухгалтерских рисков» с открытием соответствующих субсчетов:

- 93-1 «Резерв под бухгалтерские риски»;
- 93-2 «Резерв под снижение стоимости материальных ценностей»;
- 93-3 «Резерв под обесценение вложений в ценные бумаги»;
- 93-4 «Резерв по сомнительным долгам».

Автор обосновывает данное предложение тем, что у всех этих резервов один источник образования – прибыль.

Еще один пример создания резервов приведен в работах Толстовой А.С. [2]. Автор предлагает создание компенсационного резерва с целью возмещения возможных неблагоприятных последствий бухгалтерских рисков посредством аккумулирования суммы в пределах 5% от чистой прибыли. Учет данного резерва Толстова А.С. предлагает вести на активно-пассивном счете 95 «Резервы под бухгалтерские риски» с открытием следующих субсчетов:

- 95-1 «Компенсационный резерв»;
- 95-2 «Изменение компенсационного резерва».

Как видно из примеров выше, российскими учеными были предложены различные варианты создания резервов на покрытие рисков (в данном случае,

бухгалтерских рисков). Однако автор не встретил исследования, связанного с созданием резерва на покрытие венчурных рисков, что является актуальной проблемой для такой стремительно развивающейся отрасли.

Ниже будут приведены авторские рекомендации, связанные с организацией бухгалтерского учета резервов на покрытие венчурных рисков.

В настоящее время типовым планом счетов предусмотрен ряд счетов для учета различного рода резервов:

- Счет 14 «Резервы под снижение стоимости запасов»;
- Счет 59 «Резервы под обесценение краткосрочных финансовых вложений»;
- Счет 63 «Резервы по сомнительным долгам»;
- Счет 82 «Резервный капитал»;
- Счет 96 «Резервы предстоящих платежей».

Закономерным считается вопрос: возможно ли использовать для целей резервирования рисков у фаундера существующую и законодательно утвержденную систему счетов либо возникает необходимость учета данного резерва на новом счете?

Инструкцией «О порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета» дано пояснение к счету 96 «Резервы предстоящих платежей»: на счете 96 «Резервы предстоящих платежей» отражаются суммы предстоящей оплаты отпусков (включая отчисления на социальное страхование и обеспечение), суммы предстоящих платежей по гарантийному ремонту и гарантийному обслуживанию, резервы по затратам на реструктуризацию организации, резервы по обременительным договорам, резервы по выводу основных средств из эксплуатации и аналогичным обязательствам, прочие резервы, установленные законодательством и учетной политикой организации [3, гл. 9, п. 75].

Как видно из абзаца выше, речь идет также и о резервах по обременительным договорам. Таким образом, учет у фаундера по обременительным договорам, по мнению автора, может осуществляться на счете 96. Рекомендуется открытие специального субсчета 96-2 «Резерв под венчурные риски».

Аналитический учет по счету 96 ведется так, чтобы обеспечить получение информации о состоянии и движении резервов предстоящих платежей по направлениям формирования использования.

Аналитический учет по данному счету может быть организован в разрезе различных видов рисков, которые присущи фаундеру (риск конфиденциальности информации, риск неполучения финансирования, производственный риск, коммерческий риск, деловой риск, финансовый риск, кадровый риск, риск «отсутствия опыта», санкционный риск). Также аналитический учет может вестись по стадиям развития венчурного проекта (Seed, Start-up, Early Stage Investment/Financing, Second stage/Round, Bridge Financing, Management Buy-Out, Management Buy-In, Spin-Off). Это было бы эффективнее для более крупных фаундеров, у которых есть несколько венчурных проектов.

На рисунке 1 представлена наглядная модель аналитического учета.

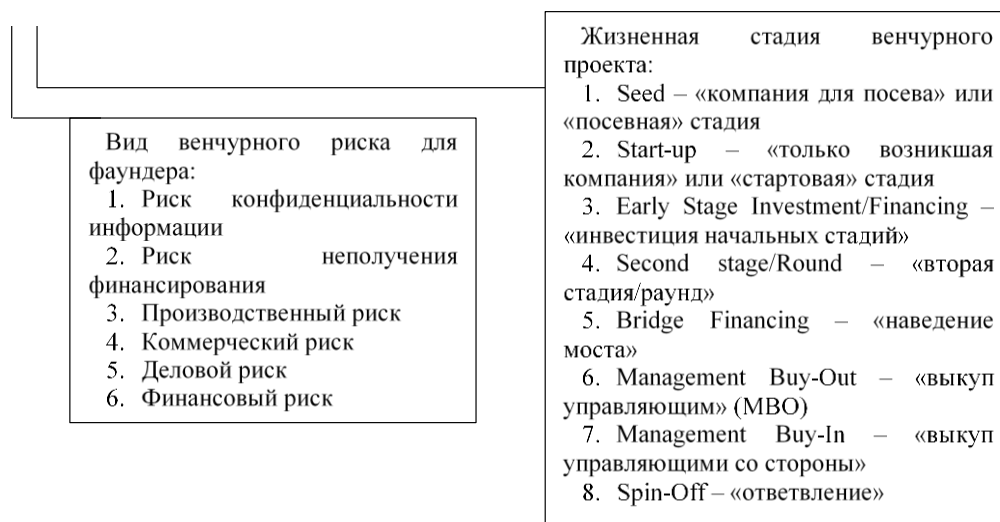


Рис. 1. Предлагаемая аналитическая схема синтетического счета 96-2 «Резерв под венчурные риски»

Достоверность данных: собственная разработка.

Суммы создаваемого резерва отражаются по кредиту счета 96-2 «Резерв под венчурные риски», а произведенные расходы и платежи, на которые был создан резерв – по дебету.

Формирование резерва может быть оформлено бухгалтерской справкой. Справка должна содержать все сведения, обязательные для первичного учетного документа, а именно:

1. наименование документа, дату его составления;
2. наименование организации;
3. содержание и основание совершения хозяйственной операции, ее оценку в натуральных и стоимостных показателях или в стоимостных показателях;
4. должности лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и (или) правильность ее оформления, их фамилии, инициалы и подписи.

Также первичные учетные документы могут содержать иные сведения, не входящие в перечень обязательных. Например, корреспонденция счетов, которые отражают содержание хозяйственной операции.

Предложенные рекомендации в часть бухгалтерского учета резервов под венчурные риски будут способствовать минимизации возможных негативных последствий хозяйственной деятельности венчурного субъекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стафиевская, М.В. Концептуальные основы бухгалтерского учета рисков: Дис. ...: 08.00.12. – Йошкар-Ола, 2013 г. – 159 с.
2. Толстова, А.С. Бухгалтерские риски и их влияние на достоверность бухгалтерской отчетности: дис. ... к.э.н.: 08.00.12. – Нижний Новгород, 2009. – 178 с.
3. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета: Приказ Минфина России от 06.06.2013 № 60н.

ского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов: постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня. 2011 г., № 50 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Дата доступа: 24.10.2022.

FEATURES OF ACCOUNTING ANALYTICAL ACCOUNTING OF RESERVES OF VENTURE ACTIVITY SUBJECTS

A. V. Lebedzeva

The article considers the proposals of various scientists regarding the creation of reserves for venture risks. The author of the article presents a methodology for analytical accounting of the reserve for venture risks, proposes the use of a special sub-account to reflect the created reserve in the accounting system, and also provides recommendations on the preparation of relevant primary accounting documents.

Keywords: venture activity, risk accounting, founder's accounting, risks, investor, founder.

Лебедева Анастасия Владимировна,
Аспирант УО «Белорусский государственный
экономический университет»,
220070, Республика Беларусь,
г. Минск, пр-т Партизанский, д. 26,
E-mail: lebedevanastya97@mail.ru

Lebedzeva Anastasia Vladimirovna,
graduate student
The Belarus State Economic University
220070, Republic of Belarus
26, Partizanski Av, Minsk,
E-mail: lebedevanastya97@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ ВолгГТУ НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ

О.А. Теселкина, Е.В. Мельникова

В данной статье раскрывается теоретический подход к проблеме управления рисками в условиях повышения предпринимательской активности вузов, обосновывается её актуальность. Внимание автора сосредоточено на решении данной проблемы в условиях рыночной экономики и современной экономической ситуации в мире. Социальное предпринимательство в России явление мало распространённое, поэтому автором статьи предлагается развивать его именно в вузовской среде, которая является будущим для всей страны. Особенно это касается опорных региональных университетов, так как в их среде повышается интерес к предпринимательской активности как среди студентов, так и среди преподавателей. Одним из таких ВУЗов является ВолгГТУ, В работе также делаются обоснованные выводы о необходимости разработки предложений по управлению рисками при данных обстоятельствах. За основу взяты труды российских экономистов, рассматривающих вопрос о проблемах предпринимательства в высших учебных заведениях. Предлагаются предложения по управлению такими рисками. Очевидно, что имеющие практическую значимость прогнозирование и качественное управление рисками социальных проектов в ВУЗах требуют классификацию этих рисков по сфере возникновения. Описанный автором вариант предложенной классификации поможет, по его мнению, определять перспективы и возможность развития таких проектов, а также разрабатывать меры по защите от негативного сценария воздействия рисков.

Ключевые слова: предпринимательская активность, управление рисками, инновационное развитие, виды рисков, реализация проекта.

В последние годы в ВУЗах нашей страны повышается предпринимательская активность. Данному факту способствует переход экономики в режим «онлайн». Так, например, уровень проникновения сети Интернет в России составляет 81%, в то время как в среднем в мире – 59%. Молодые люди лучше осведомлены о новейших технологиях, тенденциях и новых идеях, поэтому проявляют больше энтузиазма [1]. Возросшая предпринимательская активность в ВУЗах приводит к повышению рисков, в связи с чем появляется необходимость в поиске оперативных механизмов управления этими рисками, а также в дополнительных рекомендациях, которые подстраивались бы под условия современного функционирования высшей школы России. Летом 2021 года государством была внедрена программа стратегического академического лидерства «Приоритет 2030», призванная стимулировать ВУЗы к активному включению в социально-экономическое развитие регионов Российской Федерации. Одним из приоритетов новой программы стала интегрированная предпринимательская культура внутри ВУЗов [2]. Такое активное распространение предпринимательства в высших учебных заведениях страны является необходимым и закономерным процессом, так как «локомотивом» инновационного развития выступают,

прежде всего, студенты и выпускники. Целью данной статьи становится выявление рисков и инструментов их управления в условиях повышения предпринимательской активности вузов.

Стоит отметить, что в отличие от прочих видов деятельности, связанными непосредственно с инновационными научными разработками, предпринимательская деятельность может быть связана с управлением объектами социальной инфраструктуры. Известно, что в нашей стране открыто порядка 33 опорных вузов¹, задачей которых стало вовлечение молодёжи в предпринимательство и инновационную деятельность. Одним из таких ВУЗов стал Волгоградский Государственный Технический Университет. Находясь в современных условиях, ВолгГТУ принял решение провести реконструкцию своего спортивно-оздоровительного лагеря. На его территории планируется база отдыха, а также благоустройство пляжа. Для ВУЗа студентами был разработан бизнес-план.

Основной задачей по управлению рисками предпринимательства в ВУЗах является определение набора конкретных управленческих действий, что конечно же снижает непредвиденные расходы ВУЗов. Управление рисками в вузе выступает и как гарантия того, что набор управленческих действий в случае «отклонения» от заданного целевого курса развития из-за неопределенности, стихийности рынка будет адекватным, правильным и своевременным [3]. В условиях кризиса российской экономики предпринимательская деятельность является важным условием как существования, так и развития ВУЗа, а её главной целью становится привлечение в ВУЗ финансовых средств [4]. Предпринимательская деятельность в ВУЗе сопровождается различными видами рисков. Рассмотрим те, которые могут возникнуть при реализации проекта реконструкции спортивно-оздоровительного лагеря ВолгГТУ:

- Финансовый. Риск, связанный с нехваткой денежных средств у ВолгГТУ. Экономическая нестабильность в стране, способствующая повышению цен на оборудование, может повлечь за собой повышение сметы бюджета, а при худшем сценарии – невыполнение проекта. В связи с чем автором статьи предлагается следующее решение: перед реализацией проекта сравнить его с аналогичными социальными проектами по стране, разобрать цепочку технологий, установить величину денежного оборота и предоставить проект в СМИ для привлечения инвесторов, что позволит сократить сроки реализации проекта и улучшить его качество;

- Управленческий. Отсутствие соответствующей структуры (центра развития молодёжного предпринимательства), который мог бы координировать процесс реализации проектов; малые компании не имеют доступа к новым научным знаниям, создаваемым в университете; слабая разработанность методологической и инструментальной базы развития и поддержки предпринимательства в ВУЗе также накладывают ограничение на дальнейшее развитие предпринимательских проектов внутри него;

¹ По состоянию на 2020 год

- Риск контрагентов проекта (например, органов власти, сторонних компаний и т.д.), т.е. риск невыполнения другой стороной финансового контракта своих обязательств, что влечёт за собой приостановку проекта, а также нарушение сроков исполнения обязательств или отказ от их исполнения;

- Следующий риск связан с долгим сроком получения денежных средств от инвесторов проекта, что повлечет его временную приостановку или вовсе невыполнение. Поскольку каждый инвестор имеет свои специфические риски, ему потребуется время на то, чтобы взвесить все «за» и «против». Во избежание данного риска бизнес-план ВолгГТУ содержит информацию о финансовых возможностях и привлекательности реализации проекта для инвесторов. Например, на территории будущего пляжа возможно открытие платной парковки; сотрудничество с арендаторами и т.д.

- Риск, связанный с удорожанием или задержкой материалов, что вызовет увеличение сметы и сроков выполнения проекта. Для его предотвращения следует заранее изучить рыночные цены и аудит компаний-поставщиков, по возможности проанализировать распределение объёмов материалов между поставщиками на рынке услуг, прописать в договоре пункт, который бы содержал информацию о введении штрафных санкций для поставщиков в случае удорожания или задержки материалов, назначить исполняющими лица, которые бы вели контроль за выполнением заказов.

Таким образом, в настоящее время развитие инноваций переходит на региональный уровень, в связи с чем повышается предпринимательская активность внутри высших учебных заведений. Вследствие этого ВУЗы как источники фундаментальных и прикладных исследований претерпевают изменения и играют важную роль в инновационной системе. Главные цели предпринимательского университета направлены на образование, научные исследования и предпринимательскую активность [5]. На примере одного из опорных ВУЗов страны – ВолгГТУ, авторами были раскрыты возможные риски и возможность управления ими при реализации проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Развитие концепции предпринимательского университета в вузах России. Новый инструментарий оценки [Электронный ресурс]. – 16 ноября 2022. – URL: <https://www.umj.ru/jour/article/view/1468>

2. Вузы поддержат курс на предпринимательство [Электронный ресурс]. – 16 ноября 2022. – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5fbcc52f7a8aa93b6bf411e6>

3. Азарян, Н.А. Процесс управления рисками на уровне государственного высшего учебного заведения – 2014. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-upravleniya-riskami-na-urovne-gosudarstvennogo-vysshego-uchebnogo-zavedeniya>

4. Репина, М.Г. Предпринимательская деятельность ВУЗа – 2011 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskaya-deyatelnost-vuza>

5. Каменских, М.А. Исследование концепции предпринимательского университета и институциональных факторов его деятельности [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-riskov-innovatsionnoy-deyatelnosti-vuzov/>

RISK MANAGEMENT IN CONDITIONS OF INCREASING BUSINESS ACTIVITY OF VOLGGTU ON THE EXAMPLE OF RECONSTRUCTION OF A SPORTS AND HEALTH CAMP

O.A. Teselkina, E.V. Melnikova

This article reveals a theoretical approach to the problem of risk management in the context of increased entrepreneurial activity of universities, substantiates its relevance. The author's attention is focused on solving this problem in a market economy and the current economic situation in the world. Social entrepreneurship in Russia is a rare phenomenon, so the author of the article proposes to develop it in the university environment, which is the future for the whole country. This is especially true of pivotal regional universities, as there is a growing interest in entrepreneurial activity among both students and teachers. One of these universities is VolgGTU. The paper also draws reasonable conclusions about the need to develop proposals for risk management under these circumstances. The works of Russian economists considering the issue of entrepreneurship problems in higher educational institutions are taken as a basis. Suggestions are made to manage such risks. It is obvious that the forecasting and high-quality risk management of social projects in universities, which are of practical importance, require the classification of these risks according to the area of occurrence. The variant of the proposed classification described by the author will help, in his opinion, to determine the prospects and the possibility of developing such projects, as well as to develop measures to protect against a negative scenario of the impact of risks.

Keywords: entrepreneurial activity, risk management, innovative development, types of risks, project implementation.

Теселкина Ольга Алексеевна,
студент 4 курса факультета экономики
и управления ФГБОУ ВО «Волгоградский
государственный технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В.И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: olgaat2001@yandex.ru

Teselkina Olga Alekseevna,
4th year student of the Faculty
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: olgaat2001@yandex.ru

Мельникова Елена Витальевна,
кандидат социологических наук, доцент
кафедры экономики и управления ФГБОУ
ВО «Волгоградский государственный
технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В. И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: evm.34@yandex.ru

Melnikova Elena Vitalievna,
Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor of the Department
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: evm.34@yandex.ru

ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ ВОЛГГТУ

Е.В. Мельникова, В.В. Ярахмедова

Современные вызовы, побуждают вузы трансформироваться в предпринимательский тип и постоянно реформировать сложившиеся производственные, технологические и управленческие практики. В статье рассматривается понятие предпринимательского университета, пять основных признаков, присущих данному типу ВУЗа. Описаны существующие виды и методики, которые могут использоваться для оценки предпринимательских университетов. По мнению авторов, предпринимательство в современных условиях является дополнительным ресурсом для университетов. Исходя из этого, важно оценивать предпринимательский потенциал. Для оценки потенциала спортивно-оздоровительного лагеря (СОЛ) «Тумак» Волгоградского государственного технического университета (ВолгГТУ) сформулированы критерии, проведен экспертный опрос среди представителей администрации ВУЗа, преподавателей, сотрудников и студентов. Результаты опроса показали, что лагерь ВолгГТУ обладает необходимой инфраструктурой, однако её состояние респонденты оценили «ниже среднего». Среди недостатков также отмечен низкий уровень информационной поддержки и ограниченный период использования СОЛ в летние месяцы. В тоже время, все опрошенные отметили широкий спектр возможностей лагеря, связанный с пляжным отдыхом. Многие из опрошенных высказались за круглогодичное использование лагеря, указав на возможность проведения каникул, спортивных, праздничных и деловых мероприятий. Полученные ответы позволили сделать выводы о том, что лагерь «Тумак» обладает достаточным потенциалом для организации в будущем на его территории круглогодичной базы отдыха.

Ключевые слова: предпринимательский университет, предпринимательский потенциал, предпринимательство в ВУЗах, оценка предпринимательского потенциала.

В обществе сложилось мнение, что у высших учебных заведений есть только две «миссии»: образование и исследования. В последнее время активизируются меры со стороны государства, направленные на развитие предпринимательства, кроме всего прочего и в сфере высшего учебного образования, потому что в условиях изменчивости социальных и экономических процессов вузам необходимо обращаться к предпринимательству, что даст возможность реализовать или подготовить к внедрению технические, управленческие, производственные решения.

Понятие «предпринимательского университета» впервые введено Генри Ицковицем, и Бертоном Р. Кларком [1]. Они считали, что данный тип ВУЗа позволяет «ввести рынок в самое сердце университета». Кларк выделяет пять основных признаков, присущих этим ВУЗам: усиленное направляющее ядро; расширенную периферию развития; диверсифицированную базу финансирования; стимулируемый академический структуры; интегрированную предпринимательскую культуру [2].

Предпринимательский университет – организация, принявшая «предпринимательский» способ управления, которая формирует внешние и внутренние

связи с учетом внутренних ресурсов для продолжения и развития уставной деятельности [3]. Другими словами, получение прибыли приветствуется, но основная задача – это развитие предпринимательской культуры.

Отличием предпринимательского университета является возможность коммерциализовать генерацию и распространение знаний, стремление к коммуникации с обществом, что предполагает диверсификацию источников финансирования университета.

Под предпринимательским потенциалом ВУЗа следует понимать его способности по расширению предельных возможностей существующего производственного потенциала, а также возможностей адекватного ответа на вызовы внешней среды [4].

Формированию предпринимательского потенциала способствуют высококвалифицированный персонал (администрация, научно-преподавательский состав), а также студенты, непосредственно обладающие предпринимательским мышлением, его можно сформировать в процессе обучения. Дополнительно основы предпринимательской деятельности должны присутствовать в большинстве программ обучения специалистов ВУЗа и в программах повышения квалификации [5].

Влияние факторов прямого воздействия внешней среды на предпринимательскую деятельность университета обеспечивается заказами Минобрнауки РФ на подготовку кадров, необходимых для организации предпринимательской деятельности, системой поддерживающих и ограничивающих университеты законов, внутренней и внешней миграцией населения, конкурентной борьбой [6].

Следовательно, для повышения эффективности предпринимательской деятельности вуза следует использовать его предпринимательский потенциал. Существует три вида оценки предпринимательского потенциала университета:

- Эмпирическая оценка, при которой устанавливается суждение на основании эмпирических данных.
- Экспертная оценка, основанная на мнениях экспертов.
- Индикаторная оценка, основанная на значениях ограниченного числа показателей.

На сегодняшний день насчитывается много методик индикаторной оценки. Крохмаль Л.А. предлагает критерии оценки, основанные на показателях мониторинга эффективности [7]. Сама оценка проводится в относительных величинах. Всего рассматриваются 26 критериев по 5 группам, структурированным в рамках характеристик, предложенных Б. Кларком.

Колчановой Е.Е. также была разработана система характеристик объема предпринимательского потенциала. В ней рассматриваются креативная, профессионально-квалифицированная, психофизиологическая, технологическая составляющие и объем предпринимательского потенциала [8].

Несмотря на интерес ряда ученых, тема предпринимательского потенциала ВУЗов не до конца изучена, что затрудняет возможность применения количественных параметров для его оценки.

Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ) – региональный опорный университет, крупный научный центр Юга России, входящий в число лидеров технических ВУЗов страны.

Харламова Е.Е. и Казарцева О.А. отмечают, что ВолгГТУ ориентирован на освоение новых стандартов управленческой, исследовательской, а также предпринимательской деятельности, соответственно, обладает предпринимательским потенциалом [9].

Предпринимательский потенциал ВолгГТУ может быть реализован, в том числе, при использовании социально-культурных объектов, находящихся в управлении вуза. На примере спортивно-оздоровительного лагеря «Тумак», расположенного на левом берегу реки Волги, возможно провести оценку предпринимательского потенциала с целью его дальнейшей реализации за счет более эффективного использования указанного объекта.

Лагерь функционирует только в летний период; за четыре смены около 500 студентов и сотрудников учебного заведения могут здесь отдохнуть и набраться сил. Инфраструктура лагеря включает здравпункт, пляж, оборудованные площадки для занятий различными видами спорта.

По мнению авторов, возможности спортивно-оздоровительного лагеря выше, соответственно, он обладает предпринимательским потенциалом, который в настоящее время не используется.

Для оценки потенциала проведен опрос, в котором приняли участие 30 экспертов из числа представителей администрации ВУЗа, преподавателей, сотрудников и студентов ВолгГТУ.

Опрос показал, что популярность лагеря низкая, так как он известен узкому кругу лиц, и информация о нем в сети Интернет практически отсутствует. Наиболее важным критерием для респондентов при выборе места отдыха является развитая инфраструктура, но на данный момент, по их мнению, качество инфраструктуры на территории лагеря ниже среднего, а месторасположение, являющееся вторым критерием по важности, считается привлекательным.

Часть экспертов видят, как приоритетный пляжный отдых, пользующийся популярностью, как у жителей, так и гостей Волгоградского региона. Многие из опрошенных высказались за круглогодичное использование лагеря, указав на возможность проведения каникул, спортивных, праздничных и деловых мероприятий.

Респонденты также отмечают важность экологической привлекательности лагеря, расположение в непосредственной близости от Волги и живописной поймы реки,

На основании полученных ответов, можно сделать вывод о том, что спортивно-оздоровительный лагерь «Тумак» обладает достаточным потенциалом для организации в будущем на его территории круглогодичной базы отдыха. Проведение обновления и модернизации социального объекта можно рассматривать как целесообразное, так как это позволит вузу обеспечить более эффективное управление имуществом и откроет дополнительные возможности по использованию предпринимательского потенциала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Павлова, И.А. Понятие предпринимательского университета: сущность и эволюция феномена // *Инновации*. – 2014. – № 8 (190). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-predprinimatelskogo-universiteta-suschnost-i-evolyutsiya-fenomena> (дата обращения: 10.11.2022).
2. Буняк, Н.М. Предпринимательский университет: сущность и особенности формирования // *Juvenis scientia*. – 2016. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-universitet-suschnost-i-osobennosti-formirovaniya> (дата обращения: 10.11.2022).
3. Ибрагимова, А.И. Исследование успешных практик создания предпринимательских университетов // *Актуальные исследования*. – 2021. – № 37 (64). – С. 59-62. – URL: <https://apni.ru/article/2895-issledovanie-uspeshnikh-praktik-sozdaniya> (дата обращения: 10.11.2022).
4. Мокронос, А.Г., Маврина, И.Н. Предпринимательство как фактор конкурентоспособного развития профессионально-педагогического образования: теория и практика // *Образование и наука*. – 2013. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-kak-faktor-konkurentosposobnogo-razvitiya-professionalno-pedagogicheskogo-obrazovaniya-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 10.11.2022).
5. Грудзинский, А.О. Университет как предпринимательская организация // *Социологические исследования*. – 2003. – № 4. – С. 113-121. – URL: <http://tempus-um.unn.ru/files/socis1.pdf> (дата обращения: 10.11.2022).
6. Чмырь, Ю.Ю., Гуремина, Н.В., Беляев, В.А. Проблемы и особенности формирования предпринимательского потенциала университетов в России и за рубежом // *КЭ*. – 2017. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-osobennosti-formirovaniya-predprinimatelskogo-potentsiala-universitetov-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 10.11.2022).
7. Крохмаль, Л.А. Оценка предпринимательского потенциала университета // *Дальневосточный аграрный вестник*. – 2016. – № 2 (38). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-predprinimatelskogo-potentsiala-universiteta> (дата обращения: 11.11.2022).
8. Колчанова, Е.Е. Критерии и показатели оценки предпринимательского потенциала персонала организации (предприятия) // *КЭ*. – 2009. – № 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-i-pokazateli-otsenki-predprinimatelskogo-potentsiala-personala-organizatsii-predpriyatiya> (дата обращения: 11.11.2022).
9. Харламова, Е.Е., Казарцева, О.А. Предпринимательский университет как институт регионального развития на примере Волгоградской области // *Вестник ЗабГУ*. – 2015. – № 7 (122). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-universitet-kak-institut-regionalnogo-razvitiya-na-primere-volgogradskoy-oblasti> (дата обращения: 11.11.2022).

ASSESSMENT OF THE ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF THE VOLGGTU SPORTS AND HEALTH CAMP

E.V. Melnikova, V.V. Yarahmedova

Modern challenges encourage universities to transform into an entrepreneurial type and constantly reform the established production, technological and management practices. The article discusses the concept of an entrepreneurial university, five main features inherent in this type of university. The existing types and methods that can be used to evaluate entrepreneurial universities are described. According to the authors, entrepreneurship in modern conditions is an additional resource for universities. Based on this, it is important to assess entrepreneurial potential. To assess the potential of the sports and recreation camp (SOL) «Tumak» of the Volgograd State Technical University (VolgSTU), criteria were formulated, an expert survey was conducted among representatives of the administration of the university, teachers, staff and students. The results of the survey showed that the VolgGTU camp has the necessary infrastructure, but the respondents rated its condition as «below average». Among the shortcomings, a low level of information support and a limited period of use of SOL in the summer months were also noted. At the same time, all respondents noted a wide range of camp opportunities associated with a beach holiday. Many of the respondents were in favor of year-round use of the camp, pointing to the possibility of holidays, sports, festive and business events. The answers received allowed us to conclude that the Tumak camp has sufficient potential to organize a year-round recreation center on its territory in the future.

Keywords: Entrepreneurial University, Entrepreneurial Potential, Entrepreneurship at Universities, Entrepreneurial Potential Assessment.

Мельникова Елена Витальевна,
кандидат социологических наук, доцент
кафедры экономики и управления ФГБОУ
ВО «Волгоградский государственный
технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В. И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: evm.34@yandex.ru

Melnikova Elena Vitalievna,
Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor of the Department
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: evm.34@yandex.ru

Ярахмедова Виктория Валентиновна,
студент 4 курса факультета экономики
и управления ФГБОУ ВО «Волгоградский
государственный технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В.И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: yarahmedova.vika@mail.ru

Yarahmedova Victoria Valentinovna,
4th year student of the Faculty
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: yarahmedova.vika@mail.ru

СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ВУЗЕ

А.А. Агапова, Е.В. Мельникова

В статье рассматривается важность и специфика социального предпринимательства в вузе. Авторы акцентируют внимание на общности целеполагания традиционного и социального предпринимательства, подчеркивая их общие черты, связанные с получением прибыли, а также, выделяют как приоритетный социальный контекст. Такой вид деятельности, как социальное предпринимательство, необходим в любом вузе, заботящейся о своем всестороннем развитии. Проекты, реализованные в российских вузах, подтверждают актуальность социального предпринимательства как явления, демонстрируя современный запрос общества. Социальные проблемы, от которых страдают незащищенные слои населения, как правило, требует огромного внимания, поэтому решением социальных проблем может быть эффективным, если ими будут заниматься студенты вследствие своей предприимчивости и инициативности. Описываются опыты социального предпринимательства вуза в России и на западе. Отличительной чертой такого предпринимательства является активное участие студентов на всех этапах реализации проекта, включая формирование идеи и инициацию проекта. Рассмотрены эффективные способы продвижения социального предпринимательства в вузе, где могут развиваться предпринимательские способности студентов. В данной работе делаются обоснованные выводы об выявлении особенностях социального предпринимательства в вузе.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, образовательная среда, социальные проблемы, социальный бизнес, вузовское предпринимательство.

Социальное предпринимательство в сфере образования является относительно новой темой. Это связано в первую очередь с актуализацией развития теории и практики социального предпринимательства как нового явления социально-экономической сферы российского общества, и, кроме того, с активной реализацией идей социального предпринимательства именно в образовательной сфере. В России и на Западе интерес к социальному предпринимательству объясняется тем, что в последние годы наметилось обострение целого комплекса социальных проблем. Именно социальное предпринимательство обладает наибольшим потенциалом при реализации актуальных решений.

Целью данной статьи является выявление особенностей социального предпринимательства в вузе.

Если в России социальное предпринимательство только начинает развиваться, то в Европе и США идеи социального предпринимательства получили развитие еще в середине XX века [1].

Говоря о социальном предпринимательстве, необходимо помнить, что его корни лежат в традиционном предпринимательстве. Социальное предпринимательство можно объяснить как предпринимательскую деятельность, которая имеет конкретную социальную миссию, направленную на решение проблем социально незащищенных слоев населения. Следует отметить, что социальные предприниматели осуществляют целеполагание

своей деятельности, затрагивая те сферы общественной жизни, которые недостаточно регулируются государственной политикой и требуют финансовой поддержки.

Определение указывает на несколько основополагающих особенностей социального предпринимательства:

1) Первенство социальной миссии над коммерцией, что означает решения реальной социальной проблемы либо существенного уменьшения ее остроты. При этом социальный эффект является не побочным продуктом деятельности, как в предпринимательстве, а прямым целенаправленным результатом.

2) В качестве показателя эффективности деятельности традиционного предпринимателя выступают финансовые результаты, в противоположность этому, результат работы социальных предпринимателей имеет двойственный смысл: получаемая прибыль является не единственной целью, а реинвестируется в осуществление социальной миссии [2].

Таким образом, социальное предпринимательство, находясь на стыке предпринимательства и благотворительности, сочетает в себе социальную направленность деятельности и предпринимательский подход.

Если говорить о специфике социального предпринимательства в вузе, то главное отличие его состоит в том, что предполагает наличие у вуза мощного академического центра и структуры, позволяющей реализовывать проекты, финансовую самостоятельность, высокую степень информационной открытости и обязательную вовлеченность студентов.

По мнению авторов, развитие социального предпринимательства в вузах может рассматриваться как наиболее приемлемый формат, сочетающий цели бизнеса и общественные запросы, отражающие потребности современного человека. Для продвижения социального предпринимательства появляются различные конкурсы или образовательные курсы. К примеру, РАНХиГС проводит конкурс студенческих социальных проектов RAISE, где учат разрабатывать и запускать проекты в сфере социального предпринимательства [3].

Популярность набирают такие формы, как бизнес-инкубаторы и акселераторы, это своего рода бизнес-мастерские, в которых к работе над реальными проектами социальных предпринимателей подключаются консультанты, коучи, действующие опытные бизнесмены. Подобная форма улучшения предпринимательских навыков дает очень многое: персональную поддержку и мотивацию, возможность выйти за пределы собственных стереотипных подходов, привлечь к развитию проекта людей, обладающих неоценимым практическим опытом [4].

Практика работы американских университетов является подтверждением широкой свободы, а студенты работают во всех университетских структурах, созданных по их инициативе. Также вузы активно сотрудничают с социальными предприятиями, которые, расположенные в непосредственной близости от них, что улучшают репутацию университета, повышает стоимость выпускников на рынке труда и способствует привлечению средств. Одним из лучших примеров успешного социального предпринимательства является инициатива американских студентов «Государственного медицинского

колледжа», которые проводят занятия вступительных медицинских экзаменов для малообеспеченных студентов, тех, кто не может позволить себе высокие цены в частных институтах.

Конкурсы социальных проектов дают возможность студентам, будущим профессионалам в различных сферах деятельности, получить необходимые компетенции для оформления своих проектных идей, опыт применения полученных теоретических знаний на практике, осознание и учет рисков предпринимательской деятельности.

Вуз взаимодействует с государственными, частными, общественными и некоммерческими организациями, вовлекая их в разработку общих конкурсов, в создание дискуссионных площадок, что позволяет вовлекать в предпринимательские процессы представителей власти и бизнеса. Благодаря такому сотрудничеству – государства, вуза и бизнеса, обеспечивается решение значимых социальных проблем.

Один из студентов РАНХиГС открыл в Ростове-на-Дону мастерскую «Твоими глазами», где незрячие гончары обучают людей создавать красивые глиняные сувениры с закрытыми глазами, а студент челябинского филиала РАНХиГС проводит онлайн-конкурсы «ДОБРОквест», которые вовлекают в экологическую добровольческую деятельность детей и их родителей. Проекты достаточно быстро масштабировались на всю Россию и стали положительными примерами социального бизнеса для студентов [5].

Таким образом, социальное предпринимательство как явление в определенной степени уже развивается в стенах вузов. Спецификой социального предпринимательства в вузе является открытость как способ разработки и реализации проектов, направленных не только на повышение эффективности деятельности самого вуза, но и на решение социальных проблем, информационной прозрачности, финансовую самостоятельность и активное участие студентов в процессе. Социальное предпринимательство - это не просто бизнес, предполагающий получение материальной выгоды, а бизнес, где первостепенная роль отводится социальной помощи и вниманию к человеку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зарубежный опыт социального предпринимательства – [Электронный ресурс]. – [2022]. <https://www.iep.ru/files/RePEc/gai/rpaper/rpaper-2018-174P-909.pdf> – Режим доступа: – свободный. Дата обращения: 20.11.2022.

2. Социальное предпринимательство – [Электронный ресурс]. – [2022]. https://studopedia.ru/4_172570_sotsialnoe-predprinimatelstvo-opredelenie-harakternie-priznaki.html?ysclid=lattm1rdub674632414 – Режим доступа: – свободный. Дата обращения: 20.11.2022.

3. Образовательные проекты для социальных предпринимателей – [Электронный ресурс]. – [2022]. https://www.vedomosti.ru/press_releases/2022/06/01/obrazovatelnie-proekti-dlya-sotsialnih-predprinimatelei?ysclid=lamuvb5po32776289 – Режим доступа: – свободный. Дата обращения: 20.11.2022.

4. Образование для социальных предпринимателей – [Электронный ресурс]. – [2022]. <http://nb-forum.ru/useful/education/obrazovanie-dlya-sotsialnyh-predprinimateley-v-rossii?ysclid=lattrts4ou832612145> – Режим доступа: – свободный. Дата обращения: 20.11.2022.

5. Социальное предпринимательство для студентов – [Электронный ресурс]. – [2022]. <http://nb-forum.ru/useful/molodezh/sp-ili-molodezh?ysclid=lan11jtr2503694101> – Режим доступа: – свободный. Дата обращения: 20.11.2022.

THE SPECIFICS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AT THE UNIVERSITY

A.A. Agapova, E.V. Melnikova

The article discusses the importance and specificity of social entrepreneurship in higher education. The authors focus on the common goal-setting of traditional and social entrepreneurship, emphasizing their common features related to making a profit, and also highlight as a priority social context. Such an activity as social entrepreneurship is necessary in any university that cares about its comprehensive development. The projects implemented in Russian universities confirm the relevance of social entrepreneurship as a phenomenon, demonstrating the modern demand of society. Social problems that affect vulnerable segments of the population, as a rule, require huge attention, therefore, solving social problems can be effective if students deal with them due to their entrepreneurship and initiative. The experiments of the university's social entrepreneurship in Russia and in the West are described. A distinctive feature of such entrepreneurship is the active participation of students at all stages of the project, including the formation of ideas and the initiation of the project. The effective ways of promoting social entrepreneurship at the university, where students' entrepreneurial abilities can develop, are considered. In this paper, reasonable conclusions are made about the identification of the features of social entrepreneurship at the university.

Keywords: social entrepreneurship, educational environment, social problems, social business, university entrepreneurship.

Агапова Александра Алексеевна,
студент 4 курса факультета экономики
и управления ФГБОУ ВО «Волгоградский
государственный технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В.И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: alya.agapova.01@mail.ru

Agapova Alexandra Alekseevna,
4th year student of the Faculty
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: alya.agapova.01@mail.ru

Мельникова Елена Витальевна,
кандидат социологических наук, доцент
кафедры экономики и управления ФГБОУ
ВО «Волгоградский государственный
технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград,
пр-кт имени В. И. Ленина, 28а, (корп. В)
E-mail: evm.34@yandex.ru

Melnikova Elena Vitalievna,
Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor of the Department
of Economics and Management,
Volgograd State Technical University
400005, Russia, Volgograd,
pr-kt named after V.I. Lenin, 28a, (building B)
E-mail: evm.34@yandex.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И СОЦИУМ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Л.В. Вуец

В статье исследован практический опыт в сфере предпринимательской деятельности, приведены мнения экономистов в определении понятия «конкуренция», определены факторы влияния и преимущества организации, предприятия, фирмы в условиях процессов конкуренции, обеспечение составляющих элементов обеспечения конкурентоспособности хозяйствующими субъектами; изучены основные преимущества юридических лиц при выполнении основных хозяйственных операций. Рассмотрена взаимосвязь практического опыта хозяйствующих субъектов с возможностью выбора стратегии в сфере предпринимательской деятельности от имеющихся конкурентных преимуществ, определены направления государственной поддержки, приведены примеры поддержки.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, факторы, стратегия, рынок, хозяйствующие субъекты.

Ориентированность на развитие малого бизнеса способствует улучшению общественного развития и предполагает ответственное отношение физических лиц к своему будущему. В данной связи поддержка малого бизнеса рассматривается на государственном уровне и способствует развитию регионов страны. Огромная территория страны включает в себя регионы с различным уровнем развития, в этом случае необходимо обеспечить равные условия для социального и экономического развития всех регионов, включая сферу малого бизнеса.

В настоящее время совместные целенаправленные меры по поддержке малого бизнеса на региональном и муниципальном уровнях не получили широкого распространения, несмотря на то что интересы властей разных уровней совпадают. Вышеуказанные обстоятельства обуславливают актуальность темы исследования [8].

Следует отметить, что определения понятия «конкуренция» дополняют друг друга, но отдельно рассматриваемые, не в полной мере позволяют получить представление о факторах и признаках понятия «конкуренция», упуская общетеоретический аспект проблемы, а именно, сущность присущих ей экономических отношений. В современных условиях наиболее часто используется следующее трактование понятия «конкуренция»: соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров. При этом необходимо выделить следующие основные признаки конкуренции [12]:

- проявляется в системе воспроизводства продукции на всех стадиях ее создания, предпродажного и послепродажного обслуживания;
- выступает системообразующей составляющей специфики рыночных отношений и определяет совокупность присущих ей элементов, например, издержки производства, соответствие фирм и предприятий требованиям рынка;

- является фундаментом рыночных методов ведения хозяйства и основой формирования конкурентоспособности товаров и услуг, экономических законов, выраженных объективными категориями конкуренции между отдельными субъектами рынка. Выделяют понятие «конкурентоспособность товаров» и «конкурентоспособность организаций, предприятий». «Конкурентоспособность товара» оценивается по сравнению с аналогичными товарами, оценивается привлекательностью товаров для покупателей по характеристикам, которые считаются лучшими.

В этом случае сравниваются потребительские характеристики товаров, выделяются наиболее привлекательные, определяется отношение товаров к конкретному рынку. «Конкурентоспособность организаций, предприятий» оценивается с использованием инструментов, которые позволяют достичь поставленных целей, с учетом имеющихся конкурентов, которыми предпринимаются активные действия по противостоянию действиям организаций и предприятий.

Действия организаций, предприятий характеризуются активным поведением на рынке товаров и услуг. Проводятся исследования рынка и целевой аудитории, сопоставляются запросы целевой аудитории. Организации и предприятия постоянно развиваются и расширяют рынки сбыта, что позволяет достичь поставленных целей [10]. Следовательно, поддержание конкурентоспособности организаций, предприятий необходимо обладать преимуществами, составляющими спектральный аспект свойств, которые могут придать товару уникальность. В дальнейшем организациям и предприятиям гарантированы лидирующие позиции на рынке, что обеспечивается конкурентными преимуществами.

Классификация конкурентных преимуществ включает в себя внутренние, внешние, краткосрочные, долгосрочные, искусственные и естественные преимущества. Майклом Портером изучались вопросы конкурентных преимуществ, в результате исследования была выдвинута гипотеза о конкурентной стратегии [12]. В ее основе закладывались масштабы рынка, реализация действий хозяйствующих субъектов. Стратегическая позиция организаций и предприятий определяется в издержках, которые должны быть ниже, чем издержки конкурентов. Необходимо отметить, что у организаций и предприятий имеется небольшой ассортимент товаров или ограниченное количество услуг. На рынок субъектами предоставляется узкоспециализированное предложение.

Поддержание конкурентоспособности организаций, предприятий обеспечивается за счет принятия выбранной стратегии. В соответствии с уровнем принятия управленческого решения, выделяют корпоративные, стратегии сфер бизнеса, функциональные, линейные и другие стратегии. Перечисленные стратегии определяются целями, обеспечивающими повышение конкурентоспособности организаций, предприятий и рассчитываются соответствия между отдельными направлениями бизнеса на стратегическую перспективу, определяются инструменты управления финансами. Экономическая эффективность, выраженная в увеличении оборота

субъектов МСП предпринимательства, составляет 10733 млн. руб. в год. Социальная эффективность, выраженная в увеличении рабочих мест, составляет 140,1 млн. руб. в год. Общая бюджетная эффективность составляет 666 млн. руб. в год. К отчислениям в бюджет РФ в данном случае отнесены социальные выплаты с заработной платы, несмотря на то что они относятся к внебюджетным фондам. В бюджет региона планируются поступления от упрощенного налога и 85% от НДСЛ, 15% НДСЛ остаются в бюджетах района, где зарегистрирован субъект малого предпринимательства [12].

При оценке социально-экономического эффекта необходимо учитывать, что масштабы эффекта определяются не только абсолютными, но и относительными показателями, которые характеризуют влияние мероприятий на социально-экономическое развитие всей республики. Увеличится количество вновь созданных предприятий малого бизнеса. Это в свою очередь повлечет рост рабочих мест и налоговых платежей в бюджет.

Положительный эффект создания рабочих мест выражается, прежде всего, в расширении занятости, сокращении безработицы. Эффект реконструкции рабочих мест проявляется в улучшении условий труда и, как следствие, в улучшении здоровья, уменьшении случаев общей и профессиональной заболеваемости, производственного травматизма, инвалидизации населения, преждевременной и предотвратимой смертности, в повышении продолжительности жизни.

Налоговые поступления от реализации мероприятий, а в долгосрочной перспективе и налоговые поступления от развития производства вследствие реинвестирования прибыли. Дополнительные налоговые поступления позволяют увеличить бюджетное финансирование образования, здравоохранения, культуры, социальной политики, включая государственные пособия и компенсационные выплаты населению на местном, региональном, федеральном уровнях.

Таким образом, повышается заработная плата занятых в бюджетном секторе, создаются новые рабочие места в отраслях социальной сферы, что отражается на уровне и качестве жизни населения: улучшается ситуация на рынке труда и увеличиваются доходы от занятости и социальные трансферты населению, повышается доступность и качество предоставляемых услуг социальной сферы. Перечисленные направления развития предпринимательской инициативы способствуют формированию направлений стратегического развития регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бекова, Х.А. Энциклопедия современного управления: Х.А. Бекова, Н. П. Володиной. – М.: ВИПКэнерго, 2017. – 541 с.
2. Берг, Д.Б. Системный анализ конкурентных стратегий: учебное пособие / Д.Б. Берг, С.Н. Лапшина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 56 с.
3. Голев, В.И. Понятие стратегий. Классификация стратегий / В.И. Голев, Р.М. Горин // Вестник научных конференций. – 2016. – № 8. – С. 20-22.

4. Капон, Н.В. Управление маркетингом: учебник для вузов / Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. – СПб.: Питер, 2019. – 832 с.
5. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 208 с.
6. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 356 с.
7. Потехин, И.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для студентов, обучающихся спец. «Менеджмент организации» / И.П. Потехин, О.Д. Головина, М-во науки и высш. образования России, ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», Ин-т экономики и упр., Каф. упр. соц.-эконом. системами. – Ижевск: Удмуртский университет, 2018. – 137 с.: табл., схемы. – Библиогр.: с. 132-134. – Лицензион. договор № 960лб от 19.12.2018 (Интернет). – Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/17967>. – ISBN 978-5-4312-0653-5.
8. Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем: монография / под общ.ред.д-раэкон. наук, проф. С.А. Баронина и д-ра экон.наук, проф. Л.Н. Семерковой. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 329 с.
9. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов, – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2018. – 544 с.
10. Чайникова, Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников, – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2017. – 192 с.
11. Савтюгин, А. Конкурентные преимущества в стратегии фирмы // Менеджмент качества [Электронный ресурс] – URL: <https://www.quality.eur.ru/MATERIALY2/konkur-pr.htm>.
12. Саполгин, К.Р. Что такое конкурентоспособность: методы оценки и механизмы увеличения [Электронный ресурс] – URL: <https://www.gd.ru/articles/11801-konkurentosposobnost>.
13. Режим доступа: <http://economy.udmurt.ru>

ENTREPRENEURSHIP AND SOCIETY: DETERMINATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES

L.V. Vuets

The article considers the prerequisites, examines the opinions of economists in the definition of the concept of «competition», factors of influence and advantages of an organization, enterprise, firm in the conditions of competitive processes, ensuring the constituent elements of ensuring competitiveness by economic entities; examines the main advantages of legal entities when performing basic business operations. The interrelation of the practical experience of economic entities with the possibility of choosing a strategy in the field of entrepreneurship from the existing competitive advantages is considered.

Keywords: competition, competitiveness, factors, strategy, market, economic entities.

Вуец Людмила Владимировна,
к.э.н., доцент кафедры «Экономической
теории и предпринимательства»
ИЭиУ ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»,
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: vuets@mail.ru

Vuets Lyudmila Vladimirovna,
candidate of Economics, Associate Professor
of the Department of «Economic Theory
and Entrepreneurship» of the IEI
of the Udmurt State University,
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: vuets@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Т.И. Головастова, А.А. Гребенкина

Перед преподавателями вузов сегодня стоит задача по развитию надпрофессиональных компетенций, а не только профессиональных знаний, умений и навыков. Всестороннее развитие студентов вузов оказывает большое влияние на формирование личности специалиста, обеспечивает его адаптивность и устойчивость к вызовам внешней среды, а также готовность выпускника демонстрировать высокие показатели в выбранной сфере деятельности. Среди надпрофессиональных компетенций можно выделить отдельный кластер предпринимательских компетенций. Они обеспечивают развертывание коммерческого мышления, а также являются драйвером развития экономики страны.

Ключевые слова: высшее образование, предпринимательство, предпринимательские компетенции, предпринимательская активность.

Социально-экономическая и политическая ситуация требует сегодня эффективного включения потенциала развития. Его носителем является, прежде всего, молодежь. Однако статистика показывает, что доля молодежи включения в этот процесс сегодня составляет чуть более 30%. Поэтому одной из приоритетных тем, которая широко обсуждается, является тема молодежного предпринимательства.

В настоящее время резко возрастает социальная нагрузка на молодежь, повышается ее роль в обеспечении конкурентоспособности нашей страны. Сегодняшний день диктует потребность общества в инициативной, энергичной, целеустремленной молодежи, способной к предпринимательской активности, созданию и реализации инновационных идей. Преподавателям вузов необходимо искать механизмы формирования у молодого поколения необходимых знаний, качеств, а также готовить их к предпринимательской деятельности.

Под предпринимательскими компетенциями понимают круг вопросов, в которых человек обладает авторитетностью, познанием, опытом для успешного ведения предпринимательской деятельности; поведение, демонстрируемое в процессе эффективного выполнения задач в бизнесе.

В настоящее время не существует единого перечня предпринимательских компетенций. Первая попытка их изучения была сделана Агентством международного развития США в ходе широкомасштабного исследования. В результате был составлен набор компетенций высокоуспешных предпринимателей.

1. Компетенции достижения (инициатива, видит и использует возможности, забота о высоком качестве работы, обязательства в рамках контракта, ориентация на эффективность).
2. Компетенции мышления и решение проблем (систематическое планирование, решение проблем).
3. Директивность и контроль (настойчивость, контроль).
4. Ориентация на других (признание важности деловых взаимоотношений).

Для более целенаправленной и эффективной подготовки молодого поколения к построению деловой карьеры и успешному ведению предпринимательской деятельности в будущем в нашей стране должна быть сформирована модель общих предпринимательских компетенций молодежи. Это, прежде всего, компетенции ориентированные на:

- «Успехи и достижения» – компетенция, которая предполагает инициативу, использование возможностей, владение информацией, настойчивость в стремлении к успеху, ответственность за обязательства.

- «Лидерство» – компетенция, которая воспитывает уверенность в себе, умение работать в команде и быть лидером, директивность, повышение уровня образованности.

- «Предпринимательское мышление» – компетенция, предполагающая целенаправленность и планирование, генерирование и оценку идей, разрешение проблемных ситуаций;

- «Взаимодействие и отношения» – компетенция, требующая надежности и честности, признания важности деловых отношений, развития деловых контактов, имиджа.

- «Образование» – компетенция, требующая знаний и умений в области ведения предпринимательства, ориентацию в профессиональной сфере.

- «Личностные возможности» – работоспособность и трудолюбие, опыт и экспертиза, самоорганизация, осознание собственных возможностей, креативность и нестандартное мышление [5].

Большую роль в этом должны играть вузы, которых обучается большая часть молодежи. Наряду с профессиональными компетенциями, которые предполагают знания в области экономики, бизнеса, финансов, и личностными, которые предполагают стремление к достижению успеха, инициативность, самостоятельность в постановке целей следует выделять, на наш взгляд, и социальных компетенций, такие как умение работать в команде, взаимодействовать с другими людьми, сотрудничество и др.

Молодому предпринимателю, выходя в профессиональную деятельность, приходится проходить профессиональную и социальную адаптацию, которая требует развитие таких качеств как согласование и взаимодействие с другими людьми, сотрудничество, взаимопомощь, принятия совместных решений.

Процесс адаптации протекает особенно сложно для молодого специалиста. Это обусловлено тем, что развитие названных качеств не включено в учебный процесс и содержание образования. Поэтому необходимо искать методы, которые обеспечивали бы развитие всего комплекса предпринимательских компетенций.

Должна быть сформирована модель формирования предпринимательских компетенций от овладения теоретическими знаниями, затем через формирование умений и навыков – к формированию устойчивых личностных качеств – компетенций. Для того чтобы реализовать данную модель, необходимо предусмотреть изучение следующих дисциплин: экономика и предпринимательство в профессиональной деятельности; правовое обеспечение предпринимательской деятельности; менеджмент в предпринимательской фирме; маркетинг в пред-

принимательской фирме; психология предпринимателя; основы логистики; стандартизация, сертификация и лицензирование в предпринимательской деятельности; финансирование и кредитование предпринимательской деятельности; бухгалтерский учет в предпринимательской деятельности; налоги и налогообложение в предпринимательской деятельности; информационно-коммуникационные технологии в предпринимательской деятельности; бизнес-планирование; отчетность в предпринимательской деятельности.

В рамках образовательных программ развития предпринимательских компетенций также проводить разнообразные тренинги, такие как:

1. «Развитие лидерских и организаторских качеств», которые помогут развить лидерские качества и навыки организаторской деятельности (навыков самоанализа; самоанализ качеств, помогающих и мешающих быть лидерами; развитие умения работать в команде).

2. «Публичное выступление», позволяющее сформировать коммуникативные компетенции участников делового общения, которые помогут развить разговорную речь, устанавливать и поддерживать доброжелательные личные отношения с партнерами.

3. «Креативный бизнес: навыки творческого мышления», состоящий в освоении методик, помогающих в поиске идей в сфере бизнеса.

4. Бизнес-тренинги с успешными предпринимателями в рамках программы «Ты – предприниматель».

Помимо тренингов сформировать предпринимательские компетенции могут позволить и деловые игры. Они занимают важное место в моделировании будущей профессиональной деятельности предпринимателей. Проведение деловых игр в студенческих группах может осуществляться в рамках Всемирной недели предпринимательства.

Важным условием для осуществления учащимися учебно-профессиональной деятельности может стать участие команд университета в университетских, региональных и Всероссийских конкурсах студенческих предпринимательских проектов.

Однако в настоящее время в нашей стране пока не существует целостной, понятной, прозрачной, логично сконструированной системы предпринимательского образования. Вузы в должной мере не участвуют в обучении предпринимательству.

По данным исследования GUESSS, порядка 60% студентов признали, что во время обучения у них не было ни одного курса по предпринимательству вообще, а другим 40% предлагался лишь 1 курс по выбору. Эти данные трудно назвать удовлетворительными. Они совершенно не соответствуют потребностям нашей страны.

Поэтому чтобы страна двигалась в сторону упорядоченного цивилизованного предпринимательства, следует подумать о таких платформах, на которых стало бы возможным выстраивание в России системы обучения предпринимательству. Ключевое звено – это формирование компетенций предпринимателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. URL: <https://www.researchgate.net/publication/317713910>.
2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=19415>.

FORMATION OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES IN THE STUDENT ENVIRONMENT

T.I. Golovastova, A.A. Grebenkina

Today, university teachers face the task of developing supra-professional competencies, and not just professional knowledge, skills and abilities. The comprehensive development of university students has a great influence on the formation of the personality of a specialist, ensures his adaptability and resistance to the challenges of the external environment, as well as the readiness of the graduate to demonstrate high performance in the chosen field of activity. Among the supra-professional competencies, a separate cluster of entrepreneurial competencies can be distinguished. They provide the deployment of commercial thinking, and are also a driver for the development of the country's economy.

Keywords: higher education, entrepreneurship, entrepreneurial competencies, entrepreneurial activity.

Головастова Татьяна Ивановна,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: t_golovastova@mail.ru

Golovastova Tatyana Ivanovna,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Udmurt state university
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: t_golovastova@mail.ru

Гребенкина Александра Анатольевна,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»,
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: agrebenkina@yandex.ru

Grebenkina Alexandra Anatolyevna,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Udmurt State University,
426034, Russia, Izhevsk,
st. Universitetskaya, 1 (building 4)
E-mail: agrebenkina@yandex.ru

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

Е.А. Богачев

В статье анализируется динамика изменения пространственной локализации региональных промышленных производственных систем в разрезе субъектов РФ и макрорегионов за период с 2005 г. по 2020 г. Цель исследования состояла в формировании численных характеристик сложившегося пространственного распределения производственной деятельности обрабатывающей и добывающей промышленности в разрезе регионов и его динамики. Актуальность поставленной темы и полученных результатов обусловлена высокой социально-экономической и политической значимостью промышленного сектора экономики. Были рассчитаны следующие показатели: коэффициент локализации; доля добавленной стоимости региона от общей добавленной стоимости по виду экономической деятельности. Получены следующие результаты: Добывающая промышленность локализована в Тюменской области, что обусловлено сырьевой базой. Идентифицирована релокация добывающей промышленности из Уральского федерального округа в Дальневосточный федеральный округ. Обрабатывающая промышленность преимущественно локализована в г. Москва, что обусловлено значительным рынком сбыта. Выявлена тенденция увеличения концентрации обрабатывающей промышленности в г. Москва и Московской области. Полученные результаты могут быть использованы для разработки стратегии пространственного развития страны.

Ключевые слова: пространственная локализация, предпринимательская активность, региональная экономика, обрабатывающая промышленность, добывающая промышленность.

Пространственные аспекты социально-экономического развития оказывают существенное влияние на процесс трансформации крупномасштабных хозяйственных систем, определяя значимость роли воздействия на параметры организации пространства в управлении подобными системами. Особое значение эффективно организованная система управления пространственным развитием имеет для Российской Федерации, занимающей значительную площадь и характеризующейся многообразием локализованных в ее границах структурных элементов [1]. Пространственная локализация – это концентрация изучаемого объекта в пространстве [2]. Объектом исследования являются региональные промышленные производственные системы.

Для целей установления местоположения региональных промышленных производственных систем в пространстве РФ и определения динамики их изменения были рассчитаны следующие показатели: коэффициент локализации [3]; доля добавленной стоимости региона от общей добавленной стоимости по виду экономической деятельности (ВЭД). Коэффициент локализации показывает относительный уровень концентрации (во сколько раз доля отдельного вида экономической деятельности в регионе отличается от среднего по стране). Слабой стороной коэффициента локализации, искажающей реальное распределение видов экономической деятельности в пространстве, является то, что он не учитывает различия в размерности регионов и как следствие завышает или занижает степень локали-

зации видов экономической деятельности в отдельных регионах [4]. Для нивелирования вышеуказанной проблемы был рассчитан второй показатель (доля добавленной стоимости региона от общей добавленной стоимости по виду экономической деятельности), что позволило точно установить местоположение региональных промышленных производственных систем в пространстве РФ.

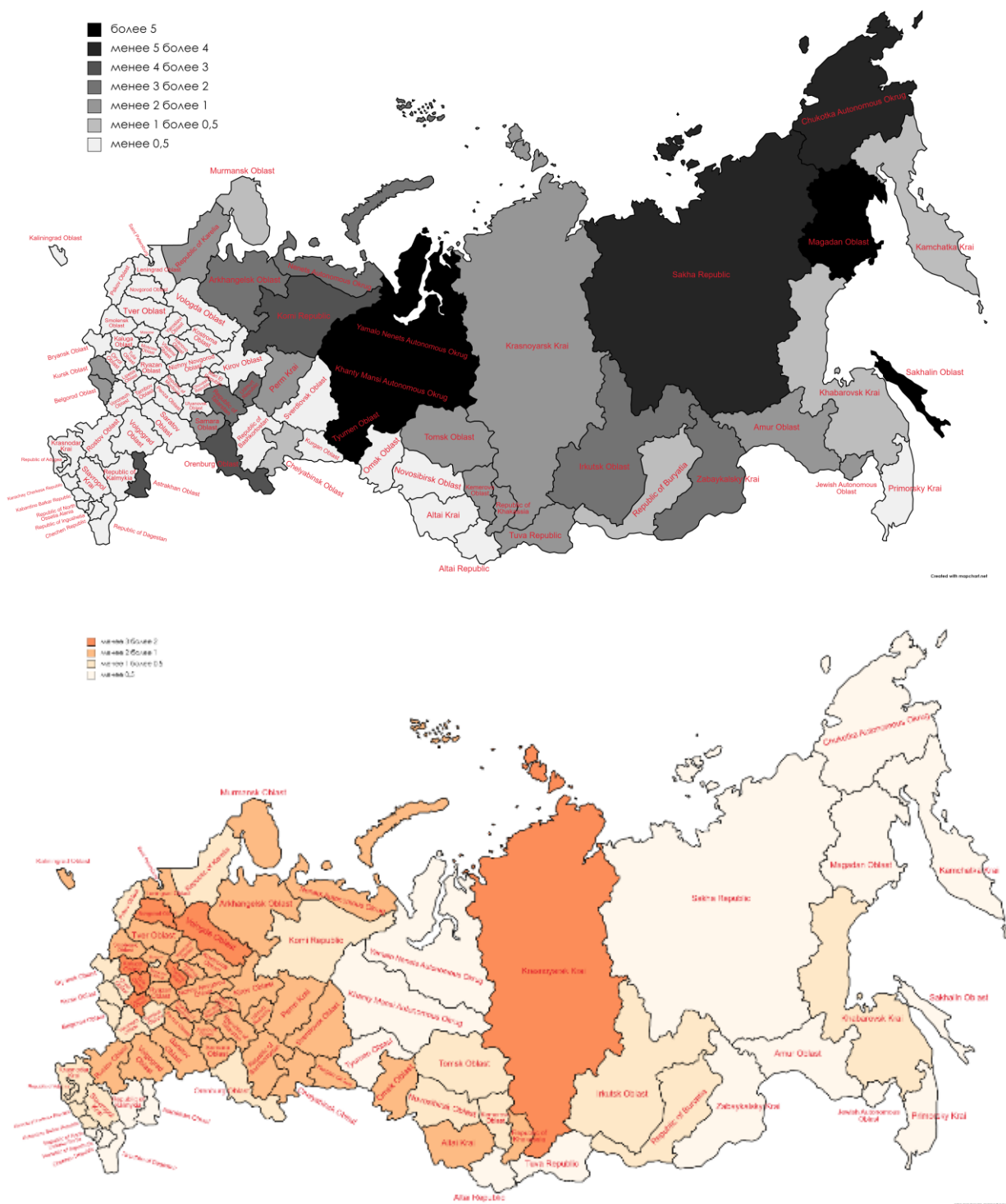


Рис. 1. Коэффициент локализации добывающей и обрабатывающей промышленности по регионам РФ в 2020 г.

Источник: составлено автором.

Наибольшее значение коэффициента локализации в добывающей промышленности в 2020 г. выявлено в: Магаданской области 5,4; Тюменской области 5,3; Сахалинской области 5,3. Наибольшее значение коэффициента локализации в обрабатывающей промышленности в 2020 г. выявлено в седеющих регионах: Красноярский край 2,4; Тульская область 2,3; Калужская область 2,3. Это говорит об относительно высоком уровне концентрации по видам экономической деятельности «добывающая промышленность» и «обрабатывающая промышленность» в вышеперечисленных регионах.

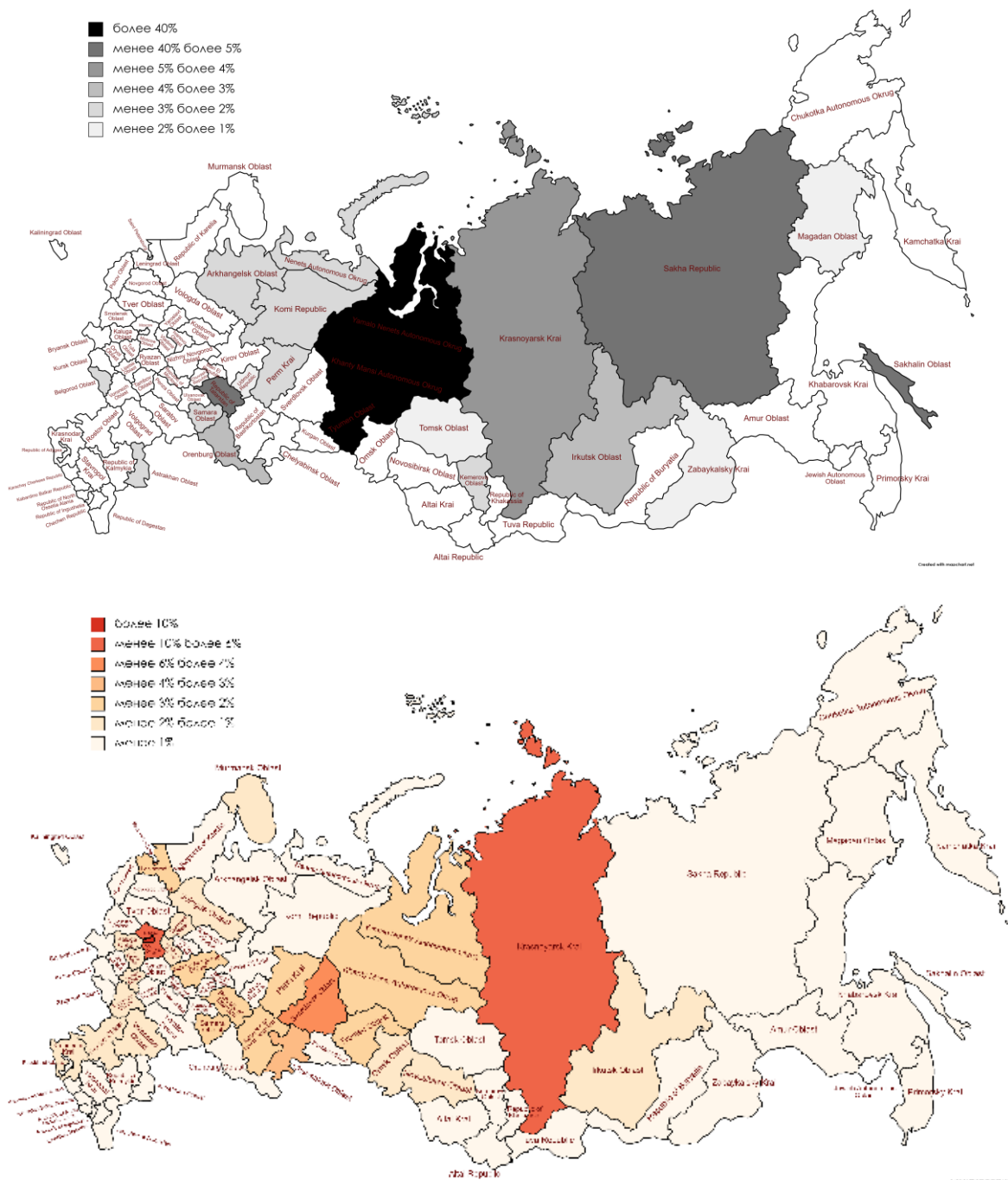


Рис. 2. Доля добавленной стоимости региона от общей добавленной стоимости по видам экономической деятельности «добывающая и обрабатывающая промышленность» в 2020 г., %.

Источник: составлено автором.

Большая часть добавленной стоимости добывающей промышленности производится в азиатской части России, более 70%.

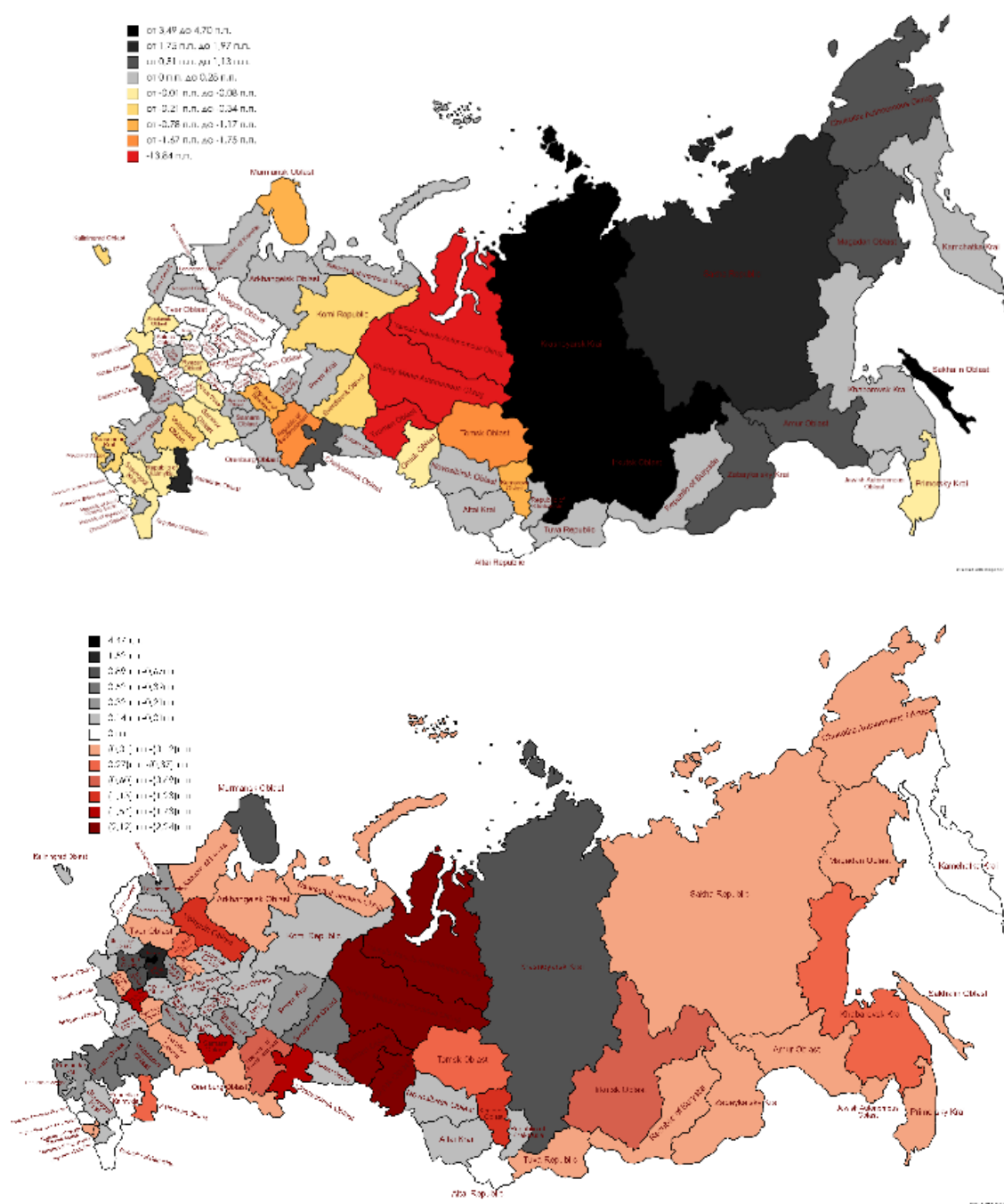


Рис. 4. Динамика изменения доли добавленной стоимости региона от общей добавленной стоимости по видам экономической деятельности добывающая и обрабатывающая промышленность в разрезе регионов РФ за период с 2005 г. по 2020 г., в п.п.

Источник: составлено автором.

В региональном разрезе наибольшая доля добавленной стоимости по виду экономической деятельности «обрабатывающая промышленность» производится в г. Москва 17,53%. В структуре обрабатывающей промышленности важ-

нейшие виды деятельности (доля, %) – производство кокса и нефтепродуктов, производство резиновых и пластмассовых изделий 48,5%.

Практически пятая часть обрабатывающей промышленности в РФ локализована в г. Москва, при этом относительно добывающей промышленности можно говорить о более равномерном распределении в пространстве РФ обрабатывающей промышленности.

Большая часть добавленной стоимости обрабатывающей промышленности производится в европейской части России, почти 75%.

Наибольший прирост коэффициента локализации добывающей промышленности зафиксирован в следующих регионах РФ: Еврейская автономная область 2 339%; Астраханская область 2 035%; Иркутская область 782%. Значительный рост коэффициента локализации во многих регионах связан с эффектом низкой базы и как следствие в дальнейшем можно прогнозировать стабилизацию значения коэффициента локализации в регионах с высоким приростом.

Наибольший прирост коэффициента локализации обрабатывающей промышленности зафиксирован в следующих регионах РФ: Мурманская область 81%; Калужская область 66%; Республика Коми 62%.

Наибольший рост доли добавленной стоимости по ВЭД «добывающая промышленность» зафиксирован в следующих регионах РФ: Сахалинская область 4,70 п.п.; Это связано с разработкой шельфовых месторождений. Красноярский край 3,53 п.п.; Рост связан с освоением и разработкой Ванкорского нефтегазового месторождения. Иркутская область 3,49 п.п.; рост связан с увеличением объема добычи нефти и природного газа на Верхнечонском нефтегазоконденсатном месторождении, а так же развитием золотодобычи.

Относительное замедление темпов ввода новых производственных мощностей в нефтегазодобывающем комплексе Республики Башкортостан (-1,67 п.п.), Томской области (-1,75 п.п.), Тюменской области (-13,84 п.п.) привело к снижению их доли по ВЭД «добывающая промышленность».

Наибольший рост доли добавленной стоимости по ВЭД «обрабатывающая промышленность» зафиксирован в следующих регионах РФ: г. Москва 4,47 п.п. Рост связан с развитием производства кокса, нефтепродуктов, резиновых и пластмассовых изделий; Московская область 1,52 п.п. Рост связан с развитием производство металлургического производства; г. Санкт-Петербург 0,89 п.п. Рост связан с развитием производства кокса, нефтепродуктов, резиновых и пластмассовых изделий.

На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что: произошедшие изменения пространственной локализации по виду экономической деятельности «добывающая промышленность» в разрезе субъектов российской федерации не привели к сдвигу локализации на макроуровне. Как в 2004 г., так и в 2020 г. более 70% добавленной стоимости производится в Азиатской части РФ. Различная динамика ввода в эксплуатацию производственных мощностей, в разрезе регионов РФ, привела к сдвигу локализации внутри Азиатской части РФ, а именно увеличению доли Дальневосточного федерального округа (на 9 п.п.) и Сибирского федерального округа (на 4,5 п.п.), снижению доли Уральского федерального округа (на 13,5 п.п.); произошедшие изменения

пространственной локализации по виду экономической деятельности «обрабатывающая промышленность» в разрезе субъектов российской федерации привели к сдвигу локализации на макроуровне. Так доля Европейской части РФ выросла на 7 п.п., с 67% до 74%. В разрезе федеральных округов наибольший рост пришёлся на Центральный федеральный округ +6 п.п. Доля Азиатской части РФ снизилась на 7 п.п. В разрезе федеральных округов наибольшее снижение пришлось на Уральский федеральный округ -3 п.п. и на Сибирский федеральный округ -3 п.п.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лаврикова, Ю.Г., Суворова, А.В. Оптимальная пространственная организация экономики региона: поиск параметров и зависимостей // Экономика региона. – 2020. – Т. 16, – вып. 4. – С. 1017-1030.
2. Тополева, Т.Н. Локализация производства: международный опыт и императивы России в условиях санкционного режима // Управленческие науки. – 2022. – № 12(2). – С. 6-20.
3. Шаталова, О.М. Пространственная локализация отраслей обрабатывающей промышленности РФ: подходы к оценке и основные характеристики // Вестник Удмуртского университета. Серия экономика и право. – 2022. – Т. 32. – Вып. 5. – С. 869-876.
4. Лапо, В.Ф. Моделирование эффектов пространственной концентрации производства: дис. ... докт. экон. наук. / В.Ф. Лапо; Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН. – Красноярск, 2006. – 387 с.

DYNAMICS OF CHANGES IN SPATIAL LOCALIZATION OF REGIONAL INDUSTRIAL PRODUCTION SYSTEMS

E.A. Bogachev

The article analyzes the dynamics of changes in the spatial localization of regional industrial production systems in the context of the subjects of the Russian Federation and macro-regions for the period from 2005 to 2020. The purpose of the study was to form numerical characteristics of the existing spatial distribution of manufacturing and extractive industries in the context of regions and its dynamics. The relevance of the topic and the results obtained is due to the high socio-economic and political significance of the industrial sector of the economy. The following indicators were calculated: localization coefficient; the share of the region's value added from the total value added by type of economic activity. The following results were obtained: The mining industry is localized in the Tyumen region, which is due to the raw material base. The relocation of the extractive industry from the Ural Federal District to the Far Eastern Federal District has been identified. The manufacturing industry is mainly localized in Moscow, which is due to a significant sales market. The tendency of increasing concentration of manufacturing industry in Moscow and the Moscow region is revealed. The results obtained can be used to develop a strategy for the spatial development of the country.

Keywords: spatial localization, entrepreneurial activity, regional economy, manufacturing industry, extractive industry.

Богачев Егор Анатольевич,
экономист Удмуртский филиал
Института экономики УрО РАН
426034, Россия, г. Ижевск
ул. Ломоносова, 4
E-mail: vilizari@mail.ru

Bogachev Egor Anatolyevich,
economist Udmurt Branch Institute
of Economics of the Ural Branch
of the Russian Academy of Sciences
426034, Russia, Izhevsk,
Lomonosova st., 4
E-mail: vilizari@mail.ru

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

И.А. Семенова

В статье приводится характеристика молодежного предпринимательства на современном этапе развития российской экономики, характеризующаяся кризисными явлениями, падением производства в ряде отраслей. Показана роль предпринимательства как одного из факторов преодоления экономического кризиса. Выделен тренд в молодежном предпринимательстве – рост числа несовершеннолетних, организующих свой бизнес. Сегодня можно выделить формирование нового сегмента рынка, где бизнес полностью цифровизирован – создание нового контента, как сфера молодежного предпринимательства. Выделены проблемы, присущие молодежному предпринимательству, и пути поддержки молодых предпринимателей, реализация применения этих инструментов в Удмуртской республике – это муниципальная программа организации предпринимательских классов в школах и проведение студенческих бизнес-акселераторов в вузах республики.

Ключевые слова: предпринимательство, молодежное предпринимательство, молодежь, тренд, самозанятые, проблемы молодежного предпринимательства, студенческий бизнес-акселератор.

Предпринимательство сегодня – источник благосостояния и экономического роста, позволяющий создавать рабочие места и внедрять инновации для эффективного развития бизнеса. Уровень предпринимательской активности отображает состояние и динамичность экономики. В условиях разрушительных последствий пандемии COVID-19 именно предпринимательство является одним из факторов преодоления мирового экономического кризиса и перехода к инновационной экономике [1].

По проведенным исследованиям, в пандемию молодые предприниматели показали более высокий уровень деловой активности и способности к адаптации. После отмены ограничительных мер, они быстрее остальных возвращались к ведению бизнеса, его инвестированию и развитию. Они быстрее адаптируются к внешним изменениям, интегрируют технологии и открывают новые направления, они сумели предложить новые продукты и качественные услуги, научились монетизировать бизнес-процессы в новых условиях. Если учесть, что федеральное законодательство относит к молодежи лиц в возрасте от 14 до 35 лет (п. 1 ст. 2 Закона № 489-ФЗ) [2], то можно отметить, что доля молодежи в российском бизнесе достаточно весома. Самые популярные направления бизнеса среди молодежи в это период – торговля, IT-технологии, научные разработки. Сегодня можно выделить формирование нового сегмента рынка, где бизнес полностью цифровизирован – создание нового контента. Эта также сфера предпринимательства, позволяющая молодежи зарабатывать деньги.

В современных условиях можно выделить новый тренд в молодежном предпринимательстве – рост числа несовершеннолетних, организующих свой бизнес. Количество самозанятых граждан в 2022 году в возрасте до 18 лет составляет порядка 77 тыс. чел. по данным в Минэкономразвития, что почти в два

раза больше чем в 2021 года 41 тыс. чел., в 2020 году их численность составляла 17,5 тыс. чел. [3].

Анализу проблем, присущих молодежному предпринимательству уделяется много внимания со стороны экспертов. Проблемы, присущие молодежному предпринимательству в России представлены на рисунке 1.

Также можно добавить к перечисленным проблемам недостаточную урегулированность на федеральном уровне вопросов поддержки молодежного предпринимательства, различие возможностей в продвижении идей в федеральных центрах и в регионах, что ведет к «утечке» активных предпринимателей в крупные центры.

Поддержка молодежного предпринимательства во всех странах становится приоритетным направлением государственной политики государства. Поддержка инициатив молодежи, а также содействие предпринимательской деятельности молодежи указаны в перечне основных направлений реализации молодежной политики, в статье 6 федерального закона от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ [2].

Но практика показывает, что применяемые механизмы пока недостаточны для того, чтобы молодежное предпринимательство стало максимально популярным и приносило более значимый вклад в экономику страны.



Рис. 1. Проблемы молодежного предпринимательства

Для поддержки молодых предпринимателей и повышения привлекательности условий ведения бизнеса необходимы новые механизмы и инструменты. В первую очередь это образование – и речь идет не только о вузовском образовании, но и школьном. Здесь нужно отметить успешный опыт реализации му-

ниципальной программы организации предпринимательских классов в Удмуртской республике, что позволяет формировать культуру молодежного предпринимательства и обеспечивает вовлечение школьников в различные конкурсы, стартапы, обеспечивает налаживание каналов информирования. Здесь важно обеспечить адаптацию образовательных форматов к современным требованиям, бизнес-вызовам и дать возможность обучающимся получить первый предпринимательский опыт. Важно обеспечить выстраивание системы наставничества в образовательных организациях и создание дисциплин, связанных с предпринимательством.

Исследования показали, что 60% молодых людей готовы после выпуска из вузов открыть свое дело. И уже на стадии обучения они хотят заниматься предпринимательской деятельностью. Для реализации этой цели важна программа «Стартап как диплом», которая позволяет студентам защищать свои наработки, свою деятельность в виде диплома. Это позволяет привлечь инвесторов, т.к. вузы приглашают на защиту дипломов практиков – предпринимателей. Выстраивается определенная система наставничества, которая, конечно, необходима в вузовском сообществе [4].

В качестве действенного механизма поддержки молодежи при вхождении в бизнес можно отметить студенческие бизнес-акселераторы, реализуемые, например, в вузах Удмуртской республики – ФГБОУ ВО «УдГУ», ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» и др., которые позволят увеличить число стартапов в вузах, популяризировать предпринимательство, развивать предпринимательские компетенции, повысить правовую и финансовую культуру студентов, обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры, помогут получить гранты, инвестиции и наставничество со стороны опытных предпринимателей [5].

Последовательная реализации системных и точечных мер будет достаточна для того, чтобы молодежное предпринимательство активно развивалось и стало залогом роста российской экономики в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабкин, А.В., Чистякова, О.В. Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, – № 24. – С. 4087-4102.

2. О молодежной политике в Российской Федерации, № 489-ФЗ от 30 декабря 2020.

3. Доля молодых предпринимателей до 25 лет в России выросла в 2,5 раза. – Режим доступа: <https://madeinrussia.ru/ru/news/7603>).

4. Елисеева, Ю. С юных смет: несовершеннолетних самозанятых стало почти вдвое больше. – URL: <https://iz.ru/1382870/iuliia-eliseeva/s-iunykh-smet-nesovershennoletnikh-samozaniatykh-stalo-pochti-vdvoe-bolshe#:~:text=Количество%20несовершеннолетних%20самозанятых%20в%20России,курьерами%2C%20официантами%2C%20барменами%20и%20промоутерами>.

5. Молодежное предпринимательство: хайп или будущее российской экономики? – URL: /<https://roscongress.org/sessions/spief-2021-molodezhnoe-predprinimatelstvo-khayp-ili-budushchee-rossiyskoy-ekonomiki/discussion/>.

2. Режим доступа: <https://projects.2035.university/accelerator/39>.

DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

I.A. Semenova

The article describes the characteristics of youth entrepreneurship at the present stage of development of the Russian economy, characterized by crisis phenomena, falling production in a number of industries. The role of entrepreneurship as one of the factors of overcoming the economic crisis is shown. A trend in youth entrepreneurship is highlighted – an increase in the number of minors organizing their business. Today, we can single out the formation of a new market segment where business is fully digitalized – the creation of new content as a sphere of youth entrepreneurship. The problems inherent in youth entrepreneurship and ways to support young entrepreneurs are highlighted, the implementation of the use of these tools in the Udmurt Republic is a municipal program for organizing entrepreneurial classes in schools and conducting student business accelerators in universities of the republic.

Keywords: entrepreneurship, youth entrepreneurship, youth, trend, self-employed, problems of youth entrepreneurship, student business accelerator.

Семенова Ирина Александровна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономической теории
и предпринимательства ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: saval23@yandex.ru

Semenova Irina Alexandrovna,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Economic Theory
and Entrepreneurship
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: saval23@yandex.ru

МЕТОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАБОТЫ МБОУ «СОШ № 72» ПО РЕАЛИЗАЦИИ НАПРАВЛЕНИЙ «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ» И «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Е.С. Катаргина

В основе разработанных в средней школе программ и мероприятий используется интерактивный, деятельностный подход к обучению, в основе которых заложен принцип edutainment. Практико-ориентированность занятий обеспечивается через мастер-классы с реальными, жизненными примерами (задания PISA); практические занятия (в том числе различные игры, кейсы, проекты) с заданиями, имеющими не только формальное учебно-тренировочное значение, но и реалистичное содержание. Используются интерактивные технологии: проектные и игровые технологии, обучение в сотрудничестве, технология «Дебаты», кейс-технологии, синема – технология и интегрированное обучение. Школьники выполняют научно-исследовательские работы, занимаются по программе предпринимательских классов, что позволяет достичь высоких результатов при участии в конкурсах, а также формирует образ успешного выпускника.

Ключевые слова: образование, образовательные программы, предпринимательские компетенции, дебаты, кейс-технологии, проектная деятельность.

Одной из перспективных и приоритетных направлений, в котором работает наша школа, является финансовая грамотность и предпринимательство.

В школе мы стараемся создать условия для формирования интеллектуально развитой личности, готовой саморазвиваться и самосовершенствоваться, для расширения и углубления знаний по финансовой грамотности и предпринимательству.

С 2017 учебного года в МБОУ «СОШ № 72» ведется факультативный курс «Финансовая грамотность» (5-7 классы), элективный курс «Экономика и финансовая грамотность» (10-11 классы). С 2020 года разработана и реализуется программа по внеурочной деятельности «Занимательная финансовая грамотность», целью которых является повышение эффективности жизнедеятельности выпускников школы в динамичных социально-экономических условиях, содействие их профессиональному самоопределению. По данным программам курс может проводиться отдельно и через интеграцию в другие учебные предметы (технология, математика, информатика, география, обществознание).

С 2020 года успешно реализуется городской проект «Предпринимательский класс» через программу дополнительного образования «Я будущий успешный предприниматель»

Эти программы имеют практическую направленность на развитие у учащихся компетенций (знаний и представлений, умений, навыков, ценностей и установок), необходимых для практической деятельности за счёт выполнения ими реальных практических задач (задач, непосредственно возникающих в социальной практике, а также через примеры открытых заданий PISA).

Простой режим систематического изложения знаний делает процесс скучным и не нужным. И это доказал Эдгар Дейл – известный американский педагог, профессор Университета Огайо. Еще в 1946 году он доказал, что наиболее абстрактными для человека являются слова, а наиболее конкретным – личный опыт.

Люди запоминают информацию более эффективно, если проецируют ее на практическую плоскость. Человек может прочитать про что-то, но почти ничего не запомнить. Но если он применит то, о чем только что прочитал, в реальной жизни, это обязательно в его памяти закрепится. Эта особенность и лежит в основе конуса обучения Эдгара Дейла [1] – основа всей методической работы современной школы.

Поэтому в основе разработанных программ и мероприятий мы используем интерактивный, деятельностный подход к обучению, в основе которых заложен принцип *edutainment* (от англ. *education* – образование и *entertainment* – развлечение).

Практико-ориентированность наших программ обеспечивается через: теоретические занятия, включающие мастер-классы с реальными, жизненными примерами (задания PISA); практические занятия (в том числе различные игры, кейсы, проекты) с заданиями, имеющими не только формальное учебно-тренировочное значение, но и реалистичное содержание заданий.

Разработанный цикл уроков и мероприятий отличаются глубокой продуманностью, широким диапазоном используемых форм, методов, приёмов, наглядных пособий и технических средств. Сочетание классических и нетрадиционных приёмов обучения, выбирается с учетом развития пространственных представлений и других индивидуально-психологических особенностей школьников.

Широк спектр современных педагогических технологий, которые применяются на уроках: проектные и игровые технологии, обучение в сотрудничестве, технология «Дебаты», кейс-технологии, синема – технология и интегрированное обучение и т.д., позволяют строить эффективно образовательный процесс на уроках финансовой грамотности и предпринимательства.

Кроме этого на уроках мы используем: мультипликационные фильмы (начальное звено); анимированные презентации; короткометражные фильмы (5-11 классы).

Мы начали создавать свои авторские фильмы. Например, активно на своих уроках в 7 классе используем фильм «Необдуманные покупки», который был разработан на основе авторской научно-исследовательской работы «Успех продаж: основа бизнеса».

В данном сценарии использованы разные психологические манипуляции или техники продаж: дэдлайн, мнимые скидки, поверьте, сравнение цен, эффект толпы, директивное указание, все равно вернетесь, вовлечение, музыка и ароматы, подстройка, эмоции, чувства покупателей (чувства жадности, стадности, срочности, потери).

В заключение данного сценария даны рекомендации или памятка «Как защитить себя от необдуманных покупок».

Такие представления, особенно когда в главных ролях выступают сами учащиеся, вызывают интерес у ребят, повышают их работоспособность и творческую активность, что благоприятно сказывается на конечных результатах обучения.

Для уроков с включением видеоматериалов уместно использовать CINEMA – технологию – это одна из перспективных технологий метода событийности в воспитательной системе, помогающая воспринять реальное представление о мире с помощью кинематографических произведений, в своей основе заключает проживание и переживания.

Ну и, конечно, проектные технологии: чем больше мы вовлекаемся в процесс, тем успешнее мы усваиваем определенную информацию, это индивидуальные и групповые проекты, бизнес-проекты, исследовательские работы, которые мы активно внедряем и реализуем в нашей школе.

С 2021 года наша школа активно участвует в реализации городского проекта «Предпринимательский класс».

Уже в 2019 году мы начали работать в направлении предпринимательство, где наши учащиеся становятся победителями конкурса проектов в Удмуртской Республике.

С 2020-2022 учебном году ребята неоднократно становятся призерами регионального конкурса НПК «Шаг в науку: от школьного проекта к профессиональной карьере» (ИЖГСХА), победителями всероссийского конкурса проектов «Биомимикрия в дизайне и инженерии» (МОО «Достижение молодых»), призерами VII НПК социально-гуманитарных исследований проектов (ГБОУ Школа № 1535 г. Москва), призерами регионального НПК «Творчество юных» (Национальный исследовательский университет «МИЭТ» (г. Москва). В данных конкурсах ребята защищали бизнес-проекты и исследовательские работы в секциях: экономика, экономические науки.

Значимой в этом году для нас стала победа на VII региональном чемпионате «Молодые профессионалы» («Worldskills Russia) Удмуртской Республики - 2022 в компетенции предпринимательство и поездка в г. Курск, где ученицы школы № 72 успешно представляли наш регион.

И последним итоговим мероприятием стала защита бизнес-проектов в городском проекте «Предпринимательский класс». УДГУ. У нас 1 и 2 место!

Бедный, неудачный, несчастливый и нездоровый это тот, кто часто использует слово «завтра». Роберт Кийосаки [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пирамида обучения: как запомнить что-то раз и навсегда <https://externat.foxford.ru/polezno-znat/piramida-obucheniya>
2. <https://citatnica.ru/citaty/motiviruyushhie-tsitaty-pro-biznes-200-tsitat>

METHODOLOGICAL SYSTEM OF WORK MBOU «SECONDARY SCHOOL № 72» FOR THE IMPLEMENTATION OF THE DIRECTIONS «FINANCIAL LITERACY» AND «ENTREPRENEURSHIP»

E.S. Katargina

The programs and activities developed in the secondary school are based on an interactive, activity-based approach to learning, which is based on the principle of edutainment. Practice-oriented classes are provided through master classes with real, life examples (PISA tasks); practical exercises (including various games, cases, projects) with tasks that have not only formal educational and training value, but also realistic content. Interactive technologies are used: project and game technologies, collaborative learning, Debate technology, case technologies, cinema-technology and integrated learning. Schoolchildren perform research work, are engaged in the program of entrepreneurial classes, which allows them to achieve high results when participating in competitions, and also forms the image of a successful graduate.

Keywords: education, educational programs, entrepreneurial competencies, debates, case technologies, project activities.

Катаргина Екатерина Сергеевна,
учитель технологии, финансовой
грамотности МБОУ «СОШ № 72»
426060, Россия, г. Ижевск,
Буммашевская ул., 66-а,
E-mail: katarg2015@bk.ru

Katargina Ekaterina Sergeevna,
teacher of technology, financial
literacy MBOU «Secondary School № 72»
Bummashevskaya st., 66-a,
Izhevsk, Russia, 426060
E-mail: katarg2015@bk.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОДРОСТКОВ

О.А. Григорьева

В статье анализируется значимость развития навыков предпринимательской деятельности в рамках муниципального проекта «Предпринимательский класс», программа которого стимулирует у обучающихся предпринимательское мышление и направлена на обучение навыкам проектного управления, генерации бизнес-идей и создания стартапа с целью определения выбора будущей профессии в сфере предпринимательства.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательский класс, бизнес-процесс, стартап, бизнес-акселератор.

Проект «Предпринимательский класс» объединяет усилия учителей городских школ Удмуртской Республики, а также ресурсы всех сетевых учреждений Министерства образования и науки, научных организаций и вузов.

Образовательные программы предпринимательского класса включают в себя элементы допрофессиональной подготовки, помогают обучающимся развивать предпринимательское мышление, обучают навыкам управления проектами, генерируют бизнес-идеи и направлены на создание стартапа с целью осознанности выбора будущей профессии в предпринимательстве.

Преподавание в школе дисциплины «Предпринимательство» открывает перед обучающимися новые возможности:

- * Построение и управление бизнес-процессом.
- * Маркетинговые коммуникации, финансовый и инвестиционный анализ, запуск стартапов и исследования по оптимизации вашего бизнеса.
- * Изучение нормативно-правовых документов, регулирующих предпринимательскую деятельность.
- * Сотрудничество с представителями бизнеса и предпринимателями.
- * Работа со стартапами в проектных лабораториях, бизнес-инкубаторах и бизнес-акселераторах.

В результате реализации проектов в предпринимательском классе выпускники приобретают базовые знания в области предпринимательства и навыки, связанные с проектной работой, командной работой и готовностью брать на себя ответственность.

Важность развития предпринимательской деятельности в современной России подчеркивается Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных и стратегических целях развития Российской Федерации» до 2024 года», целый раздел посвящен развитию малого и среднего предпринимательства. В частности, поставлена задача «создать систему акселерации субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе индивидуальных предпринимателей, включая инфраструктуру и службы поддержки» для увеличения количества предпринимателей до 25 миллионов к 2024 году. В этом контексте проекты «Предпринимательского класса» направлены на реше-

ние важных задач. Другими словами, это мотивирует старшеклассников к участию в предпринимательской деятельности и дальнейшему развитию соответствующих навыков и компетенций.

Одной из ключевых социальных проблем современного российского образования является дефицит практических знаний и компетенций учащихся. Увеличение знаний в младших и старших классах средней школы не приводит к соответствующему улучшению способности решать задачи.

Для преодоления этого пробела в мировой практике успешно используется проектный подход или метод проектов. Проектный подход позволяет уйти от авторитаризма в обучении и всегда ориентироваться на самостоятельную работу ученика. С помощью этого метода учащиеся не только получают определенную сумму знаний, но и учатся сами овладевать этими знаниями и использовать их для решения познавательных и практических задач.

Проект «Предпринимательский класс» строится на проектном подходе и предлагает овладение различными методами познавательной деятельности. Умение пользоваться различными источниками информации, способность к совместной работе, умение принимать мнения других, умение противостоять трудностям, умение ставить цели, строить планы и реализовывать их, сопоставлять действия с целями.

Разрыв между необходимостью перехода к цифровой экономике и возможностями системы образования – еще одна социальная проблема, которую призван решить проект. Система образования не поспевает за изменениями, происходящими в обществе, а рынок труда меняется все стремительнее.

Проект «Предпринимательский класс» помогает восполнить этот пробел, развивая сообщество педагогов и предпринимателей, которые выступают в качестве наставников для ознакомления с предпринимательством старшеклассников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учётом поправок, внесённых Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 14.04.2014, № 15, ст. 1691.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 01.07.2014) // «Собрание законодательства РФ», 04.08.2014, № 4, ст. 198.

3. Аптаева, С.У., Манжукова, О.А. Особенности правового регулирования статуса несовершеннолетних [Текст] // Актуальные проблемы права: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, декабрь 2016 г.). – М.: Буки-Веди, 2016. – С. 26-29. – URL <https://moluch.ru/conf/law/archive/224/11179/> (дата обращения: 26.11.2022).

4. Кричевский, Р.Л. Психология лидерства. – СПб: Статут, 2007.

5. Молчанов, И. Развитие лидерских качеств. Программа лидерской эффективности // Psyfactor, 2005 г. [Электронный ресурс] – URL: <http://psyfactor.org/lib/lider3.htm>.

6. Петров, В.Е. Распределенное лидерство в контексте педагогики общей заботы как модель управления курируемой учебной группой // Образование и воспитание. – 2016. – № 1. – С. 85-88.

7. Разберг, Б.А., Лозовский, Л.Ш., Стародубцева, Е.Б. Современный экономический словарь. – 3-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М. 2016.

8. Серебрякова, А.А. Государственные гарантии реализации прав ребенка в Российской Федерации // Вопросы ювенальной юстиции. – 2014. – № 3. – С. 20.

9. URL: <http://works.doklad.ru/view/bhimOoiqRF0.html>

10. URL: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/drujinina_psi

11. URL: https://www.psyoffice.ru/8/psychology/book_o638_page_48.htm

ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES OF TEENAGERS

O.A. Grigorieva

The article analyzes the importance of the development of entrepreneurial activity, which stimulates entrepreneurial thinking among students and is aimed at teaching project management skills, generating business ideas and creating a startup in order to determine the choice of a future profession in the field of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurial class, business process, startup, business accelerator.

Григорьева О.А.,
куратор предпринимательского класса
МБОУ «СОШ № 58»
426004, Россия, Ижевск,
ул. Краева, 50
E-mail: sc058@IZH-SHL.UDMP.RU

Grigorieva O.A.,
entrepreneurial curator
MBOU «SOSH № 58»
Kraeva st., 50,
Izhevsk, Russia, 426004
E-mail: sc058@IZH-SHL.UDMP.RU

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Д.Л. Килеев

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с технологическим и социальным предпринимательством. Цель исследования – изучение технологического и социального предпринимательства, особенностей их развития, сходств и различий. Объектом исследования выступает технологическое и социальное предпринимательство. Основными методами проведения исследования явились метод анализа, сравнения, логического рассуждения. Автор статьи подчеркивает важность и значимость изучения вопросов развития технологического и социального предпринимательства на сегодняшний день. Данные виды деятельности определены как драйверы экономического роста. Рассмотрены понятия определений «технологическое» и «социальное» предпринимательство. Изучены составляющие элементы структуры технологического предпринимательства. Рассмотрены необходимые условия для успешного развития технологического предпринимательства на рынке, а также примеры предпринимателей и предприятий на рынке. Автором статьи изучены основные задачи социального предпринимательства. Проанализированы возможные риски деятельности технологического и социального предпринимательства. Изучена зарубежная практика развития технологического и социального предпринимательства. Разработан алгоритм по повышению эффективности развития технологического и социального предпринимательства. Автор статьи делает вывод, что существуют достаточно широкие перспективы развития для технологического и социального предпринимательства. Для этого необходима поддержка как со стороны руководителей предприятий на рынке, так и со стороны государства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, технологическое предпринимательство, развитие, проблемы, эффективность, бизнес, инфраструктура, перспективы.

На сегодняшний день вопросы развития предпринимательства играют важную роль в жизни общества и государства в целом. Поскольку от этого зависят показатели уровня развития производственно-хозяйственной деятельности, конечная прибыль многих предприятий и организаций, конкурентоспособность на рынке и т.д. Следовательно, вопросы изучения роли и значимости предпринимательства должны занимать приоритетное положение в анализе исследования хозяйственной деятельности компаний на рынке. Особое внимание должно быть уделено изучению технологического и социального предпринимательства, которые являются драйверами экономического развития.

Вопросам рассмотрения технологического и социального предпринимательства посвящено множество научных работ. Среди которых можно отметить работы Ю.А. Балдина, Т.А. Корнеева, А.А. Харченко и других.

В условиях глобализации экономики на первый план выходят вопросы обеспечения технологического и социального развития общества. Именно они отражают уровень развития, а также экономическую безопасность государства в целом. Рассмотрим технологическое и социальное предпринимательство.

Технологическое предпринимательство – создание нового бизнеса, в основу конкурентного преимущества которого положена инновационная высокотехнологичная (или же наукоёмкая) идея. Основными частями инфраструктуры

технологического предпринимательства являются: производственно-технологическая инфраструктура, информационная инфраструктура, финансовая инфраструктура и т.д. К субъектам инфраструктуры технологического предпринимательства относятся: специальные подразделения исполнительной власти, центры трансфера технологий, центры научно-технической информации, финансово-инновационные центры, консультационные центры, центры маркетинга, центры, патентные агентства и т.д. [1, с. 3].

Развитие технологического предпринимательства предполагает активное внедрение инновационных технологий, массовое создание и продвижение инновационных продуктов на рынке. Предприятия этой сферы находятся в постоянном поиске инвесторов, заинтересованных во вложении средств в новые технологии. Это развивает экономику и способствует активному экономическому росту. Кроме того, к технологическому предпринимательству можно отнести создание новых компаний в высокотехнологичных секторах экономики. Следует отметить, что технологическое предпринимательство очень распространено в области информационных технологий.

Для успешного развития технологического предпринимательства нужно построение эффективной предпринимательской экосистемы, особенно соблюдение трёх самых важных условий: развитый рынок технологий (иначе никто не будет или же не сможет пользоваться твоим продуктом); возможность трансфера научных достижений в бизнес (чтобы они были просты, понятны и полезны всем); наличие механизмов венчурного финансирования (долгосрочные, высокорисковые инвестиции богатых людей и компаний) [2, с. 246].

Во многих странах технологичное производство сильно развито. Из наиболее успешных технологических предпринимателей и предприятий можно выделить следующие: Стив Джобс и его Apple, Марк Цукерберг и его Meta Platforms, Сергей Брин и Лари Пейдж-создатели Google (одна из немногих компаний, которая даже спустя много лет остаётся на плаву и радуется новыми технологиями), Джек Дорси-создатель Twitter и других IT решений. Из российских успешных «технологов» можно выделить: Евгения Касперского-создателя Лаборатории Касперского, специализирующейся в области безопасности в IT, Аркадия Воложа – создателя Яндекса, Олега Тинькова – основателя Тинькофф Банка, Павла – Дурова создателя социальной сети Вконтакте (самой популярной в СНГ) и мессенджера Telegram (одного из самых популярных в мире). Главной целью технологических компаний является захват рынка (большой охват потенциальных потребителей на рынке), минимальные расходы, максимальные доходы и чистая прибыль.

Далее рассмотрим социальное предпринимательство и его особенности развития. Социальное предпринимательство – это использование стартапов и других средств предпринимательства для разработки, финансирования и реализации решений социальных, культурных или экологических проблем. В этом плане социальное предпринимательство сближается с так называемым третьим сектором (то есть с некоммерческими организациями). Концепция социальной предпринимательской деятельности может быть применена к широкому кругу организаций, имеющих различный размер и цели. Социальное предпринима-

тельство предполагает функцию решения или смягчения социальных проблем в обществе, снятию социальной напряженности, обеспечение доступа к приобретению необходимых благ и услуг для жизнедеятельности и т.д.

Можно выделить следующие задачи социального предпринимательства:

- внедрение инноваций в социально-ориентированные предприятия для более активного их развития и более простого поиска инвестиций;
- анализ уровня жизни населения и удовлетворение его запросов;
- изучение приоритетных направлений развития социального предпринимательства;
- повышение уровня качества жизни населения;
- остижение социальной миссии и социальных изменений;
- инновационный рост в социальной сфере.

Большую роль в социальном предпринимательстве играют технологии. Например, при помощи сети Интернет можно легко и быстро собрать пожертвования для реализации проектов. К самым популярным социальным бизнесам можно отнести: FoodTech – переработка отработанного и ненужного зерна в полезную муку, VatBnB – производство домов для летучих мышей, Hara World – отель с нулевыми отходами, Eone – производство часов для невидящих людей, время на которых можно определить тактильно или при помощи озвучивания, Fair Harbor – производство купальников из мусора, Harkla – товары для детей с особенностями развития, Maugo – развитие сельского хозяйства для борьбы с голодом и т.д.

Как и любые виды предпринимательства, социальное и технологическое несут за собой некоторые риски. У технологического предпринимательства можно выделить следующие опасные моменты:

- 1) кадровые риски (не в каждом регионе имеется достаточная концентрация работников высокотехнологичного сектора, из-за невысокого спроса на их работу);
- 2) инвестиционные риски (риск неполучения финансовых средств порождает объективные причины замедления темпов развития предпринимательской деятельности предприятий на рынке);
- 3) социально-экономические риски (автоматизация производства и технологический прогресс может приветси к сокращению занятости населения развитых регионов).

Социальное предпринимательство в силу своего полагания на внешнее финансирование также имеет риски:

- 1) трудности в получении финансирования (как ни странно сфера социального предпринимательства не пользуется большим спросом у инвесторов);
- 2) трудности с получением прибыли и окупаемости затрат (социальное предпринимательство – это бизнес, который в большей мере направлен на достижение общественно важных целей, что в свою очередь может поставить получение финансовой выгоды на второй план);
- 3) отсутствие инфраструктуры поддержки (социальное предпринимательство – относительно молодая отрасль бизнеса, на данный момент существует

мало организаций способных оказывать помощь в развитии этой ниши предпринимательства).

При всех рисках технологическое и социальное предпринимательство сохраняют лидерство по темпам развития. Многие фонды, организации и даже целые страны готовы вкладывать свой капитал в их развитие. Причина тому – невероятный потенциал экономического роста у технологического предпринимательства и потенциал повышения общего социального благополучия у социального предпринимательства.

Следует отметить, что самая большая практика социального предпринимательства имеется в США. Штаты имеют самый высокий уровень активности социальных предпринимателей. Второе, третье и четвертое место занимают развивающиеся регионы – Латинская Америка и Африка и страны Карибского бассейна опережающие, в среднем по таким показателям как: активность социальных предпринимателей в странах Европы. Самая низкая активность социальных предпринимателей наблюдается в Северной Африке, на Ближнем Востоке и в азиатских регионах [3, с. 18].

В России имеется достаточно возможностей для развития высоких технологий, но есть масса факторов, которые препятствуют быстрому темпу роста. Наиболее развитыми сферами являются биотехнология и компьютерные технологии, они занимают 52% рынка. Помимо этого, происходит становление нанотехнологического сектора на начальных этапах.

В данной статье разработан алгоритм по повышению эффективности развития технологического и социального предпринимательства, наглядно представленный на Рисунке 1.

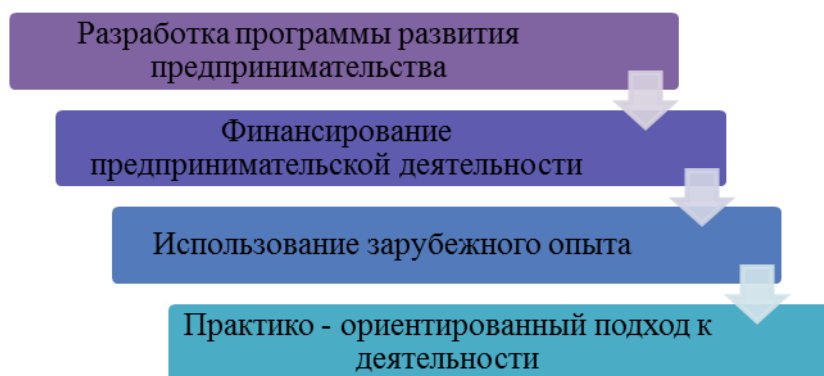


Рис. 1. Алгоритм по повышению эффективности развития технологического и социального предпринимательства

[Авторская разработка]

Можно сделать вывод, что у социального и технологического предпринимательства есть широкие перспективы развития. Оба этих вида деятельности оказывают значительное влияние на общество и экономический рост. Технологическое предпринимательство тесно связано с развитием науки, что, несомненно, важно для прогресса в современном мире. Социальное предпринимательство может быть ориентировано на разработку инновационных решений для улучшения качества жизни общества. Считаем, что на данном этапе необ-

ходима поддержка развития, как со стороны самих руководителей предприятий, так и со стороны государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дикунов, С.А. Технологическое предпринимательство в регионе // Социальные науки. – 2020. – № 3. – С. 3-8.
2. Мочалова, Я.В. Влияние образования на формирование личности // Актуальные проблемы развития науки и современного образования. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – С. 246-247.
3. Харченко, А.А. Социальное предпринимательство в России // Бизнес-образование. – 2020. – № 4. – С. 18-25.

TECHNOLOGICAL AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

N.P. Surname

This article discusses issues related to technological and social entrepreneurship. The purpose of the study is to study technological and social entrepreneurship, the peculiarities of their development, similarities and differences. The object of the study is technological and social entrepreneurship. The main methods of research were the method of analysis, comparison, logical reasoning. The author of the article emphasizes the importance and significance of studying the issues of technological and social entrepreneurship development today. These types of activities are defined as drivers of economic growth. The concepts of the definitions of «technological» and «social» entrepreneurship are considered. The constituent elements of the structure of technological entrepreneurship are studied. The necessary conditions for the successful development of technological entrepreneurship in the market are considered, as well as examples of entrepreneurs and enterprises in the market. An algorithm has been developed to improve the efficiency of the development of technological and social entrepreneurship. The author of the article has studied the main tasks of social.

Keywords: social entrepreneurship, technological entrepreneurship, development, problems, efficiency, business, infrastructure, prospects.

Килеев Данила Львович,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: danilkileev@gmail.com

Kileev Danila Lvovich,
student of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: danilkileev@gmail.com

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ИНВЕСТИЦИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ

А.С. Куракин

В данной статье рассматриваются основные тренды в экономике Российской Федерации в постпандемийный период, а также причины, под влиянием которых они были сформированы, а также варианты вложения собственных средств в соответствии с ними. Основной акцент делается на ситуацию в перспективе двух лет. Делаются обоснованные выводы о направлении движения развития российской экономики. Рассматриваются основные инвестиции частного капитала. Подчеркивается необходимость повышения уровня собственной финансовой грамотности. На основании собственных навыков и знаний предлагается сформировать собственную инвестиционную стратегию.

Ключевые слова: экономика, пандемия, инвестиции, тренды, тренды развития экономики РФ, туризм, окончание пандемии, ковид, экономическая динамика, отрасли экономики, мобильность населения, рынок труда, COVID-19.

Уже два года экономика РФ существует в рамках пандемии COVID-19, в связи с этим в данный момент тяжело делать среднесрочный прогноз на рынках товаров и услуг, не говоря уже о долгосрочных перспективах. Так в данный момент даже примерно неизвестно, когда закончится пандемия коронавируса хотя лишь год назад звучало много громких заявлений, которые печатались в многих тиражируемых изданиях таких как комсомольская правда, лента.ру и РБК.

Так многие эксперты, например авторы статьи «Эксперт-400: Рейтинг крупнейших компаний России»² считают, что в перспективе 2-х лет многие рынки вернуться к своим докризисным объемам. Это весьма обоснованное заявление так, например, не смотря на критическое падение 2020 года, рынок туристических услуг в РФ уже 2021 году превысил объемы 2017 года, а в начале 2022 года приблизился к показателям 2019 года. Так же есть рынки, на которых продолжится прирост, который начался благодаря пандемии – это рынки услуг доставки и онлайн шопинга так, например оборот «самокат» и «сбермаркет» продолжает стабильно расти и по оценкам экспертов «Smartranking» и «Infoline».

В данный момент еще тяжело сказать, что будет с сырьевым рынком, так как на данный момент непригоден северный поток, ОПЕК+ и другие страны снизили добычу нефти на 2 млн баррелей в сутки в добавок к санкциям Евросоюза, связанными с введением потолка цен на нефть. Вышеперечисленные факторы должны снизить объем сырьевого рынка. Данный рынок сам по себе был крайне волатильным с самого начала пандемии коронавируса, в данный момент эксперты разделились во мнении о том, что будет происходить с ним. Так некоторые эксперты считают, что цена за барель может достигнуть 100\$.

² Режим доступа: <https://expert.ru/expert400/2022>

Столь высокая цена сырьевых ресурсов негативно отразится на цене товаров и услуг.

В связи с этим я считаю, что в данный момент интересным вложением средств будут, сервисы доставки и сырьевой сектор, так как все они сильно просели в цене в начале года и лишь сейчас цены на акции компаний возвращаются к своим показателям на конец 2021 года, после чего, несомненно, продолжат расти.

Однако формирование личной инвестиционной стратегии человека должно базироваться на навыках и знаниях человека. В связи с этим рассмотрим три стратегии:

- Выгоднее хранить накопления на депозитах?
- Выгоднее брать кредиты и инвестировать?
- Валютные сбережения, акции?

Выбор стратегии должен проходить индивидуально для каждого человека, так как они несут в себе разные уровни риска.

Хранение средств на банковских вкладах самая простая и безопасная инвестиционная стратегия, которая несет в себе минимальные риски, так как вклады застрахованы на законодательном уровне, однако при этом она не несет в себе какой-либо прибыльности, так как ставки банковских вкладов не сильно обгоняют темпы инфляции.

Следующие две стратегии несут в себе несоизмеримо большие риски и не могут гарантировать доход. Полагаться на них, без определенного багажа знаний и навыков, ориентируясь только на удачу нельзя. Однако для этого существуют организации, которые могут грамотно распорядиться финансами человека, который не хочет разбираться в тонкостях рынка, а хочет просто заставить свои деньги приносить дополнительный доход – это инвестиционные фонды. Если человек подойдет к этому делу с правильным набором знаний, прибыль от фондовых рынков будет самой высокой и не идущей ни в какое сравнение с банковскими вкладами.

Сами по себе инвестиционные фонды предпринимают различные стратегии по управлению средствами, поэтому при их выборе тоже стоит поднапрячься и выбрать подходящий.

Если же инвестировать самостоятельно риски растут, но вместе с этим растут и возможная прибыль, так как нет необходимости платить комиссионные.

В условиях 2022 года инвестировать в иностранную валюту и акции стало еще проблематичнее, так как приходится следить за каждым чихом в проведении СВО и каждым предложением, содержащим слово санкции. Так самыми громкими новостями стали: заморозки активов многих крупных российских организаций, запрет на торговлю акциями российских компаний, запрет торговать акциями российских компаний нерезидентам страны, последующее возвращение этих возможностей, колебания курса валют, огромный рост ставки рефинансирования. Каждая эта новость била по карману неопытных или неудачливых инвесторов. Так в данный момент это самая рискованная стратегия формирования инвестиций. Однако, как всегда, она же и самая прибыльная.

Так же в существующей ситуации, когда предложение иностранных товаров и услуг упало, из-за санкций, связанных с СВО, а спрос никуда не исчез, наступает весьма подходящий момент для открытия собственного бизнеса. Высока вероятность старта сотен новых промышленных проектов на выходе из сегодняшнего кризиса. По оценкам множества авторов экономических статей, после тяжелого периода «сжатия спроса и финансов» страна может получить другую экономику – интегрированную в растущие рынки Востока и с реальным инновационным спросом внутри России. Представители венчурного рынка также оценили последствия релокации предпринимателей и перспективы замещения ИКЕА стартапами.

Последним рассматриваемым вариантом является инвестирование в себя. Лишь этот вариант стоит считать беспроигрышным. Так необходимо всегда вкладывать в свое образование и развитие своих профессиональных и коммуникативных навыков. Именно это даст вам возможность заработать в перспективе как исполнитель, начальник, владелец бизнеса или инвестор.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. В АТОР подвели туристические итоги 2020 года и рассказали о трёх сценариях в 2021 году // Новости. Вестник АТОР. – 2020. – 24.12. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html>
2. Всемирный банк предсказал сильнейший отскок экономики за 80 лет // РБК. Экономика. – 2021. – 08.06.
3. Гайва, Е. Объем внутренних авиаперевозок в 2021 году превысил показатели 2019 года // Российская газета.
4. Перевозки пассажиров на сети ОАО «РЖД» в марте выросли на 5% // Финанс. Аналитика.
5. Новости компаний. Перспективы развития мировой экономики: Преодоление неравномерного восстановления экономики / МВФ. – Вашингтон, 2022. – 202 с.
6. Проценко, А. Перевозки пассажиров по сети РЖД в 2020 году упали почти на 28% // Российская газета. – 2021. – 11.01. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Росстат. Предпринимательство. – 2022.

TRENDS IN ECONOMIC DEVELOPMENT AND INVESTMENT AFTER THE PANDEMIC

A.S. Kurakin

This article discusses the main trends in the economy of the Russian Federation in the post-pandemic period, as well as the reasons under the influence of which they were formed, as well as options for investing their own funds in accordance with them. The main focus is on the situation in the perspective of two years. Reasonable conclusions are drawn about the direction of the development of the Russian economy. The main investments of private capital are considered. The need to

increase the level of their own financial literacy is emphasized. Based on their own skills and knowledge, it is proposed to form their own investment strategy.

Keywords: economy, pandemic, investments, trends, trends in the development of the Russian economy, tourism, the end of the pandemic, economic dynamics, economic sectors, population mobility, labor market, COVID-19.

Куракин Артем Станиславович,
студент магистрант,
ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: artemkurakin2000@gmail.com

Kurakin Artem Stanislavovich,
undergraduate student
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: artemkurakin2000@gmail.com

КАКИЕ НОВЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПОЯВЯТСЯ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ?

Д.Р. Гасанов

В данной статье показаны, какие новые тренды в развитии рынков товаров и услуг появятся после пандемии. Пандемия COVID-19 существенно изменила бизнес-процессы на глобальном и местных рынках. Пандемия разрушила непоколебимую веру в прогнозируемость любых аспектов бизнес-процессов. Оказалось, что за короткий период можно полностью переключить привычную практику из благородных побуждений: остановить повседневную работу, ограничить свободу передвижения товаров и людей, изменить привычную налоговую систему и фактически заморозить глобальную экономику в состоянии неопределенности. Российская экономика к настоящему моменту не достигла необходимой для сбалансированного существования диверсификации. Энергетические компании, традиционно формировавшие значительную долю государственного бюджета, столкнулись с серьезными финансовыми проблемами, вызванными изменением структуры спроса на энергоносители, что повлекло за собой сокращение бюджетного стимулирования структурной перестройки.

Отдельного упоминания заслуживает кризис нефтяной отрасли после неудачных переговоров стран ОПЕК+, совпавший с сокращением спроса. Если ситуация не стабилизируется, то нефтяникам грозит вынужденная остановка скважин, и не только в сланце. Это, в свою очередь, заморозит инвестиционную активность. При этом компании уже зарождающегося конкурентного рынка оказались зажаты в тисках карантина, от которого пострадали даже те отрасли, которые принято считать бенефициарами ситуации. В связи с падением реальных располагаемых доходов населения снизилась покупательская активность россиян – и средств на популярные сегодня онлайн-продукты осталось немного.

Ключевые слова: новые тренды, пандемия, удаленная работа, стриминговые сервисы, локдаун, онлайн школа.

Распространение коронавируса в России в значительной степени повлияло на потребительский спрос во всех отраслях рынка. С серьезными проблемами столкнулись традиционные офлайн-индустрии: туризм, кафе и рестораны, салоны красоты и парикмахерские, концерты и прочие массовые развлекательные мероприятия. Но в то время как отрасли услуг и развлечений несут большие потери, некоторые сегменты бизнеса ощущают всплеск потребительской активности.

Пандемия станет катализатором сближения бизнеса и государства. Будут выработаны не только общемировые и внутригосударственные стратегии действий при эпидемиологических катастрофах, бизнес и сам будет с большим вниманием готовиться к возможным ЧС, опираясь на практики, определенные регулирующими органами.

Одним из последствий этой тенденции станет обеление рынка. Прозрачность данных при работе с клиентами и партнерами через IT-системы в перспективе вытеснят «черный нал», компании-однодневки уйдут в прошлое, а крупные игроки будут бороться за авторитет в глазах клиента. Эксперты прогнозируют, что это приведет к новой волне слияний и поглоще-

ний. Крупные корпорации в стремлении расширять партнёрские сети в регионах будут скупать местные компании, а те, в свою очередь, будут объединяться, чтобы противостоять поглощению гигантами.

После пандемии люди стали меньше тратить время на походы в магазины. Еще задолго до кризиса люди стали чаще ходить в магазины «у дома» и меньше – в гипермаркеты. Из-за невозможности покупать товары в реальных магазинах, потребители стали делать покупки через интернет, и использовать различные сервисы доставки. Благодаря этому люди поняли, что это намного удобнее и быстрее чем самому ходить в магазины.

Что бы ни случилось, люди будут хотеть есть. В стрессовой ситуации мы покупаем даже больше продуктов. Сам процесс поглощения пищи успокаивает, да и запасы на полках унимают тревожность: вдруг что, а в доме и гречка есть, и картошка.

Очевидно, что продукты покупать не перестанут, но объёмы продаж будут зависеть от финансового состояния населения. Вероятнее всего, за это время многие преодолеют свои страхи перед доставкой и начнут чаще пользоваться ею, когда ограничения будут сняты. Речь, прежде всего, идёт об экспресс-сервисах, когда тебе за 15 минут готовы принести батон или мороженое. Хотя и сегмент покупок продуктов на неделю с доставкой может подрасти по сравнению с докарантинным периодом.

Продуктовым магазинам разрешили не закрываться, другим торговым объектам повезло меньше. Их, как и учреждения общепита, спасают курьерские службы, которые берут доставку на себя. Если выйти из дома (исключительно по делам, разумеется), можно увидеть, как много на улице людей в брендированной одежде. Все они что-то кому-то несут. Так что увеличение выручки и штата курьерских служб – естественное следствие карантинных мер.

Рынок доставки оказался одним из главных бенефициаров пандемии. Еще в мае ему предрекли 40-кратный рост по итогам года. Многие из тех, кто ранее не пользовался доставкой на дом, оценили этот сервис и не собираются возвращаться к прежним привычкам: об этом заявили 87% россиян, которые пользовались доставкой во время карантина. С нуля едва ли можно создать такого гиганта, как СДЭК или Dostavista, но имеет смысл потягаться с крупными игроками за доверие жителей своего дома, района, дачного поселка. Бизнес-карта Mastercard позволит получить ощутимые скидки и преференции: три бесплатных доставки у СДЭК, 25% у Dostavista и dpd, 20% у Яндекс.Go и ряда других служб.

Пандемия дала шанс удаленной работе доказать свою эффективность, в том числе, в глазах работодателей. Дистанционный менеджмент позволил сократить расходы на содержание офисов и отказаться от бизнес-путешествий в пользу онлайн-встреч. Западные школы все чаще говорят о приходе гиг-экономики (экономика краткосрочных контрактов и фрилансеров). Ее объем оценивается в 83% занятого населения к 2050 году. В России одной из первых компаний этот тренд почувствовала компания «Газпромнефть». Они создали проект «Профессионалы 4.0», маркетплейс, где крупному и среднему бизнесу помогают найти проектных специалистов в удаленные команды.

По результатам предварительных опросов, после пандемии около 25% сотрудников будут переведены на постоянную удаленную работу, что кардинальным образом изменит сегмент, ориентирующийся на обслуживание бизнеса. К примеру, вскоре уменьшится спрос на перелеты с рабочими целями, и низкобюджетные перевозчики вытеснят с рынка авиакомпании, работающие по классической модели. Также в перспективе описанные нами процессы приведут к удешевлению некоторых видов услуг для клиентов, а также к снижению стоимости коммерческой недвижимости.

Популярность в этом поле приобрело онлайн-обучение, доверие к которому повысилось после перехода на дистанционный формат в школах, колледжах, ВУЗах. Уже сейчас значительный рост популярности показали онлайн-тренинги и обучающие курсы. На пике востребованности оказались направления обучения в сфере IT, маркетинга, логистики и Big Data. В то же время спрос на платные образовательные продукты упал в связи с популярной сегодня среди таких ресурсов кампанией по привлечению аудитории путем размещения бесплатных обучающих материалов.

Пандемия станет катализатором сближения бизнеса и государства. Будут выработаны не только общемировые и внутригосударственные стратегии действий при эпидемиологических катастрофах, бизнес и сам будет с большим вниманием готовиться к возможным ЧС, опираясь на практики, определенные регулирующими органами.

Одним из последствий этой тенденции станет обеление рынка. Прозрачность данных при работе с клиентами и партнерами через IT-системы в перспективе вытеснят «черный нал», компании-однодневки уйдут в прошлое, а крупные игроки будут бороться за авторитет в глазах клиента. Эксперты прогнозируют, что это приведет к новой волне слияний и поглощений. Крупные корпорации в стремлении расширять партнёрские сети в регионах будут скупать местные компании, а те, в свою очередь, будут объединяться, чтобы противостоять поглощению гигантами.

Также необходимо отметить появление тренда на стриминговые сервисы, из-за того что во время локдауна кинотеатры были закрыты, а дома людям было нечем заняться, многие крупные компании, особенно в России, запустили собственные стриминговые сервисы, а другие сервисы получили невероятный рост и огромное количество новых пользователей.

Пандемия рано или поздно закончится, а осадочек, как говорится, останется. Многие сохраняют предубеждение к тесным физическим контактам и продолжают избегать скопления людей. Поэтому можно прогнозировать популярность вендинговых автоматов, магазинов без касс, фудтраков и других торговых форматов, которые позволяют минимизировать человеческое взаимодействие. К примеру, «Вкусвилл» в апреле начал развивать формат «дарксторов» – магазинов, которые работают только на выдачу онлайн-заказов.

Озабоченность вопросами гигиены и санитарных норм обеспечат спрос на услуги по уборке и дезинфекции. Клининговые сервисы будут востребованы хозяевами офисов и общественных зон. Хорошие шансы на успех имеют производители средств гигиены и индивидуальной защиты. Так, основатели рос-

сийского бренда Antiseptane планировали в 2020 году запуститься с косметикой для волос, но в марте экстренно изменили стратегию и наладили успешное производство антисептиков.

Из-за пандемии доходы людей упали и вряд ли быстро восстановятся. Вынужденная бережливость повышает спрос на определенного рода услуги, такие как ремонт (авто-, вело-, бытовой техники и так далее) и комиссионная торговля.

Очевидно, что после пандемии мир не будет таким, как прежде. Но компании, которые будут следить за актуальными трендами и быстро под них адаптироваться, смогут управлять ситуацией и вместе менять бизнес к лучшему. Как говорится, кто владеет информацией, тот владеет миром.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Малое и среднее предпринимательство в России. Статистический сборник. – 2019.

WHAT NEW TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF GOODS AND SERVICES MARKETS WILL APPEAR AFTER THE PANDEMIC?

D.R. Gasanov

This article shows what new trends in the development of goods and services markets will appear after the pandemic. The COVID-19 pandemic has significantly changed business processes in global and local markets. The pandemic has destroyed the unshakable belief in the predictability of any aspects of business processes. It turned out that in a short period of time it is possible to completely reshape the usual practice from noble motives: stop daily work, restrict the freedom of movement of goods and people, change the usual tax system and actually freeze the global economy in a state of uncertainty. The Russian economy has not yet achieved the necessary diversification for a balanced existence. Energy companies, which traditionally formed a significant share of the state budget, faced serious financial problems caused by changes in the structure of energy demand, which led to a reduction in budget incentives for structural adjustment.

The crisis of the oil industry after the unsuccessful negotiations of the OPEC+ countries, which coincided with a reduction in demand, deserves special mention. If the situation does not stabilize, then oil workers are threatened with a forced shutdown of wells, and not only in shale. This, in turn, will freeze investment activity. At the same time, companies of an already nascent competitive market were caught in the grip of quarantine, which affected even those industries that are considered to be the beneficiaries of the situation. Due to the fall in real disposable incomes of the population, the purchasing activity of Russians has decreased – and there are few funds left for online products that are popular today.

Keywords: new trends, pandemic, remote work, streaming services, lockdown, online school.

Гасанов Дмитрий Расимович,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: maa101_2013@mail.ru

Gasanov Dmitry Rasimovich,
student of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: maa101_2013@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВА ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УСЛОВИЯХ НЕДОСТАТОЧНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ СЕЛЬСКИХ РЕГИОНОВ

А.Р. Долгина

В статье рассмотрены перспективы внедрения искусственного интеллекта в условиях недостаточной цифровизации сельских регионов. Актуальность обусловлена стремительным развитием технологий искусственного интеллекта в современном мире, прежде всего, на основе различных прорывов в цифровой сфере и значительной неопределенностью перспектив их применения в сельскохозяйственном производстве. Применение технологий искусственного интеллекта в сельских регионах целесообразно. Согласно статистическим данным, для производства продукции животноводства и благополучия животных необходимо внедрение современных технологий с использованием искусственного интеллекта. Важно отметить, что ограничительной мерой для внедрения искусственного интеллекта в сельской местности, служит недостаточный уровень цифровизации и отсутствие соответствующего финансирования.

Ключевые слова: искусственный интеллект, цифровизация, цифровизация сельских регионов, сельское хозяйство, сельская местность, аграрный сектор, сельское население.

В последние годы получили развитие цифровые технологии, включающие использование больших данных, интернета вещей, искусственного интеллекта и роботизацию производства. Данные технологии и последствия их применения заслуживают особого внимания, так они могут привести к кардинальным изменениям и создадут дополнительные возможности для развития. Актуальность темы заключается в том, что в условиях быстрого развития цифровой сферы наблюдается значительная неопределенность перспектив их применения в сельскохозяйственном производстве. Целью является рассмотреть существующие перспективы внедрения искусственного интеллекта в сельской местности.

Особое значение среди выше указанных технологий приобретают технологии искусственного интеллекта, так как они в том или ином виде применяются при анализе больших данных, используются в робототехнике, служат основой различных алгоритмов предсказания. Технологии искусственного интеллекта играют важную роль в управлении жизненным циклом информации, включая обработку данных и управление знаниями.

Все большее значение данные технологии приобретают в сельском хозяйстве. По прогнозам экспертов, суммарный экономический эффект от перехода сельского хозяйства России к цифровым технологиям может составить более 4,8 трлн рублей в годовом выражении, или 5,6% прироста ВВП (относительно показателей 2021). В октябре 2019 года была утверждена «Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года». Сбербанк является разработчиком «дорожной карты» развития ИИ в России. В написании документа также участвовали представители «Яндекса», Mail.ru и «Газпром нефти». В прошлом сельское хозяйство пережило несколько революций, каждая из которых выводила эффективность, урожайность и доходность на недо-

стижимый ранее уровень. Рыночные прогнозы на ближайшее десятилетие сходятся в том, что «цифровая революция в сельском хозяйстве» породит сдвиг, который позволит аграрному сектору удовлетворить будущие потребности населения Земли.

В производственно-сбытовых цепочках можно будет обеспечить полную прослеживаемость и координацию и создать оптимальные модели управления. Потенциальные преимущества, которые несет цифровизация агропродовольственной отрасли, кажутся убедительными, однако их реализация потребует серьезных изменений в системах сельскохозяйственного производства.

Цифровизация агропродовольственного сектора порождает риск неравномерного распределения потенциальных выгод между сельскими и городскими районами. «Цифровые экосистемы» (ресурсы, навыки, сети) городских районов развиты лучше, чем в сельской местности. На фоне глобальных тенденций – урбанизация, переезд представителей средних и обеспеченных классов в города – цифровизация потенциально способна усугубить существующее неравенство городских и сельских районов, вследствие чего сельское население не сможет включиться в процессы цифровых преобразований.

Существует ряд условий, которые определяют формат цифровых преобразований в сельском хозяйстве с учетом сложившихся контекстов: важно использование служб распространения сельскохозяйственных знаний интернета, мобильных сетей и социальных сетей; наличие у сельского населения навыков использования цифровых технологий; наличие культурной среды.

Наряду с базовыми условиями, существует ряд важных факторов, способствующих цифровизации сельского хозяйства. Три основных фактора – это использование фермерами и работниками служб распространения сельскохозяйственных знаний интернета, мобильных сетей и социальных сетей; наличие у сельского населения навыков использования цифровых технологий; культурная среда, подталкивающая сельских предпринимателей к внедрению цифровых технологий и инноваций.

Использование цифровых инноваций определяется компьютерной грамотностью и наличием навыков работы с цифровыми технологиями, равно как и наличием таких технологий. При этом, однако, наиболее важным фактором, позволяющим раскрыть возможности цифровых технологий, является доступ в Интернет.

Ключевой задачей цифровой трансформации сельского хозяйства является извлечение ценности из собираемых больших данных о внутренней и внешней среде. Основой для этого являются облачные платформы и решения в области обработки больших данных. Применение сенсорного оборудования (полевые датчики, датчики контроля состояния производственных помещений, датчики контроля здоровья скота) позволяют большому числу сельхозпредприятий перейти к непрерывному сбору и анализу информации.

Цифровые технологии способствуют снижению экологической нагрузки в сельском хозяйстве, повышают эффективность использования природных ресурсов, формируя основы ESG-стратегии (экологическое, социальное и корпоративное управление).

Тем не менее, формирование устойчивой цифровой культуры в аграрном секторе представляет собой долгий практический процесс, начинающийся с получения соответствующего образования. Он требует наличия благоприятной среды, позволяющей рисковать, наличия между заинтересованными сторонами доверительных отношений, существования финансовых возможностей, профессиональных услуг, наличие «открытости инноваций».

В современном мире, приоритетными направлениями являются: содействие сбору более полных данных о цифровых технологиях и цифровизации на уровне районов и групп населения, в частности, в разбивке по городским и сельским районам; создание устойчивых бизнес-моделей, позволяющих получить жизнеспособные цифровые решения для вовлечения мелких фермеров в процессы цифрового преобразования сельского хозяйства; создание индекса, отражающего развитие цифрового сельского как в плане существования базовых, так и в плане потенциального воздействия процесса на экономику, экологию и общество. За основу может быть взят созданный в 2015 году Региональным отделением Продовольственной и сельскохозяйственной организации для Европы и Центральной Азии «Индекс готовности к внедрению цифровых технологий в сельскохозяйственном секторе». Такой индекс поможет определить контекст для разработки в будущем стратегий цифровизации сельского хозяйства.

Технологии для сельского хозяйства, которые существуют уже сегодня: ExactFarming – платформа, объединяющая решения цифровой агрономии для сельхозпроизводителей, производителей и продавцов удобрений, позволяющая им эффективно управлять агробизнесом и увеличивать прозрачность взаимодействия друг с другом. GreenGrowth – платформа для картирования урожайности в режиме реального времени. «Свое фермерство» – сервис от Россельхозбанка с упором на e-commerce. Позволяет купить семена, удобрения, агрохимию и даже сельхозтехнику. Спрос на передовые цифровые технологии в России ежегодно возрастает. Исходя из чего, можно говорить, что потребность ИИ в сельском хозяйстве не является приоритетной, наиболее важными является внедрение робототехники и новые производственные технологии, которые, безусловно, невозможно организовать без наличия ИИ. Именно поэтому такое определение, как автоматизация рабочего места сегодня – актуальный вопрос, как для сотрудников, так и для управленческого аппарата.

Фундаментальным принципам автоматизации является, прежде всего, устойчивость. Выполняемые автоматизации должны быть в обязательном порядке устойчивыми и восстанавливаемыми. Так, к примеру, при неполадках в работы в электросети, вычислительная оргтехника должна автоматически сохранять всю ранее обработанную и введенную информацию. Во-первых, важна системность. Системность – это взаимосвязь всех компонентов на рабочем месте. Вся автоматизация должна быть своевременной, правильной, работать в одной системе. Во-вторых, это – гибкость. В условиях высокого и постоянного развития технологий, гибкость предполагает возможность приспособления техники рабочего места к эффективным новым вариантам обработки. Иначе говоря, модернизации. Предпосылки к более активному внедрению автоматизации, которые оптимизируют расходы компании: сокращение себестоимости товаров

и услуг за счет снижения стоимости аренды помещения для офиса; привлечение лучших специалистов: сотрудников в команду можно выбирать исходя из их навыков, необходимых для эффективной работы компании; качество работы не ухудшается; сокращение бумажного документооборота; дистанционная организация совещаний и конференций.

В ближайшие годы, вряд ли сельская промышленность сможет заменить всю техническую базу на более современную. Наши предприятия сейчас только в начале пути выстраивания ИТ процессов. Кроме того, цифровизация производства и внедрение искусственного интеллекта в сельские регионы, требует наличия сложных математических моделей технологических процессов.

Большое исследование было проведено отделом государственной статистики, по показателям вероятности изменения трудового статуса респондентов сельской местности, в профессиях с разным потенциалом автоматизации. Классификация проводилась по трем группам риска: низкий, средний и высокий. Полученные данные свидетельствуют, то, что по мере роста возможностей автоматизации становятся реалистичными перспективы таких событий, как понижение в должности на текущем месте в сельской местности.

Технологические специалисты предвещают, что уже в обозримом будущем рабочие сельской местности, при внедрении искусственного интеллекта станут «синими воротничками», которые в отдельном комфортном помещении нажимают на кнопки, удаленно управляя системой. Однако путь, который предстоит пройти, для достижения этого идеального состояния, весьма долог и непрост. По оценкам исследовательской компании «MarketsandMarkets», мировой рынок умного производства вырастет до 390 млрд долл. к 2025 г., продемонстрировав среднегодовой прирост на уровне 12,4%. Развитие этого сегмента цифровизации промышленности подталкивается общим ростом спроса на цифровизацию промышленности в России. Быстрое развитие затруднительно, поскольку все технологические процессы довольно непростые. Кроме того, цифровизация производства требует наличия математических моделей технологических процессов. Таким образом, в ближайшие годы цифровизация аграрного сектора повлечет за собой существенный сдвиг в сельском хозяйстве и производстве продуктов питания. Неравенство в доступе к цифровым технологиям и услугам означает риск цифрового разрыва. Новые и возникающие технологии в будущем приведут к радикальной трансформации сельских регионов. Вследствие этого нарастают опасения, что автоматизация может привести к ликвидации огромного количества рабочих мест, но конечно, не в ближайшее будущее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Справочный документ «Цифровые технологии на службе сельского хозяйства и сельских районов», «FAO продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций» – 2020 г.

THE PROSPECT OF INTRODUCING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CONDITIONS OF INSUFFICIENT DIGITALIZATION OF RURAL REGIONS

A.R. Dolgina

The article discusses the prospects for the introduction of artificial intelligence in conditions of insufficient digitalization of rural regions. The relevance is due to the rapid development of these technologies in the modern world, primarily on the basis of various breakthroughs in the digital sphere and the significant uncertainty of the prospects for their application in agricultural production. The use of artificial intelligence technologies in rural regions is advisable. According to statistics, the introduction of modern technologies using artificial intelligence is necessary for the production of livestock products and animal welfare. It is important to note that the restrictive measure for the introduction of artificial intelligence in rural areas is the insufficient level of digitalization and the lack of appropriate funding.

Keywords: artificial intelligence, digitalization, digitalization of rural regions, agriculture, rural area, agricultural sector, rural population.

Долгина Алина Радиевна,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: alina.dolgina@mail.ru

Dolgina Alina Radiевна,
student of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: alina.dolgina@mail.ru

ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ РЫНКА

В.А. Суворов

В статье рассматриваются вопросы, связанные с трендовыми направлениями в развитии деятельности после ситуации 2020, во время которой возникла пандемия covid-19. Методы, приведенные в рассматриваемом материале, направлены на помощь и адаптацию малого и среднего бизнеса, с целью открытия возможных направлений в развитии, поиске клиентов и сотрудников и масштабирование деятельности. Отраженные в статье трендовые направления деятельности показывают вектор, куда в ближайшие несколько лет будет двигаться рынок. Важной частью представленного материала является – современные востребованные профессии, которые помогают бизнесу выйти на новый уровень в достижении поставленных результатов. Профессии направлены в первую очередь на онлайн направления, так как в 2022 году рынок и деятельность в онлайн имеет трендовый рост. Имея сотрудников из актуальных на рынке профессий, появляется конкурентное преимущество перед другими участниками рынка. Стоит отметить представленную информацию о секторах и направлениях, по которым будет наблюдаться снижение спроса из-за перенаправления тренда в другие области. Данная информация необходима для понимания, куда не стоит в ближайшее время направлять свой взгляд для инвестиций и заработка.

Ключевые слова: тренды рынка, направления деятельности, перспектива, развитие, возможность инвестирования актуальные профессии, спад спроса, неактуальные ниши.

Наступление пандемии 2020 года стало новым этапом в ведении бизнеса и масштабном развитии деятельности, которая ранее была не актуальна для потребителя. На сегодняшний день мы можем увидеть последствия периода, когда в России одномоментно большая часть граждан стала находиться в домашних условиях. При таких обстоятельствах, на которые человек не может никак повлиять, начинается улучшение или же упразднение существующей системы, решением которой стала удаленная форма работы сотрудников и фирм.

Удаленная форма работы – это формат, при котором сотруднику или коллективу не обязательно находиться в каком-то определенном месте, чтобы грамотно и эффективно выполнять свою работу.

Рекрутингового агентства Superjob.ru провело исследование в феврале 2022 года, которое показало, что 51% компаний в Российской Федерации используют удаленный формат работы, как один из инструментов эффективной системы развития компании. Такой бурный рост заинтересованности работодателей в удаленном формате работы вызвал новый виток в развитии рынков, началом которого стала пандемия 2020 [1].

Пандемия стала крахом стандартного представления бизнеса, именно поэтому на сегодняшний день мы можем видеть следующие тенденции ее проявления в бизнесе:

1) Переход в онлайн. Бизнес, который раньше рассчитывал только на место, обладающее большим количеством трафика, теперь переводится в онлайн формат.

Газета «Ведомости» опубликовала статью от июля 2022, в которой говорится, что количество онлайн предпринимателей, то есть бизнесменов, занимающихся деятельностью только в онлайн формате, выросло в 2,5 раза по сравнению за прошлый год. Такие данные показывают нам на сегодняшний день увеличение онлайн рынка и его глобальные перспективы [2].

2) Мобильность клиентов. В 2022 году клиенты, хотят получить услугу как можно быстрее, по цене ниже рынка, а также в удобном варианте.

На примере онлайн кинотеатров можно проследить тенденцию в развитии мобильности клиентов с 2020 по 2022 год. Аналитическое агентство «ТМТ Консалтинг» представила данные, по которым общая аудитория видеосервисов в 2020 г. увеличилась на 17%, и достигла 63 миллионов пользователей. Эти данные являются примером того, что люди готовы смотреть новые фильмы в домашних условиях, а значит реже посещать кинотеатры. Так же хотелось бы отметить, что средняя цена билета в кинотеатре составляет – 250 руб., а средняя ежемесячная подписка на онлайн кинотеатр в 2022 году – 400 руб., по которой пользователь подписки имеет право смотреть лицензированные фильмы в хорошем качестве в домашних условиях [3].

3) Конкуренция за лучший продукт. Благодаря социальным сетям и ресурсам, публикующими отзывы компаний в Интернете, мы теперь можем наблюдать, что у клиентов появилось больше информации, позволяющей оценить и выбрать лучший продукт, представленный на рынке. А значит побороться за его получение среди других желающих в его приобретении.

Был проведен опрос среди родителей города Ижевск, в котором приняли участия более 100 родителей, имеющих детей в возрасте от 1 года до 5 лет. В опросе были прописаны вопросы, позволяющие на конкретных примерах понять, готовы ли родители возить ребенка в секцию в другой район при том, что там будет тренер, который с большей долей вероятности обучит ребенка дисциплине и не выработает у него чувство негодования к кружку или отвести ребенка в секцию рядом с домом. Более 70% опрошенных ответили, что они с удовольствием отвезут ребенка в другой район города и заберут его обратно. Данный опрос был так же основан и на том, что большая часть населения теперь имеет возможность купить себе автомобиль, чтобы передвигаться из одной точки в другую максимально быстро, а значит предоставить своему ребенку самое лучшее.

Мы можем наблюдать закономерную и ярко выраженную тенденцию в том, что клиенты хотят получать качественный продукт, особенно если качественный продукт подтвержден явными критериями – отзывы, результаты, социальное мнение, востребованность аудитории

Тренды в развитии рынков после пандемии 2020 коснулись также и изменений в профессии и выборе людей в какой области работать. Мир и возможности поменялись очень кардинально таким образом, что теперь не обязательно идти работать на завод после окончания высшего учебного заведения. Всем известные социальные сети объединили людей вокруг себя и позволили взаимодействовать друг с другом, помогая обмениваться информацией, а также зарабатывать. Самые востребованные профессии на февраль 2022 года:

1) SMM специалист. Это человек, который работает с социальными сетями и помогает развиваться, при помощи этого инструмента взаимодействия с аудиторией.

Сервис поиска работы «HeadHunter» оценил среднюю заработную плату таких специалистов в 80.000 руб. ежемесячно, при средней заработной плате в Удмуртии по оценке Росстат в размере – 42553 руб. [4, 5].

2) Контент фотограф. Специалист по съемке фотографий для социальных сетей. Средняя заработная плата – 70.000 руб.

3) Интернет маркетолог. Специалист по развитию деятельности в интернете. Средняя заработная плата – 60.000 руб.

4) Веб-дизайнер. Специалист по работе над внешним дизайном сайта. Средняя заработная плата – 80.000 руб.

Профессии обрели новый формат в большинстве своем, основываясь на онлайн формате, в котором из года в год прослеживается тенденция на увеличение своего влияния на разные сферы жизни человека.

Исходя из представленного анализа, можно выявить рынки и области, в которой спрос будет с каждым годом снижаться. К таким областям можно отнести:

1) Не гибкие к изменениям ниши – заводы, фабрики и предприятия, не обладающие современными системами автоматизации и информационными технологиями, отслеживающими процессы работы организации.

2) Профессии и виды деятельности, которые могут заменить роботы, машины или искусственный интеллект. К таким профессиям можно отнести – бухгалтеров, кассиров, турагентов, библиотекарей. Представленные виды деятельности уже сегодня перестают быть востребованы, примером может служить – касса самообслуживания, которая позволяет оплачивать покупки самостоятельно.

3) Только офлайн бизнес, не готовый выйти в онлайн – офлайн рынки, страховые компании, кредитные фирмы. Деятельность этих организаций уже в 2022 обречена на ежегодовую потерю клиентов, из-за перехода клиентов в онлайн формат покупки и использования услуг.

Подводя итог, можно смело сказать, что тренды в развитии рынков можно наблюдать в сферах, позволяющих людям быстро взаимодействовать, коммуницировать и быть мобильным в современном быстро изменяющемся мире, чтобы совершать как можно больше действий и шагов для достижения поставленной цели. Если брать во внимание, что уже сегодня поколения «Y» и «Z» не выпускают из рук мобильные телефоны, в которых находится вся их жизнь от онлайн кинотеатра и заказа такси до доставки еды онлайн и записи к узкому платному специалисту, то можно предположить, что именно в таком варианте и будет развиваться наш мир, где каждый сможет использовать, вроде как, обычные инструменты для решения жизненно важных задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) URL: <https://regnum.ru/news/3501786.html>
- 2) URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2022/07/25/kolichestvo-onlain-predprinimatelei-v-tinkoff-ecommerce-previsilo-150-000

3) URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE_\(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8\)_%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D1%8B_\(VOD-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE_%D0%BF%D0%BE_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%83\)#:~:text=%D0%9F%D0%BE%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%BC%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%2C%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F,%D1%81%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%2027%2C8%20%D0%BC%D0%BB%D1%80%D0%B4%20%D1%80%D1%83%D0%B1](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)_%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D1%8B_(VOD-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE_%D0%BF%D0%BE_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%83)#:~:text=%D0%9F%D0%BE%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%BC%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%2C%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F,%D1%81%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%2027%2C8%20%D0%BC%D0%BB%D1%80%D0%B4%20%D1%80%D1%83%D0%B1)

4) URL: <https://izhevsk.hh.ru/article/14611>

5) URL: <https://gogov.ru/average-salary/izhevsk>

TRENDS IN MARKET DEVELOPMENT

V.A. Suvorov

The article deals with issues related to trend directions in the development of activities after the 2020 situation, during which the covid-19 pandemic arose. The methods given in the material under consideration are aimed at helping and adapting small and medium-sized businesses in order to discover possible directions in development, finding customers and employees, and scaling up activities. The trend areas of activity reflected in the article show the vector where the market will move in the next few years. An important part of the material presented is the modern in-demand professions that help businesses reach a new level in achieving the set results. Professions are primarily aimed at the online direction, since in 2022 the market and online activities have a trend growth. Having employees from professions that are relevant on the market, a competitive advantage appears over other market participants. It is worth noting the information provided on the sectors and directions in which there will be a decrease in demand due to the redirection of the trend to other areas. This information is necessary for understanding where you should not direct your gaze in the near future for investment and earnings.

Keywords: Market trends, activities, prospects, development, investment opportunities relevant professions, demand decline, irrelevant niches.

Суворов Владислав Андреевич,
бакалавр ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: suv.marketing@yandex.ru

Suvorov Vladislav Andreevich,
Bachelor of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: suv.marketing@yandex.ru

ОЦЕНКА РИСКОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС

Н.Н. Вишневый

Предпринимательская деятельность органически связана с риском, потому как все организации работают в условиях неопределенной и изменчивой внешней среды. И из года в год эта изменчивость внешней среды лишь набирает обороты. В таких условиях стратегически важным и актуальным направлением для организации является формирование системы управления рисками. Наиболее актуальным это является при открытии собственного дела, особенно когда предприниматель рассчитывает привлечь на эти цели заемный капитал и инвестиции. Принимать управленческие решения, основываясь только на интуиции и личном опыте, опасно – появляются различные риски, которые очень быстро перерастают в угрозу потери бизнеса. Умение оценивать и анализировать риски до их появления важно для любого предприятия. В данной статье рассмотрены способы и методы оценки рисков. Каждому из методов дана краткая характеристика. В течение изучения данной темы и написания статьи был сделан вывод о том, что при открытии бизнеса необходимо подбирать методы управления рисками в зависимости от вида деятельности и особенностей. В статье использовались общенаучные и специальные методы исследования. Среди них методы анализа и синтеза, а также описательные методы.

Ключевые слова: анализ рисков, компания, анализ, оценка, бизнес, управление рисками, методы оценки рисков.

На сегодняшний день основными рисками молодых компаний, которые только открыли свое дело, являются: некачественное оказание услуг, недобросовестные поставщики и сотрудники, переоценка рыночных возможностей. В целом, на мой взгляд, управленческие решения часто принимаются без тщательного анализа рисков бизнеса, ситуационно или на основании опыта. Руководители молодых компаний должны использовать все возможности для создания и поддержания долгосрочной стоимости предприятия. Следовательно, поэтому для получения ожидаемого результата нужно: исследование, предвидение, оценка рисков бизнес-процессов, управление ими, их минимизация, обращение некоторых в преимущество.

Очевидно, что перечень возможных осложнений необходимо определять еще на стадии запуска предприятия, формирования бизнес-проектов.

Анализ и оценка рисков в бизнесе необходимы для расчета финансовой модели и быстрого реагирования при возникновении нештатных обстоятельств.

Учитывая нестабильность экономической и политической ситуации в стране и в мире на передний план, выходит своевременное выявление рисков, влияющих на стоимость компании, что подчеркивает актуальность проведения данного исследования.

Очевидно, что при всем многообразии подходов к сущности риска и различным определениям его, есть одна общая черта – это связь риска с неблагоприятными событиями, опасностью. В процессе исследования предпринимательских рисков и их сущности необходимо принимать во внимание связь риска с прибылью. В условиях неопределенности компании готовы пойти на ры-

ночные риски, так как наряду с ними существует возможность негарантированных дополнительных доходов. Однако в результате некоторых действий, усилий и времени, затраченных компанией, риски могут привести как к получению прибыли, так и к убыткам. Полностью избежать рисков в своей деятельности ни одна публичная компания не может, однако существует возможность частично переложить риск на других субъектов экономики. Для получения прибыли компания должна осознанно пойти на принятие рискованного решения.

Все методы оценки можно разделить на две группы:

- количественные;
- качественные.

К количественным методам относят объективную, численную оценку вероятности потери капитала или денег и используют для этого статистические методы анализа. Качественные же методы дают субъективную оценку возможности возникновения риска на основании мнений экспертов [1, с. 134].

Преимущества использования количественных методов заключается в возможности быстрого расчета и диагностики текущего уровня риска. К преимуществам качественных методов можно отнести возможность оценки качественных факторов, влияющих на возникновение риска.

При количественной оценке риска используются различные методы. В настоящее время наиболее распространенными являются [2, с. 54]:

- статистический метод;
- метод рейтинговых оценок;
- контрольные списки источников рисков;
- метод аналогий;
- метод экспертных оценок;
- анализ финансовой устойчивости предприятия и оценка его платежеспособности.

Статистический метод заключается в изучении статистики потерь и прибылей, имевших место на данном или аналогичном предприятии, с целью установления величины риска [3, с. 124].

Статистический метод анализа является одним из наиболее простых и эффективных, однако для его реализации необходимо много информации о деятельности фирмы и изменении её производственных показателей.

Метод рейтинговых оценок. Это способ, когда ставят рискам оценки по пятибалльной или десятибалльной системе. Если государство собирается ужесточить наказание в области налогов, то риску ставят оценку 5. Значит, в ближайшее время придется вместе с бухгалтером оптимизировать налоги и учет, чтобы не привлекать внимание ФНС. Если у производства 3 постоянных поставщика и 2 в резерве, то угроза остановки не грозит. Этому риску ставят оценку 1 и не принимают срочных решений.

Контрольные списки источников рисков. Когда компания развивается, она накапливает опыт ошибок и проблем. Руководители заранее знают, с чем столкнутся на определенных этапах масштабирования.

Метод аналогий. Это сравнение рисков на базе реализованных проектов такой же тематики. Пилорама запускает производство пеллетов, а коммерче-

ский директор работал на таком заводе в прошлом. Он расскажет, с какими рисками столкнется пилорама и как их избежать. Для этого метода пригодятся сторонние эксперты, которые запускали такие проекты и знают подводные камни.

Метод экспертных оценок основан на обобщении мнения специалистов-экспертов о вероятностях риска. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.

Существует масса методов получения экспертных оценок. В одних с каждым экспертом работают отдельно, он даже не знает, кто еще является экспертом, а потому высказывает свое мнение независимо от авторитетов.

В некоторых случаях экспертов собирают вместе, при этом эксперты обсуждают проблему друг с другом, учатся друг у друга, и неверные мнения отбрасываются. В одних методах число экспертов фиксировано, в других – число экспертов растет в процессе проведения экспертизы.

Очень широко используется так называемый анализ сценариев – метод, при котором наглядно строится алгоритм будущих действий для компании. Другими словами – это желаемая, наименее затратная и наиболее прибыльная дорога, которая выбирается при сравнении с другими путями. Проводиться анализ сценариев может с помощью построения дерева решений, в котором учитываются оценки каждого риска и затраты на разных этапах.

Основной недостаток анализа сценариев состоит в том, что часто предположение какого-либо исхода совершается из личного опыта и суждений, поэтому оценка рисков иногда может быть лишена объективности и достоверности.

Набор сценариев может быть составлен, проанализирован, затем выбран лучший вариант. Но когда требуется более глубокая проверка надёжности этого варианта, тогда, как дополнение, продолжение метода анализа сценариев выступает метод анализа устойчивости организации или анализ предельной устойчивости. В этом случае по каждому из определённых сценариев определяется, как будет вести себя организационный механизм реализации деятельности, как изменятся доходы, затраты и другие показатели эффективности.

Зачастую при таком анализе за основу берутся самые неблагоприятные и опасные сценарии, чтобы на практике определить, сможет ли процесс реализации деятельности выдержать сильное отрицательное воздействие.

Чтобы деятельность считалась эффективной и устойчивой, должны выполняться два условия:

- NPV должен оставаться положительным;
- должен быть обеспечен необходимый уровень резерва финансовой устойчивости.

Одной из задач метода является нахождение «точки безубыточности» – уровня, при котором выручка равна суммарным издержкам производства, то есть чистая прибыль от деятельности равна нулю. Нахождение такой точки позволяет ориентироваться на крайний вариант развития событий, при котором деятельность ещё можно реализовывать [4, с. 187].

Точка безубыточности находится по формуле 1:

$$T_B = \frac{Z_c}{C - Z_v} \quad (1)$$

где, Z_c – постоянные затраты, размер которых не связан с объёмом производства;

Z_v – переменные затраты, изменяющиеся с изменением объёма производства;

C – цена единицы продукции.

Компания считается устойчивой, если точка безубыточности имеет значение около 0,6-0,7 после освоения мощностей. Если же точка безубыточности стремится к единице, считается, что деятельность имеет недостаточную устойчивость к колебаниям спроса на данном этапе.

Оценить риски можно также на основе финансового анализа деятельности организации, который строится на изучении бухгалтерской отчетности. Проведя финансовый анализ, можно выделить следующие риски: риск ликвидности, риск финансовой устойчивости, риск деловой активности, риск рентабельности активов, риск платежеспособности, риск банкротства.

Чтобы величину рисков удобно было оценить визуально, применяются матрицы.

Матрица рисков (вероятностей) и влияния в управлении проектами – это таблица, в которую заносятся наиболее значимые пороговые значения вероятностей возникновения рисков и пороговые значения последствий этих рисков. На пересечении строк и столбцов легко увидеть и понять (оценить) величину риска.

С помощью матрицы легко сформировать список рисков, действительно стоящих внимания (рис. 1).

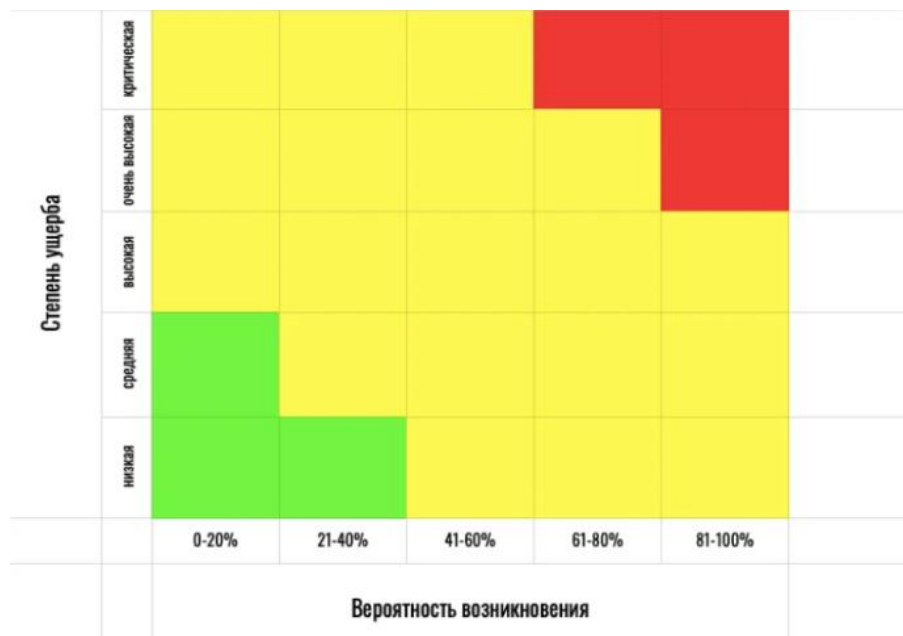


Рис. 1. Простой пример матрицы рисков

Зелёный цвет означает, что величина риска небольшая. Желтый – риск требует внимания. Красный – риск возможен с большой вероятностью, и он приведёт к серьёзным последствиям.

Ещё один вариант матрицы рисков, но уже с более наглядными числовыми показателями (рис. 2).

5–почти произошло	1.	0.2	0.4	0.6	0.8	1.
4–очень вероятны	0.8	0.16	0.32	0.48	0.64	0.8
3–средняя вероятность	0.6	0.12	0.24	0.36	0.48	0.6
2–мало вероятны	0.4	0.08	0.16	0.24	0.32	0.4
1–не возникнут	0.2	0.04	0.08	0.12	0.16	0.2
		0.2	0.4	0.6	0.8	1.
		1–незначительное	2–минимальное	3–среднее	4–критичное	5–очень сильное

Рис. 2. Матрица анализов рисков

Чем ближе число к единице, тем хуже (тем больше внимания нужно уделить конкретному риску).

Тут нужно понимать, что деление по вероятностям и по степени влияния весьма условное. Где-то для оценки может использоваться деление шкалы на 5 групп, где-то десятибалльная система, где-то точность рассчитывается более детально – на основе сложных математических моделей.

Если невозможно быть уверенным, что никаких неблагоприятных событий в будущем не случится, то следует подробно изучить, просчитать их и быть готовым к ним. Поэтому существует достаточно много методов анализа рисков. Следует отметить, что такой перечень охватывает лишь самые распространённые методики анализа. В реальности их намного больше, у каждой компании может быть свой проверенный способ. Но все они могут быть взаимосвязаны между собой и дополнять друг друга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белов, П.Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 3: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П.Г. Белов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 272 с.
2. Воронцовский, А.В. Управление рисками: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.В. Воронцовский. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 414 с.
3. Ряховская, А.Н. Риск-менеджмент – основа устойчивости бизнеса: учебное пособие / А.Н. Ряховская, О.Г. Крюкова, М.О. Кузнецова. – Москва: Магистр, 2018. – 320 с.
4. Касьяненко, Т.Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум для СПО / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 381 с.

RISK ASSESSMENT WHEN PLANNING TO OPEN YOUR OWN BUSINESS

N.N. Vishnevyy

Entrepreneurial activity is organically linked with risk, because all organizations operate in an uncertain and changing external environment. And from year to year, this variability of the external environment is only gaining momentum. In such conditions, a strategically important and relevant direction for the organization is the formation of a risk management system. It is dangerous to make managerial decisions based only on intuition and personal experience - various risks appear, which very quickly develop into a threat of losing business. The ability to assess and analyze risks before they occur is important for any enterprise. This article discusses the ways and methods of risk assessment. Each of the methods is given a brief description. During the study of this topic and the writing of the article, it was concluded that when starting a business, it is necessary to select risk management methods depending on the type of activity and features. The article used general scientific and special research methods. Among them are methods of analysis and synthesis, as well as descriptive methods.

Keywords: risk analysis, company, assessment, business, risk management, risk assessment methods.

Вишневый Никита Николаевич,
студент магистерской программы
«Технологическое предпринимательство
в цифровой экономике»
ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 1)
E-mail: nnvishnevyy@internet.ru

Vishnevyy Nikita Nikolaevich,
master's student «Technological
Entrepreneurship in the digital economy»
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/1,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: nnvishnevyy@internet.ru

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФИНЛЯНДИИ

С.В. Радыгина, Н.В. Кондратьева, Т. Койвунен

Данная статья посвящена изучению опыта Финляндии в продвижении социального предпринимательства как механизма гармонизации социального и экономического составляющих развития государства. Несмотря на то, что в международных рейтингах скандинавская страна занимает лидирующие позиции при оценке возможностей для развития социального предпринимательства, на сегодняшний день данный вид деятельности здесь не получил еще достаточно широкого распространения. Однако большинством исследователей она определяется как потенциально эффективная форма деятельности, т.к. вводит в экономический оборот новые ресурсы и новые механизмы взаимодействия.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, предпринимательство, Финляндия, инновационность, социальные проблемы.

Обеспечение устойчивого развития любого государства является одним из актуальных вопросов современной экономики. Оно возможно лишь при условии тесного взаимодействия всех заинтересованных сторон: бизнеса, науки, общества. Одним из таких механизмов, гармонизирующих экономическую, социальную и экологическую составляющие, является социальное предпринимательство. Зародившись более пятидесяти лет назад, сегодня оно приобретает все большую значимость для развития социально-экономической экосистемы многих стран.

В научной литературе существуют разные подходы к определению изучаемого в данной статье явления. В широком понимании под социальным предпринимательством принято рассматривать предпринимательскую деятельность, направленную на облегчение или решение социальных проблем [1, с. 2]. Как отмечает С.М. Сафаров, социальное предпринимательство можно рассматривать как «источник синергетического эффекта взаимодействия имеющихся ресурсов предпринимателя и потребностей приобретателей социальных услуг» [1, с. 12]. В качестве основных характеристик социального предпринимательства учеными выделяются следующие: социальное воздействие, инновационность, самоокупаемость и экономическая целесообразность, социальный эффект, масштабируемость и тиражируемость и др. [2, с. 78].

Каждое государство определяет свои стратегии для развития социального предпринимательства. В частности, для Российской Федерации принято выделять четыре подхода к исследуемому явлению [3]:

1. Социальное предпринимательство как способ социальной поддержки заинтересованных групп населения.
2. Социальное предпринимательство как механизм содействия развитию предпринимательства и бизнеса.
3. Социальное предпринимательство как альтернативный государственно-му механизм решения социальных проблем.

4. Социальное предпринимательство в качестве социально ориентированного бизнеса.

Близкие подходы характерны и для продвижения социального предпринимательства в Финляндии, которая занимает лидирующие позиции в рейтингах по оценке возможностей для развития социального предпринимательства. В частности, согласно исследованиям Thomson Reuters Foundation и Deutsche Bank, в 2019 году Финляндия заняла 8 место (для сравнения: в 2016 году – 24 место) [4]. В данном рейтинге страны ранжируются по 12 показателям в шести категориях:

- а) государственная поддержка;
- б) общественное признание;
- в) темпы развития социального предпринимательства;
- г) привлечение высококвалифицированных кадров;
- д) возможность получения прибыли от социального предпринимательства;
- е) возможности инвестиций.

Отдельно следует отметить, что Финляндия возглавила мировые рейтинги по критерию возможности получения прибыли, а также привлечению высококвалифицированных кадров для развития социального предпринимательства.

Как уже отмечалось выше, социальное предпринимательство в каждом государстве регулируется своей нормативно-правовой базой. Законы о социальном предпринимательстве (1351/2003) в Финляндии были приняты еще в 2004 году, однако в 2007 году были внесены некоторые изменения. Так, к социальным предприятиям сегодня относятся организации, в которых не менее 30% его работников являются инвалидами или лицами, длительное время пребывающими в статусе безработного: «Sosiaalinen yritys toimii muuten normaalin yrityksen tapaan, mutta sillä on laissa määritelty työllistämistehtävä. Sosiaalisen yrityksen työntekijöistä on vähintään 30 prosenttia oltava työhallinnon määrittelyn mukaisia vajaakuntoisia eli osatyökykyisiä tai pitkäaikaistyöttömiä» [5, 7]. Данная категория лиц может также получать государственную поддержку (стартовое пособие) в течение первых четырех месяцев в случае открытия своего бизнеса [6, 12].



Рис. 1. Логотип организаций, реализующих деятельность в области социального предпринимательства [6]

С точки зрения законодательства Финляндии, на сегодняшний день социальное предприятие может иметь любую организационно-правовую форму. Министерство труда и экономического развития (ТЕМ) ведет реестр таких социальных предприятий, а также оказывает им финансовую поддержку. Макси-

мальный размер субсидии может составлять 50% от издержек по заработной плате [6]. Организации, которую ведут деятельность в области социального предпринимательства, получают регистрационный номер и имеют право использовать логотип зеленой бабочки (см. Рис. 1).

Как отмечают исследователи, в современной Финляндии можно выделить пять видов интеграции социального и предпринимательского элементов на базе социальных предприятий [7]:

- а) это традиционно и хорошо организованное направление так называемых «закрытых трудовых мастерских» (sheltered workshops);
- б) производственные коллективы, принадлежащие ассоциациям инвалидов;
- в) учебно-производственные структуры для молодых безработных;
- г) трудовые кооперативы, созданные безработными;
- д) социальные кооперативы для инвалидов.

Как видно из приведенного перечня, чаще всего социальное предпринимательство в Финляндии ограничивается категорией лиц, относящихся к безработным или инвалидам. Возможно, именно поэтому процент социальных предпринимателей в Финляндии не очень высок. В частности, согласно статистическим данным, к 2012 году в стране было зарегистрировано 160 предприятий, поддерживающих социально незащищенные слои общества [9, 5]. К числу отраслей активного социального предпринимательства можно включить металлургию, переработку отходов, услуги в сфере недвижимости, деревообработку и строительство, а также социальные услуги [10]. Несмотря на наличие государственной поддержки в области социального предпринимательства, как показывает статистика, к 2022 году количество организаций в этой отрасли не возросло. По-видимому, развитие социального предпринимательства имеет зависимость не только от предоставляемых государством возможностей, но и от личной мотивации предпринимателей. Но данный тезис требует дополнительных исследований.

Несмотря на отсутствие позитивной динамики в области развития социального предпринимательства в Финляндии в последние годы, по мнению ведущих экономистов, данный вид деятельности может стать одним из эффективных механизмов социально-экономического развития страны: «Suomen lain mukainen sosiaalinen yrittäjäyys on osa etsivää ja keksivää yhteiskuntaevoluution dynamiikkaa. Sosiaalisen yritystoiminnan keskeiseksi makrotason funktioiksi nousevat taloudellisen sopeutumisen ja työmarkkinaintegraation ohelle tai sijaan mallinmuodostuksen ja yleisemmän sosiaalisen integraation prosessit: yhteiskunnan arvojen ja normien kalibrointi. Vaikka taloudellisen ja sosiaalisen välistä periaatteellista ristiriitaa ei voitaisi kokonaan poistaa, käytännön tasolla on mahdollista väsymättä kokeilla erilaisia keinoja kompromissien saavuttamiseksi ja toimivien mekanismien löytämiseksi» [8] (букв. Согласно финскому законодательству, социальное предпринимательство является одним из эффективных путей эволюции общества. В дополнение (или вместо) к экономической адаптации и интеграции на рынке труда, с точки зрения макроэкономических процессов, ключевыми элементами социального предпринимательства становятся социальные ценности и уточнение социальных норм общества. Несмотря на то, что невоз-

можно полностью снять напряжение между экономическим и социальным, благодаря социальному предпринимательству возможно найти механизмы их гармонизации, а также определить пути достижения компромиссов).

Таким образом, развитие предпринимательства в разных его проявлениях является одним из стратегически важных направлений продвижения бизнеса в Финляндии. Помимо специальных мер поддержки, оказываемых государством, создаются специальные центры новых предприятий. В частности, к 2019 году в центральных городах скандинавского государства функционировало 29 центров новых предприятий, имеющих 83 офиса по всей стране. Деятельность центров обеспечивают 150 консультантов. Все это открывает новые возможности для развития малого и среднего бизнеса в стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сафаров, С.М. Основы социального предпринимательства. – Иваново: Издательство «Роща», 2014. – 295 с.
2. Камбердиева, С.С. Развитие социального предпринимательства в Российской Федерации / С.С. Камбердиева, Г.В. Хетагуров, Ю.И. Стагниева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 12 (3). – С. 77-80.
3. Камбердиева, С.С. Проблемы малых и средних предприятий в современных условиях / С.С. Камбердиева, Г.В. Хетагуров, Ю.И. Стагниева // Устойчивое развитие горных территорий. – 2012. – № 3. – С. 95-96.
4. The best place to be a social entrepreneur 2019 // The best place to be a social entrepreneur 2019 (trust.org) (дата обращения: 10.11.2022).
5. Mononen, S. Sosiaalisia yrityksiä koskevan 1.5.2007 annetun lakiuudistuksen vaikutus alan yritysten toimintaan. – Хаага, 2012 // Mononen_Satu.pdf (theseus.fi) (дата обращения: 10.11.2022).
6. Справочник предпринимательства // SUK_perustamisopas2019_SELKOKIELI_venäjä.pdf (uusyrityskeskus.fi) (дата обращения: 10.11.2022).
7. Ванхемпинг, Э.Г. Предпринимательский подход к решению социальных проблем в Казахстане и Финляндии // Образование: XXI век. – Петрозаводск, 2017. Вып. 2 (18) – Режим доступа: <https://lll21.petrus.ru/journal/article.php?id=3507> (дата обращения: 10.11.2022).
8. Klemelä, J. Sosiaalinen yritystoiminta kelpoisuuskokeessa. – Turku, 2014. // Sosiaalinen yritystoiminta kelpoisuuskokeessa (researchgate.net) (дата обращения: 10.11.2022).
9. Sosiaalisen yrityksen perustamisopas // Sos_yrityksen_opas_web-2 (yritysvantaa.fi) (дата обращения: 10.11.2022).
10. Sosiaalisen yritys // Sosiaalinen yritys – Jyväskylän yliopisto – University of Jyväskylä (juu.fi) (дата обращения: 10.11.2022).

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN FINLAND

S.V. Radygina, N.V. Kondratieva, T. Koivunen

This article is devoted to the study of Finland's experience in the development of social entrepreneurship as a mechanism for harmonizing the social and economic components of the development of the state. Despite the fact that in international rankings Finland occupies a leading position in assessing opportunities for the development of social entrepreneurship, to date this type of activity has not yet become widespread enough here. However, for the sustainable development of the state, most researchers define it as a potentially effective form of doing business.

Keywords: social entrepreneurship, entrepreneurship, Finland, innovativeness, social problems.

Радыгина Светлана Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой экономической
теории и предпринимательства ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: rsv_prepod@mail.ru

Radygina Svetlana Vladimirovna,
Candidate of Economic Sciences,
Docent, Head of the Department
of Economic Theory and Entrepreneurship,
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: rsv_prepod@mail.ru

Кондратьева Наталья Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры общего
и финно-угорского языкознания
ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: nataljakondratjeva@yandex.ru

Kondratieva Natalia Vladimirovna,
Doctor of Philology, Docent, Professor
of the Department of General
and Finno-Ugric Linguistics
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: nataljakondratjeva@yandex.ru

Койвунен Томи,
докторант Туркуского университета,
Кафедра финского языка
и финно-угорского языкознания
20014, Исконная Финляндия, Турку,
Весилиннантие, 3
E-mail: tk.koivunen@gmail.com

Koivunen Tomi,
doctoral researcher at the University of Turku
Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen
kielentutkimus
20014, Original Finland, Turku,
Vesilinnantie, 3
E-mail: tk.koivunen@gmail.com

АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АБРА»

И.А. Попов

В статье раскрывается значение анализа внутренней и внешней среды предприятия на современном этапе развития. Акцентируется внимание на различных факторах анализа внутренней и внешней среды. Проводится анализ внутренней и внешней среды на примере общества с ограниченной ответственностью «Абра».

Ключевые слова: внешняя среда, внутренняя среда, общество с ограниченной ответственностью, SWOT-анализ, PEST-анализ.

1) Характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Абра» создано в соответствии с законодательством РФ и зарегистрировано 29 сентября 2017 г. ООО «Абра» расположено по адресу 426057, Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Максима Горького, д. 68, офис 314.

Директор организации Еремин Алексей Николаевич.

Основной целью создания ООО «Абра» является осуществление хозяйственной деятельности, направленной на извлечение прибыли.

Виды деятельности ООО «Абра»:

- Производство пластиковых карт (подарочные карты, клубные карты, дисконтные карты, визитные и рекламные карты, бейджи).
- Производство сувенирной продукции (Майки разнообразных цветов и размеров с креативными надписями, кружки, ручки, значки, блокноты, магниты).
- Оказание полиграфических услуг (офсетная печать, ризография, полноцветная цифровая печать, шелкография, послепечатные услуги).
- Прочие виды полиграфической деятельности.

Численность сотрудников составляет 17 человек (директор, коммерческий директор, главный бухгалтер, офис-менеджер, 4 оператора производства полиграфической продукции, 5 дизайнеров, 4 менеджера).

2) Анализ внутренней среды ООО «Абра»

Цели предприятия.

Главная цель предприятия, по мнению директора, занятие лидирующего положения среди салонов оперативной полиграфии и получение максимальной прибыли. Для осуществления этой цели предприятие стремится обеспечивать физических и юридических лиц высококачественной полиграфической и рекламно-сувенирной продукцией. Долгосрочной целью предприятия является расширение производства, закупка офсетного оборудования. Это позволит организации выйти на новый уровень обслуживания заказчиков, изготавливая продукцию тысячными тиражами, что на данном этапе невозможно (для того, чтобы удержать комплексного заказчика, нуждающегося в изготовлении как

мелких, так и крупных тиражей, предприятию для выполнения офсетного заказа приходится прибегать к услугам сторонних организаций, выполняя роль посредника, и теряя значительную часть прибыли).

Кадры и общее управление.

Организационная структура предприятия вследствие малой численности персонала предельно проста.

Главным руководителем является директор, которому подчиняются главный бухгалтер, коммерческий директор и офис-менеджер. Представлено на рисунке 3.

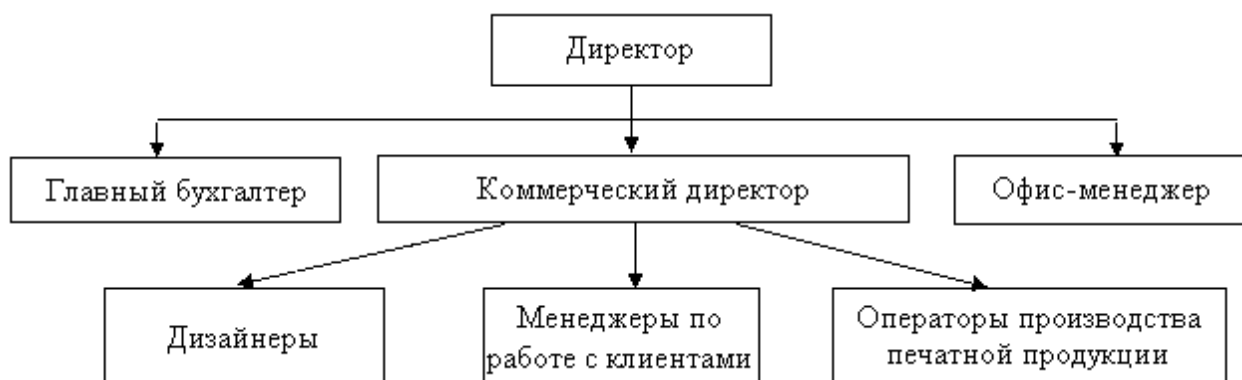


Рис. 3. Организационная структура предприятия

Таким образом, можно сделать вывод, что организационная структура ООО «Абра» является иерархической линейной структурой управления, что обычно характерно для малых предприятий.

В организации отсутствует материальное стимулирование работников. Существует также проблема текучести кадров, в частности среди дизайнеров и менеджеров по работе с клиентами, ввиду сравнительно невысокой оплаты труда. Несмотря на это нельзя сказать, что мотивация на предприятии отсутствует совсем. Благодаря малому количеству персонала руководители имеют личный контакт со всеми сотрудниками и являются для них авторитетом, что следует считать мотивационным фактором.

Производство.

Благодаря тому, что с поставщиками материалов установлены благоприятные и долгосрочные связи предприятие приобретает сырье по доступным ценам. На большинство материалов организации предоставляются скидки от 10 до 25%.

Коммерческий директор постоянно отслеживает наличие материалов на складе и в случае приближения к установленному резерву, формирует заявки поставщикам для пополнения запасов. Предприятие располагается в четырех комнатах офисного типа, одна из которых приспособлена под хранение запасов, две заняты под офис, а четвертая является производственным помещением.

В собственности ООО «Абра» имеется следующее оборудование:

- 11 персональных компьютеров;
- 2 лазерных принтера HP 1200;
- сканер Umax Powerlook III;

- 3 полноцветных цифровых аппарата: Xerox DocuColor 12, Fiery XP12 и Canon CP 660;

- ризограф GR 3750;
- двухкрасочный тампостанок ТИС;
- плоттер EnCad NOVAJET Pro и Omega «New Star»;
- рулонный ламинатор PHOTONEX LCH-235;
- пакетный ламинатор Lamiart-PRO;
- перфобиндер Renz формата А4, А3;
- термопереплетчик ОМА Thermal;
- биговальная машина Fastbind;
- 2 Округлителя углов;
- 3 Резака гильотинного типа;
- принтер для печати пластиковых карт DataCard;
- оборудование для термопереноса изображения The MagicTouch.

Таким образом, ООО «Абра» обладает мощной производственной базой для изготовления полиграфической и рекламно-сувенирной продукции.

На сегодняшний день основным недостатком ООО «Абра» является отсутствие собственного офсетного оборудования. Благодаря этому оборудованию, предприятие может производить полноцветную продукцию (каталоги, журналы, книги) большими тиражами. Для того, чтобы удержать комплексного заказчика, нуждающегося в изготовлении как мелких, так и крупных тиражей, предприятию для выполнения офсетного заказа приходится прибегать к услугам сторонних организаций, выполняя роль посредника, и теряя значительную часть прибыли (т.к. за размещение заказа в крупных типографиях фирма имеет лишь незначительный процент), нежели данное оборудование находилось бы в собственности компании.

Технологии.

Руководство ООО «Абра» постоянно отслеживает появление новых технологий в изготовлении полиграфической продукции, с этой целью директор постоянно выписывает специализированные журналы и посещает тематические выставки и семинары. На сегодняшний день можно сказать, что организация «идет в ногу» с теми разработками, от которых зависит ее успешная деятельность.

Маркетинг.

ООО «Абра» проводит умеренную рекламную кампанию, а именно: размещает рекламные объявления в газетах, на радио, производит рассылку рекламных буклетов потенциальным и постоянным клиентам. Конкурентными преимуществами ООО «Абра» можно считать выпуск малотиражной полиграфической и сувенирной продукции в короткие сроки (от 1 часа) на высококачественном и высокопроизводительном оборудовании, бесплатную разработку оригинал-макета, а также всестороннюю информационную поддержку со стороны персонала.

3) Анализ факторов внешней среды ООО «Абра»

Конкуренты.

Рынок полиграфических услуг с каждым годом растет, свою деятельность на нем осуществляют как крупные типографии и полиграфические предприятия, так и мини-типографии.

Крупные предприятия имеют огромный парк офсетной техники, и таким образом оказывают свои услуги клиентам, размещающим тысячные тиражи, а также выступают подрядчиками мелких полиграфических салонов, не желающих терять своих клиентов ввиду отсутствия офсетного оборудования.

Мини-типографии обладают небольшим количеством оборудования, оказывают неполный спектр услуг, их услуги как правило дороги.

Среди относительно большого числа существующих фирм, занимающихся подобной деятельностью, можно выделить несколько основных конкурентов, оказывающих подобный ООО «Абра» спектр услуг. Таковыми являются: ООО «Два Крыла», ООО «Принта», ООО «Печатник». Сравнение конкурентов представлено в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение конкурентов

Услуги	«Абра»	«Два Крыла»	«Принта»	«Печатник»
Качество услуг	Отличное	Отличное	Отличное	Хорошее
Оперативность исполнения заказа	От 1 часа	От 1 дня	От 1 часа	От 2 дней
Полиграфические услуги:				
Ризография	+	+	+	+
Шелкография	+	-	+	+
Цифровая полноцветная печать	+	+	+	+
Офсетная полноцветная печать	-	-	+	-
Изготовление пластиковых карт	+	+	-	-
Послепечатные услуги:				
Ламинация	+	+	+	+
Фальцовка	+	+	+	+
Скругление углов	+	-	+	+
Переплет (твердый, мягкий).	+	+	+	+
Биговка	+	+	+	-
Вырубка	+	-	-	+
Изготовление сувенирной продукции:				
Методом MagicTouch	+	+	+	+
Методом лазерной гравировки	+	+	-	+
Методом флексопечати	+	+	+	+

Как видно из таблицы, наиболее сильным конкурентом выступает ООО «Принта».

Потребители.

Основными потребителями ООО «Абра» являются в первую очередь юридические лица всех форм хозяйствования.

Чаще всего потребители размещают заказы на визитные карточки, календари, бланочную продукцию, пластиковые карточки, технические паспорта и каталоги.

Для привлечения новых потребителей компания широко применяет систему скидок. Клиенты очень хорошо отзываются о продавцах и о качестве обслуживания.

Для того, чтобы заказчики могли оценить по достоинству качество оказываемых услуг в офисе компании есть множество демонстрационных стендов с примерами выполненных работ. С каждым клиентом индивидуально работает менеджер и дизайнер. Клиенты очень положительно оценивают то, что разработка оригинал- макета производится бесплатно, в присутствии заказчика, с учетом всех его требований.

4) Современные методы анализа внешней и внутренней среды

Исследование среды управления производится с помощью ряда современных методов анализа. К ним, в частности относятся методы PEST- и SWOT-анализа. По результатам исследования можно получить ответы на следующие стратегические вопросы: Каково нынешнее положение организации? В каком положении организация могла бы оказаться в будущем? Какие препятствия могут возникнуть, и что благоприятствует организации на пути к поставленным целям? Какие возможности необходимо реализовать, чтобы достигнуть целей? Как управлять реализацией стратегии?

По результатам PEST- и SWOT-анализа формируются варианты стратегического развития управляемой системой – фирмы, организации, социума.

4.1) SWOT-анализ

Для того чтобы корректно оценить силы компании и ситуацию на рынке, как правило, используют SWOT-анализ. SWOT-анализ – это оценка внутренней среды организации (ее сил и слабостей, возможностей и угроз)

- Сильные стороны (Strengths) заключаются в преимуществах организации;
- Слабости (Weaknesses) – в недостатках организации;
- Возможности (Opportunities) – преимущества организации на рынке;
- Угрозы (Threats) – в факторах, способных потенциально ухудшить положение компании.

Для проведения анализа необходимо:

- определить основное направление развития предприятия (его миссию);
- взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно, ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать (SWOT-анализ);
- поставить перед предприятием цели, учитывая его реальные возможности (определение стратегических целей предприятия).

Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы.

Сильные стороны компании – это то, в чем она преуспевает, или какая-либо особенность, которая предоставляет дополнительные возможности. Сила может состоять в таких аспектах, как имеющийся опыт, доступ к уникальным ресурсам, наличие передовых технологий и современного оборудования, высокая квалификация работников, высокое качество продукции, известность торговой марки и т.д.

Слабые стороны предприятия – это отсутствие чего-либо важного для работы компании или то, что пока не удастся в сравнении с остальными предприятиями и ставит фирму в неблагоприятное положение. Например, слабыми сторонами могут выступать довольно узкий ассортимент выпускаемых товаров, негативная репутация фирмы на рынке, недостаток финансирования, низкий уровень сервисного обслуживания.

Рыночные возможности – это благоприятные обстоятельства, которые компания может применять для получения преимуществ. Как примеры рыночных возможностей можно приводить ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, возникновение новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.д. Следует отметить, что возможностями с позиций SWOT-анализа выступают не все возможности, которые есть на рынке, а только те, которыми можно воспользоваться.

Рыночные угрозы – события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.

Один и тот же фактор для разных предприятий может быть как угрозой, так и возможностью. Например, для магазина, торгующего дорогими продуктами, рост доходов населения может быть возможностью, так как приведет к увеличению числа покупателей. В то же время, для магазина-дискаунтера тот же фактор может стать угрозой, так как его покупатели с ростом зарплат могут перейти к конкурентам, предлагающим более высокий уровень сервиса.

Шаг 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия.

Для того чтобы определить сильные и слабые стороны предприятия необходимо:

- составить перечень параметров, по которому будет оцениваться предприятие;
- по каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что – слабой;
- из всего перечня выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны предприятия и занести их в матрицу SWOT-анализа.

Второй шаг SWOT-анализа – это оценка рынка.

Этот этап позволяет оценить ситуацию вне предприятия – увидеть возможности и угрозы. Методика определения рыночных возможностей и угроз

практически идентична методике определения сильных и слабых сторон предприятия:

- составление перечня параметров для оценки рыночной ситуации;
- определение возможностей и угроз предприятия по каждому параметру;
- выбор из всего перечня наиболее важных возможностей и угроз и построение матрицы SWOT-анализа.

Необходимо выбрать из всего списка возможностей и угроз наиболее важные, и занести их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа. Заполнив такую матрицу, можно увидеть результат:

- определены основные направления развития предприятия;
- сформулированы основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса.

SWOT-анализ ООО «Абра», представлен в таблице 2.

Таблица 2

SWOT-анализ ООО «Абра»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Долгий опыт работы • Сплоченный коллектив • Широкий ассортимент товаров и услуг • Мощная производственная база • Удовлетворенность клиентов • Хорошие деловые связи с потребителями и поставщиками 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие офсетного оборудования, для выполнения заказов больших тиражей • Слабо развита корпоративная культура • Низкая квалификация сотрудников
Рыночные возможности	Рыночные угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Небольшое количество достаточно сильных конкурентов • Спрос на полиграфическую и сувенирную продукцию достаточно высок и имеет устойчивую тенденцию к увеличению 	<ul style="list-style-type: none"> • Появление сильных конкурентов • Изменение тенденции спроса • Сбои в поставках материалов • Изменение налогового законодательства • Снижение общей платежеспособности предприятий
<ul style="list-style-type: none"> • Сложившийся имидж ООО «Абра» у потребителей продукции • Новые виды продукции • Снижение кредитной процентной ставки 	<ul style="list-style-type: none"> • Экономический спад

1.4.1. PEST-анализ

Для анализа тенденций изменений во внешней среде фирмы используют технику анализа ПЭСТ (PEST), дающую возможности более широко взглянуть на то, как воздействует окружение на определенную компанию. PEST-анализ – это инструмент, который предназначен для обнаружения политических (Political), экономических (Economics), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов во внешней среде, способных влиять на стратегию компании.

Политическая сфера (Political). Стоит на первом месте, поскольку является определяющим фактором для развития продукта или компании.

Экономическая сфера (Economics). На этом уровне рассматривается текущее положение на рынке и способности компании.

Социальная сфера (Social). Конечными потребителями товара или услуги почти всегда становятся люди. А это значит, что перед запуском продукта лучше выяснить, как они к нему относятся.

Технологическая (Technological). Данная сфера анализа определяет следующие вопросы:

- Какие шансы у компании достигнуть успеха при использовании текущих технологий?

- Что изменится, если изменить условия?

PEST-анализ ООО «Абра» представлен в таблице 3.

Таблица 3

PEST-анализ ООО «Абра»

Политика	Экономика
<ul style="list-style-type: none"> • Выборы Президента РФ • Изменение законодательства РФ • Государственное влияние в отрасли • Государственное регулирование конкуренции в отрасли 	<ul style="list-style-type: none"> • Общая характеристика экономической ситуации (подъем, стабилизация, спад) • Уровень инфляции • Динамика курса русского рубля к доллару США. • Уровень безработицы, ситуация на рынке труда и стоимость труда • Уровень располагаемого дохода населения • Кредитно-денежная и налогово-бюджетная политика страны
Социум	Технология
<ul style="list-style-type: none"> • Изменения в базовых ценностях • Изменения в уровне и стиле жизни • Изменения основных потребительских предпочтений на продукт • Недоверие к рекламе со стороны конечных потребителей 	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка скорости изменения и адаптации новых технологий • Новые продукты • Технологические изменения, имеющие существенное значение для организации <p>Появление новых рекламоносителей</p>

По результатам проведенного анализа внутренней и внешней среды ООО «Точка» можно определить следующие пути повышения эффективности деятельности предприятия:

1. Изменение организационной структуры предприятия. На коммерческого директора возложено слишком много обязанностей, поэтому управление осуществляется не очень эффективно. Необходимо ввести должность главного менеджера, который контролировал и координировал бы работу менеджеров по работе с клиентами, а также включить в штатное расписание позицию главного оператора, человека с высшим образованием в области полиграфии, хорошо знающего процесс производства и методы управления персоналом, выполняю-

шего функции координации и контроля деятельности операторов производства полиграфической продукции.

2. Создание эффективной системы оплаты труда. Директору необходимо особое внимание уделить подбору персонала, системе мотивации и стимулирования работников. Создав сплоченную, хорошо мотивированную команду единомышленников можно добиться больших успехов в бизнесе.

3. Создание корпоративной культуры, главным проводником которой должен быть директор. Необходимо стремиться, чтобы ценности компании стали неотъемлемой частью не только управленцев, но и всех служащих. Директор должен определить систему определенных ценностей, убеждений и принципов, которым компания должна следовать и которые затем должны встроиться в политику организации. Корпоративная культура поможет сформировать производственный климат и корпоративный дух, которые будут способствовать выполнению поставленных задач и вносить свой вклад в достижение успеха. Сильная корпоративная культура и ее тесная связь со стратегией фирмы станут мощными рычагами управления персоналом с целью улучшения его работы.

4. Приобретение в лизинг, либо в кредит офсетного оборудования. Благодаря этому оборудованию, предприятие может производить полноцветную продукцию большими тиражами. Офсетное оборудование может дать серьезные конкурентные преимущества.

5. Постоянное введение новых услуг и систем продвижения, чтобы всегда быть на шаг впереди конкурентов.

6. Разработка оптимальной системы поощрения постоянных и новых клиентов фирмы, для укрепления имиджа фирмы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. CD-ROM. Управление качеством образования. Система менеджмента качества. Мониторинг и измерение. Внутренний и внешний аудиты. ФГОС. – Москва: Гостехиздат, 2017. – 523 с.

2. Аршунина, М. Внешняя среда предприятия / Мария Аршунина. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 220 с.

3. Бердников, В.В. Анализ и контроль в коммерческой организации. Учебник / Бердников Виктор Вячеславович. – М.: Эксмо, 2018. – 529 с.

4. Борисов, О.Б. Внутренняя и внешняя политика Китая в 70-е годы / О.Б. Борисов. – М.: Государственное издательство политической литературы, 2020. – 384 с.

5. Бурькова, Е.В. Анализ проблем применения интегрированных сред проектирования микропроцессорных систем / Е.В. Бурькова. – М.: Синергия, 2019. – 977 с.

6. Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики. – М.: Наука, 2019. – 200 с.

7. Городецкая, О.С. Анализ и совершенствование системы страхования организаций / О.С. Городецкая. – М.: Нобель Пресс, 2019. – 655 с.

8. Городецкая, О.С. Анализ рисков и экономика страхования организаций / О.С. Городецкая. – М.: Нобель Пресс, 2017. – 607 с.
9. Кобелева, И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие. Гриф МО РФ / И.В. Кобелева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 315 с.
10. Куафе, Ф. Взаимодействие работа с внешней средой / Ф. Куафе. – Москва: РГГУ, 2018. – 453 с.
11. Лобанов, М. Внутреннее и внешнее / М. Лобанов. – М.: Советский писатель. Москва, 2019. – 240 с.

ANALYSIS OF THE INTERNAL AND EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF LLC «ABRA»

I.A. Popov

The article reveals the importance of analyzing the internal and external environment of the enterprise at the present stage of development. The attention is focused on various factors of the analysis of the internal and external environment. The analysis of the internal and external environment is carried out on the example of the limited liability company «Abra».

Keywords: external environment, internal environment, limited liability company, SWOT analysis, PEST analysis.

Попов Илья Андреевич,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: lilyanotik@gmail.com

Popov Ilya Andreevich,
student of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: lilyanotik@gmail.com

ПОКОЛЕНИЕ 2000–2020 ГОДОВ

Р.А. Гумметов

В данной статье рассматриваются особенности поколения Z. Цель исследования – изучение приоритетов, ценностей, мотивов к труду у молодого поколения в России. Объектами исследования являются люди, родившиеся в 2000-2020 годы. Автор рассматривает вопросы о том, что за люди современные абитуриенты, как они относятся к учебе в университете и как получают знания. Автор статьи делает вывод, что поколению Z нужно уметь правильно использовать информацию, которой слишком много в открытом доступе.

Ключевые слова: поколение Z, приоритеты, ценности, абитуриенты, знания, информация.

«Поколение Z» – это первое по-настоящему «цифровое поколение». Они не знают мира без интернета, планшета и смартфонов. Они смотрят на мир через увлекательную и фрагментированную виртуальную реальность. Социологи считают, что поколение Z (центениалы) хорошо научилось распознавать недостоверную или неактуальную информацию, не склонно прислушиваться к мнениям официальных и признанных спикеров и выбирают своих экспертов. Приоритеты меняют очень быстро: то, что было модно вчера, сегодня сменяется новой модой. «Зеты» менее амбициозны, чем их предшественники, только 50 процентов хотят получать высокие зарплаты и быть богатыми. Этим ребятам больше привлекает социальная реализация, чем наличие детей и создание семьи.

При этом российские «зеты» амбициознее, чем их сверстники в других странах, – в России 41 процент респондентов хочет начать собственный бизнес.

Масштабное исследование аспиранта кафедры экономической социологии факультета социальных наук НИУ ВШЭ Аниты Поплавской на выборке из 5000 студентов бакалавриата из восьми региональных вузов выявило основные трудовые ценности учащихся. В пятерку ведущих вошли высокий заработок и интерес к делу, надёжность работы, её соответствие компетенциям и карьерные перспективы. Далее идут дружный коллектив, гибкий график, трудовая мобильность и соответствие работы мировоззрению. Среди ведущих факторов формирования трудовых предпочтений – гендер, тип проживания (с родителями или в общежитии), курс и профиль обучения, успеваемость, а также работа (по месту учебы или за пределами вуза).

Кроме того, с помощью факторного анализа исследовательница классифицировала трудовые ценности. Получилось семь типов. Два из них – полезность и саморазвитие – отражают внутренние ценности. Остальные пять – материальное вознаграждение и продвижение, надёжность, общение, мобильность и гибкость – это внешние ценности. Статья с итогами работы опубликована в международном научном журнале *«Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»*.

Трудовые ценности – это предпочтения человека в работе – отправная точка в построении мотивации и карьеры. Трудовые ценности делятся на внутренние и внешние. Первые связаны с содержанием работы, с удовольствием от неё. А вторые – это выгоды от работы – материальные (зарплата, карьера, социальный пакет) или нематериальные (уважение, защищенность и т.п.).

Трудовые приоритеты влияют на карьеру человека. По данным исследований, они сказываются на выборе профессиональной стези, удовлетворенности работой и профессиональных достижениях. Внутренне мотивированный работник более продуктивен и успешен на рынке труда.

Отдельный вопрос – как обстоит дело с трудовыми ценностями у тех, кто завтра только выйдет на рынок труда? Мониторинг экономики образования 2015 года продемонстрировал, что ключевые для молодежи характеристики рабочего места – достойная оплата (58%) и хороший коллектив (50%). Интересная работа оказалась важна лишь для четверти респондентов. Позиции с высоким уровнем самостоятельности выделила только десятая часть.

Нынешние абитуриенты – из поколения, родившегося после 2000 года. Его называют «поколением Z» (некоторые специалисты считают «зетами» детей, родившихся после 1996 года). У них свои ценности и свои представления о карьере. Крупнейшие исследовательские компании предприняли попытку понять, что они хотят от жизни и с чем идут в вуз.

Одна из важнейших установок – самореализация. Они постоянно говорят о саморазвитии, самосовершенствовании. При этом саморазвитием считается любое увлечение, любая деятельность – путешествия, занятия музыкой или рисованием, походы в кино или театр, интерес к истории, фотографирование. «Зеты» ждут похвалы и признания их действий, стремятся к популярности в социальных сетях, среди друзей.

Главный запрос к жизни – быть счастливым. Успех измеряется не богатством и статусом, а разнообразием жизненных впечатлений. Они не думают о том, чтобы менять мир или общество, и в первую очередь хотят сделать комфортной жизнь свою и близких.

Теперь, когда есть полезные онлайн-курсы, не всегда очевиден выбор в пользу традиционного вуза. Но при этом современная молодежь нацелена на получение действительно полезных знаний и на успешную карьеру, которую, кстати, не всегда связывает с офисом, ведь работать удаленно бывает комфортнее, учитывая свойственные нынешней молодежи индивидуализм и обостренное чувство справедливости.

Несмотря на внешний инфантилизм, задумываться о карьере представители «зетов» стараются раньше: для них очень важно найти возможность для самореализации. Просто им труднее становиться самостоятельными и выбирать путь в постоянно меняющемся мире.

77% представителей поколения Z ожидают, что при поиске работы им придется столкнуться с большими трудностями, чем миллениалам, а также работать усерднее, чем предыдущим поколениям.

У «зетов» скептическое отношение к перспективам экономики: они выросли в условиях неопределенности, увеличивающегося неравенства доходов и не-

работающих социальных лифтов. Последние 10 лет показали российским «зетам», что в стране может случиться, что угодно и все может пойти не так, как предполагалось.

Молодежь, закончившая школу в 2010-х, совсем равнодушна к ценностям, двигавшим вперед их родителей. Они гораздо больше ценят собственный комфорт. Не стремятся сделать карьеру, заработать материальные блага и не торопятся обзавестись семьей.

Социальная гонка для них бессмысленна – всех денег не заработаешь и на тот свет не заберешь.

Впервые о том, что это поколение коренным образом отличается от предыдущих, заговорили в 2010 году в Японии. Журналист газеты «Нikkeй» Таку Ямаока в опубликованной в 2010 году книге «Молодежь, которая ничего не хочет» описал их так:

«Они не ездят на машинах. Они не хотят брендовых вещей. Они не занимаются спортом. Они не пьют спиртные напитки. Они не путешествуют. Любовь им безразлична». За такими людьми закрепился термин «поколение сатори» – это слово можно перевести как «просветление», так называется один из видов медитативной практики.

«Сатори» – очень хитрое поколение. Благодаря доступу любой информации в интернете, им сложно затуманить мозги какими-то идеями, патриотизмом и т.д. Уже со школьной скамьи они стараются изучить, как реально устроен мир, как работает рабовладельческая система государства, как функционирует общество. Они обсуждают и делятся информацией, которую никогда не расскажут учителя в школе. Подрастают хитрейшие люди, которые не ведутся на обещания светлого будущего. Они не ленивые, но они пальцем не пошевелят, если не получат от этого прямую выгоду.

Никаких амбиций – подобное приходится слышать от работодателей поколения Сатори.

Эдзи Кобаяси, управляющий компанией по продаже одежды в Токио, говорит о своём персонале возрастом 19-25 лет: «Все делают ошибки на работе, но ведь у них нет желания стремиться вверх».

Если кому-нибудь из них предложить «стать управляющим магазина – и зарплата будет больше», почти всегда прозвучит ответ: «Это же так сложно».

Молодежь стала больше ценить свободу! Опыт предыдущих поколений показал им, что нет, и никогда не было никакой стабильности, жить надо сейчас. Все что вам обещают, чтобы удержать на работе – в большинстве случаев не сбудется. Место начальника/директора одно, а обещания раздают всем. Их принцип – если работаю сейчас, то платите сейчас. Если хотите от работника больше обязанностей – то платите больше, или делайте работу сами. Сказки о большой зарплате в будущем за выслугу лет им не интересны, они не собираются сидеть всю жизнь в одной конторе.

«Сатори» не разделяют идею о том, что настойчивость и старания – гарантия успеха. «Я много раз видел, как люди из моего окружения выкладывались по-полной и оставались ни с чем, – рассказывает студент Павел. – Упорные усилия не гарантируют достойную награду. Большинство людей будут сильно

стараться всю жизнь и никогда не получают больше, чем позволяет система. И чей-то родственник встанет у руля большой алмазной компании только потому, что он чей-то сын, какого-нибудь Иванова.

Психолог Елена Турлина считает, что может быть причиной таких особенностей молодого поколения: «Недавно проводились исследования, которые показали, что у московских подростков, которые по возрасту близки к «сатори», очень низкий уровень запросов. Они описывают свои карьерные ожидания фразой «лишь бы на жизнь хватило». Елена объясняет это тем, что их родители очень много времени проводили на работе, были заняты зарабатыванием денег, постоянно транслировали то, что они очень устали, что у них нет времени.

У них нет пиетета к старшим: они общаются с ними свободно и на равных. Дети Z лучше взрослых ориентируются в современной постоянно меняющейся жизни. Центениалы не верят в высшую справедливость, убеждены, что в результате социально-экономических потрясений старшие поколения стали более циничными.

Одна из важнейших установок – самореализация. Они постоянно говорят о саморазвитии, самосовершенствовании. При этом саморазвитием считается любое увлечение, любая деятельность – путешествия, занятия музыкой или рисованием, походы в кино или театр, интерес к истории, фотографирование. «Зеты» ждут похвалы и признания их действий, стремятся к популярности в социальных сетях, среди друзей.

Для саморазвития нужно уметь быстро обрабатывать огромные потоки информации в ограниченное время. Исследователи выяснили: «зеты» не останавливают свое внимание на чем-либо более 8 секунд.

Таким образом, поколение Z идёт «в одну ногу с инновациями», вся информация находится для них в открытом доступе, но они, к сожалению, не всегда могут использовать её в нужном направлении и решить свои проблемы и задачи с помощью «глобальной сети».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дэвид Стиллман. «Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык» // пер. с англ. Ю. Кондукова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 310 с.
2. Глотов, М.Б. Поколение как категория социологии // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 42-48.
3. Очирова, Л.И. Исследование ценностных ориентаций развивающейся личности в современных условиях // Вестник БГУ. – 2017. – № 4. – С. 157-161.

GENERATION OF 200—2020

R.A. Gummetov

This article discusses the features of generation Z. The purpose of the study is to study the priorities, values, motives for work among the younger generation in Russia. The objects of the study are people born in 2000-2020. The author examines the questions about what kind of people modern applicants are, how they relate to studying at the university and how they get knowledge. The author of the article concludes that generation Z needs to be able to properly use information that is too much in the public domain.

Keywords: generation Z, priorities, values, applicants, knowledge, information.

Гумметов Рустам Алиевич,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail rustam.gummetov@mail.ru

Gummetov Rustam Alievich,
student of Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: rustam.gummetov@mail.ru

ОЦЕНКА РИСКОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС

А.В. Шовхалов

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с важностью оценки рисков при бизнес-планировании. Цель исследования – изучение рисков, с которыми может столкнуться молодая фирма при выходе на рынок, рекомендаций по их выявлению, а также методов профилактики для уменьшения вероятности столкновения с ними и предотвращения их последствий. Объектами исследования являются непосредственно сами риски. Основными методами проведения исследования являются методы изучения, анализа и логического рассуждения. Автор статьи подчеркивает важность и значимость оценки рисков при планировании открыть бизнес и не одобряет довольно нередкий подход, при котором потенциальные предприниматели не уделяют данному аспекту должного внимания. Приведены рекомендации при включении рисков в бизнес-план. Автором изучены типы рисков, а также их виды. Также рассмотрены различные виды страхования. В заключении автор статьи дает рекомендацию анализировать риски не только при составлении бизнес-плана, но и на каждой деятельности фирмы, а также еще раз подчеркивает, что при планировании открыть новый бизнес очень желательно просчитывать риски, а не просто делать, иначе риск провала будет очень велик.

Ключевые слова: бизнес, бизнес-план, риски, оценка, анализ, профилактика.

Оценка рисков – один из важнейших аспектов при планировании открытия бизнеса. К сожалению, на практике ему зачастую уделяют недостаточно внимания, лишь коротко расписывая его, а то и вовсе могут проигнорировать, не включив в бизнес-план. Такой подход очень нежелателен, поскольку потенциальные инвесторы обращают немалое внимание на анализ рисков. Также он помогает просчитать все шаги, возможные проблемы и различные «подводные камни», которые могут сильно помешать развитию бизнеса, то есть значительно уменьшает риск провала.

С чего следует начать? Оценка рисков включает в себя не только проблемы, с которыми может столкнуться компания, но и действия по уменьшению вероятности их наступления, а то предотвращению столкновения с ними. Также нужно продумать и просчитать мероприятия по минимизации или предотвращению последствий.

При включении рисков в бизнес-план нужно:

1) составить как можно более полный список рисков, с которыми может столкнуться компания. Нужно уделять немалое внимание деталям, продумывать каждую мелочь, которая будет иметь влияние на функционирование бизнеса. К примеру, при выборе сельского хозяйства в качестве заданного направления развития бизнеса нужно уделять немалое внимание статистическим данным, выяснить, насколько регулярны засухи или другие нежелательные природные явления в данном регионе, а также понять, насколько высоким будет спрос на производимый продукт среди местных жителей;

2) обозначить вероятные риски в процентах. В этом хорошо могут помочь оценки экспертов;

3) оценить вероятные последствия в случае столкновения с данными рисками;

4) указать риски в последовательности их наступления и к каждому риску приписать возможный ущерб, который он может быть нанесен при его наступлении. Удобнее всего будет сгруппировать все данные в виде таблицы.

При составлении бизнес-плана не будет лишним проконсультироваться с экспертами, желательно с несколькими. Ими могут быть как специалисты в сфере работы бизнеса, так и различные юристы, специалисты по кредитным вопросам и так далее.

Типы рисков

Риски бывают контролируемые и неконтролируемые. К неконтролируемым рискам относятся:

1) неблагоприятная экономическая ситуация, нестабильная политическая обстановка, социальное напряжение;

2) стихийные бедствия;

3) различные валютные риски (колебания курсов валют, изменения принципов валютного регулирования);

4) изменения в налогообложении;

5) трудности в связи с изменениями в законодательстве.

К контролируемым рискам относятся:

1) производственные. Брак, различные технологические риски, нарушения цепочек производства;

2) финансовые. Дефицит оборотных средств, увеличение себестоимости товаров, рост дебиторской задолженности;

3) кадровые. Низкая квалификация сотрудников, уход ценных для компании кадров, недовольство работников и т.д.;

4) рыночные. Негативные для компании изменения на рынке;

5) операционные. Например, нарушения в работе бухгалтерского учета.

Страхование от рисков

Существует несколько видов страхования:

1) Имущественное страхование. Для ведения бизнеса нужно купить или арендовать помещение. Также нужно приобрести мебель и технику, которая может сломаться или быть украденной. Для того, чтобы подобные ситуации не приносили больших убытков, нужно застраховать все материальные блага;

2) страхование ответственности. Один из сотрудников может навредить клиенту, из-за чего тот может потребовать возместить моральный ущерб. Если у компании на данный момент нет для этого финансовых средств, то его возмещением займется страховая компания.

3) страхование от производственных перерывов. В случае различных форс-мажорных ситуаций (например, пожар) может потребоваться немало на восстановление, что приведет к остановке работы на неопределенное время, а платить зарплаты сотрудникам надо. В данной ситуации страховая компания поможет это сделать, как и восстановить предприятие.

Профилактика рисков в бизнес-плане

Профилактика неконтролируемых рисков.

Столкновение с данными рисками практически не зависит от деятельности предприятия, но в бизнес-плане все равно нужно продумывать, как минимизировать их последствия. В профилактике данных рисков существует два типа методов: финансовые и организационные.

Финансовые методы страхования неконтролируемых рисков:

- 1) страхование (все три вышеперечисленных вида);
- 2) создание и увеличение денежных резервов.

К организационным мерам относятся:

- 1) развитие IT-подразделения и создание копий всех важных документов, содержащих коммерческую информацию;
- 2) расширение географии присутствия фирмы и диверсификация регионов продаж;
- 3) повышение ликвидности производимой продукции и создание ее хорошей репутации среди потребителей, чтобы сохранить на нее спрос даже в непростых для фирмы макроэкономических условиях.

Профилактика контролируемых рисков

Это один из самых важных аспектов в хозяйственной деятельности компании, который может стать для нее одним из конкурентных преимуществ. Рассмотрим профилактику каждого отдельного вида данного риска.

Для профилактики производственных рисков нужно:

- 1) постоянно контролировать материально-техническое оснащение, грамотно управлять амортизацией и своевременно менять устаревшее оборудование;
- 2) оптимизировать цепочки производства, контролировать самые важные точки технологического процесса;
- 3) контролировать качество продукции в течение всего производства.

Для профилактики финансовых рисков нужно:

- 1) контролировать финансовую устойчивость фирмы;
- 2) диверсифицировать финансовые источники;
- 3) грамотно регулировать дебиторскую задолженность;
- 4) проанализировать и как можно более точно спрогнозировать денежные потоки фирмы.

Для профилактики кадровых рисков следует:

- 1) выстроить правильную кадровую политику, которая позволит привлекать и удерживать лучших специалистов;
- 2) не нарушать трудовое законодательство;
- 3) своевременно доносить до работников технику безопасности и особенности технологического процесса;
- 4) проводить ротацию кадров.

Для профилактики рыночных рисков нужно:

- 1) анализировать рынок и отрасль, а также конкурентов;
- 2) оперативно подстраиваться под любые рыночные изменения;
- 3) следить за изменениями в законодательстве и принципов государственного регулирования;

- 4) расширять ассортимент;
- 5) диверсифицировать фирму по отраслевым и географическим признакам.

Для профилактики операционных рисков необходимо:

- 1) комплексно выстраивать бизнес-процессы на всех стадиях;
- 2) автоматизировать бизнес-процессы;
- 3) контролировать документацию, регламенты, а также внутренние инструкции;
- 4) постоянно обучать и следить за деятельностью самых важных специалистов.

В заключение хотелось бы отметить, что при оценке рисков следует поэтапно перечислить все возможные их проявления и применить к рассматриваемому проекту. Бизнес-план является динамическим документом. Анализировать и нивелировать риски нужно не только при составлении бизнес-плана, но и на каждом этапе деятельности фирмы. Также стоит еще раз подчеркнуть, что при планировании открыть новый бизнес очень желательно просчитывать риски, а не просто делать, иначе риск провала будет очень велик.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волков, А.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2018. – 81 с.
2. Купцова, Е.В. Бизнес-планирование. – М.: Юрайт, 2020. – 436 с.
3. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: Риор, 2019. – 176 с.

RISK ASSESSMENT WHEN PLANNING TO OPEN A BUSINESS

A. V. Shovhalov

This article discusses issues related to the importance of risk assessment in business planning. The purpose of the study is to study the risks that a young firm may face when entering the market, recommendations for their identification, as well as prevention methods to reduce the likelihood of a collision with them and prevent their consequences. The objects of the study are the risks themselves. The main methods of research are methods of study, analysis and logical reasoning. The author of the article emphasizes the importance and significance of risk assessment when planning to open a business and does not approve of the rather frequent approach in which potential entrepreneurs do not pay due attention to this aspect. Recommendations are given when including risks in the business plan. The author has studied the types of risks, as well as their types. Various types of insurance are also considered. In conclusion, the author of the article makes a recommendation to analyze the risks not only when drawing up a business plan, but also at every activity of the company, and also emphasizes once again that when planning to open a new business, it is very desirable to calculate the risks, and not just do it, otherwise the risk of failure will be very high.

Keywords: business, business plan, risks, assessment, analysis, prevention.

Шовхалов Адам Вахидович,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: adamshovhalov@yandex.ru

Shovhalov Adam Vahidovich,
student of Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4, I
zhevsk, Russia, 426034
E-mail: adamshovhalov@yandex.ru

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.А. Каракешисян

В данной статье автор рассматривает один из важных инструментов экономического стимулирования трудовой деятельности – социальную политику предприятия. Цель исследования – изучение основных направлений социальной политики предприятия, её особенности и основные задачи. Также выделены мотивационные решения для стимулирования активной трудовой деятельности персонала. Объектом исследования выступает социальная политика предприятия. Основными методами проведения исследования явились метод анализа, сравнения, логического рассуждения. Автор статьи подчеркивает важность и значимость изучения вопросов развития социальной политики предприятия на сегодняшний день. Рассмотрены понятия определений социальной политики предприятия. Изучены составляющие элементы структуры социальной политики предприятия. Автором статьи изучены основные задачи социальной политики предприятия. Изучены зарубежные примеры социальной политики предприятия. Автор статьи делает вывод, что социальная политика предприятия является неотъемлемым элементом мотивационного механизма в управлении персоналом и трудовой деятельности в целом.

Ключевые слова: социальная политика предприятия, трудовая деятельность, управление персоналом, корпоративная социальная политика, мотивация, стимулирование.

Осуществление эффективной и устойчивой деятельности организации в условиях современных конкурентных рыночных отношений во многом связано с совершенствованием и развитием её социальной политики. Широкий ассортимент реализуемой продукции и социальные нужды, а также занятость большего числа людей при выполнении трудовой деятельности, несомненно, влияют как на внутреннюю структуру, так и на внешнюю среду организации.

Современная отечественная экономика в направлении социального развития требует новых подходов к воспроизводству потенциала трудовых ресурсов. Отсутствие специализированных региональных рыночных систем стимулирования труда и социальных гарантий предприятий в отдельных отраслях трудовой деятельности приводит к так называемой «текучести кадров». Некоторые работники из-за отсутствия должного стимулирования их деятельности не могут или не хотят полностью раскрыть свой трудовой потенциал, что в свою очередь могло бы улучшить экономические показатели организации. Это свидетельствует о необходимости разработки новых подходов к формированию корпоративной социальной политики и её использования в управлении персоналом.

Большая часть современных ученых, изучающих социальные отношения, интерпретируют социальную политику предприятия через призму направленности социальных затрат и структуры затрат на оплату труда, включающих в себя основные элементы заработной платы и выплат социального характера.

Так, по определению А.Я. Кибанова, социальная политика предприятия – это социальная среда организации теснейшим образом взаимосвязанная с тех-

нической и экономической сторонами ее функционирования, составляющие те материальные, общественные и духовно-нравственные условия, в которых работники трудятся, живут вместе со своими семьями и в которых происходят распределение и потребление благ, складываются реальные связи между личностями, находят выражения их морально-этические ценности [1].

Во многом, подобное трактование термина «социальная политика предприятия» обусловлено её основными направлениями, представленными на рисунке 1, каждое из которых несет в себе конкретные функции и ориентированность на конкретные слои населения.



Рис. 1. Основные направления и функции социальной политики предприятия [составлено автором]

Безусловно, в силу особенностей российского трудового законодательства, охрана труда и обеспечение основных социальных гарантий являются одними из основных задач руководства компании. Кроме того, компании несут административную ответственность за несоблюдение своих обязанностей по обеспечению безопасности и своевременной оплаты труда [2].

Механизмы социальной политики предприятия и современный перечень услуг позволяют применить следующие мотивационные решения для стимулирования активной трудовой деятельности персонала:

- возможность продвижения по карьерной лестнице;
- мотивационные речи руководителя или освещение историй успеха коллег, конкурентов;
- конкурсы и соревнования (не обязательно на профессиональную тему);
- выплаты предприятия на приобретение собственности и имущества (приобретение акций предприятия по номинальной стоимости);
- освобождение от работы, которое компенсируется выплатой (при поступлении в брак, смерти близких родственников и т.п.);
- компенсация сокращенного рабочего дня (работающим пенсионерам);
- оплата проезда к месту работы и по городу (компенсация затрат на услуги общественного транспорта);

- оплата и предоставление учебных отпусков лицам, совмещающим работу с обучением в соответствии с трудовым законодательством;
- дотации и помощь в связи с временной нетрудоспособностью сотрудника;
- денежное вознаграждение, предоставляемое в связи с личными торжествами, круглыми датами трудовой деятельности или праздниками (денежные суммы или подарки);
- предоставление в пользование служебного автомобиля (или компенсация затрат на топливо при использовании личного автотранспорта в рабочих целях);
- прогрессивные выплаты за выслугу лет;
- занятия по тимбилдингу;
- доски почета;
- культурные мероприятия;
- публичное признание достижений членов коллектива;
- обратная связь участие сотрудников в формировании корпоративной культуры;
- решение проблем работников (различного характера);
- поздравление подчиненных руководителем со значимыми датами, (демонстрация заинтересованности не только в его эффективной работе, но и в личном успехе);
- льготное обслуживание для сотрудников у предприятий-партнёров.

Данный перечень не является исчерпывающим, поскольку нормы международных правовых актов, ратифицированных Российской Федерацией, позволяют затронуть большинство социально значимых вопросов. В том числе и тех, которые не нашли своё отражение в национальном трудовом законодательстве.

Социальная политика предприятий значительно отличается в зависимости от страны. Также отличается общий уровень расходов на социальную политику. Так в Германии мы можем видеть следующее распределение. Наибольшее число финансирования уходит на обеспечение работников в старости, около 51,8%, на денежные пособия уходит – 25,5%, для повышения квалификации персонала и его обучения выделяют – 11%, на социальные нужды – 9%, и прочие расходы соответственно составляют – 2,7%.

Сами по себе расходы могут быть достаточно высокими. Так исследования на территории США показали, что расходы могут варьироваться от 18 до 69 процентов, а сам показатель расходов на социальную сферу на предприятиях за последний период вырос примерно на 7%.

Большинство предприятий дают своим работникам возможность выбора тех или иных услуг за часть их заработной платы, пенсии от фирмы, страхования жизни, другие льготы, выбор времени работы, отпуска либо же их комбинации в пределах компетенции компании [3].

У зарубежных фирм также популярны выплаты, которые поддерживают работников, которые ведут здоровый образ жизни. Это такие выплаты, как выплата за отказ от курения, выплата за то, что работник не проболел ни одного дня в течение года, или же выплата за постоянные занятия спортом.

Такого рода выплаты, как правило, выплачиваются в конце года, а их размеры при этом весьма значительны. Несмотря на то что такие и подобные выплаты увеличивают бюджет компании, а соответственно увеличивают цену за единицу труда, позитивный эффект от таких выплат куда более значительный (повышение мотивации труда, стабилизации коллектива и др.). Таким образом, социально ориентированная кадровая политика предприятия выгодна всем участникам и сторонам коллективного процесса труда.

Как мы можем заметить, решения мотивационного характера могут быть материального и нематериального характера. Обе разновидности мотивационных решений одинаково хороши при формировании предприятиями их корпоративной социальной политики.

Таким образом, можно сделать вывод, что заинтересованность сотрудников в работе на предприятии и их успехах в хозяйственной деятельности тем больше, чем больше льгот и услуг, предоставляется предприятием. При этом снижается текучесть кадров, так как сотрудники при увольнении рискуют потерять большинство приобретённых льгот и привилегий, социальная политика предприятия является неотъемлемым элементом мотивационного механизма в управлении персоналом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранова, Н.В., Вклад А.Я. Кибанова в развитие научного направления по управлению персоналом в России / Н.В. Баранова. – Текст: непосредственный // Human Progress. – 2018. – № 9. – С. 1–15.

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 16.04.2022) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

3. Калов, З.А. Особенности реализации моделей социальной политики. Часть 1 / З.А. Калов, Ф.М. Куршаева, Л.У. Хациева // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 2.

SOCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE

D.A. Karakeshishyan

In this article, the author considers one of the issues of economic stimulation of labor activity – the supervision of bailiffs. The purpose of the study is to study the main issues of the social policy of the enterprise, its features and main tasks. Motivational solutions for stimulating the active labor activity of the staff are also highlighted. The object of study of the social policy of the enterprise. the main methods of conducting research were the method of analysis, comparison, logical reasoning. The author of an article about the excessive danger and threat of studying the development of the social policy of the enterprise today. Elections defined the concept of social policy of the enterprise. The composition of the elements of the structure of the social policy of the enterprise is studied. The author of the article explored the main tasks of the social policy of the enterprise. Foreign examples of the social policy of the enterprise are studied. The author of the article concludes that

the social policy of an enterprise is an integral motivational mechanism for managing personnel and labor activity in general.

Keywords: social policy of the enterprise, labor activity, personnel management, corporate social policy, motivation, stimulation.

Каракешисян Давид Анзорович,
студент ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: davkarakeshishyan@yandex.ru

Karakeshishyan David Anzorovich,
student of the Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«Udmurt State University»
426034, Russia, Izhevsk,
Universitetskaya st. 1 (building 4)
E-mail: davkarakeshishyan@yandex.ru

ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ ИЗДАНИЯ:

Интерфейс электронного издания (в формате pdf) можно условно разделить на 2 части.

Левая навигационная часть (закладки) включает в себя содержание книги с возможностью перехода к тексту соответствующей главы по левому щелчку компьютерной мыши.

Центральная часть отображает содержание текущего раздела. В тексте могут использоваться ссылки, позволяющие более подробно раскрыть содержание некоторых понятий.

МИНИМАЛЬНЫЕ СИСТЕМНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ:

Минимальные системные требования: Celeron 1600 Mhz; 128 Мб RAM; Windows XP/7/8 и выше; 8x CDROM; разрешение экрана 1024×768 или выше; программа для просмотра pdf.

СВЕДЕНИЯ О ЛИЦАХ, ОСУЩЕСТВЛЯВШИХ ТЕХНИЧЕСКУЮ ОБРАБОТКУ И ПОДГОТОВКУ МАТЕРИАЛОВ:

Оформление электронного издания : Издательский центр «Удмуртский университет».

Подписано к использованию 13.12.2022

Объем электронного издания 2,65Мб на 1 CD.

Издательский центр «Удмуртский университет»

426034, г. Ижевск, ул. Ломоносова, д. 4Б, каб. 021

Тел. : +7(3412)916-364 E-mail: editorial@udsu.ru
