



АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2713-1513

#20 (202), 2024

часть IV

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 20 (202)

Часть IV

Издается с ноября 2019 года

Выходит еженедельно

ISSN 2713-1513

Главный редактор: Ткачев Александр Анатольевич, канд. социол. наук

Ответственный редактор: Ткачева Екатерина Петровна

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Абидова Гулмира Шухратовна, доктор технических наук, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Альборад Ахмед Абуди Хусейн, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Аль-бутбахак Башшар Абуд Фадхиль, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Альхаким Ахмед Кадим Абдуалкарем Мухаммед, PhD, доцент, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Асаналиев Мелис Казыкеевич, доктор педагогических наук, профессор, академик МАНПО РФ (Кыргызский государственный технический университет)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, проректор по научной работе, профессор, директор НИИ биогеографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

Бафоев Феруз Муртазович, кандидат политических наук, доцент (Бухарский инженерно-технологический институт)

Гаврилин Александр Васильевич, доктор педагогических наук, профессор, Почетный работник образования (Владимирский институт развития образования имени Л.И. Новиковой)

Галузо Василий Николаевич, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник (Научно-исследовательский институт образования и науки)

Григорьев Михаил Федосеевич, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Арктический государственный агротехнологический университет)

Губайдуллина Гаян Нурахметовна, кандидат педагогических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии педагогического образования (Восточно-Казахстанский государственный университет им. С. Аманжолова)

Ежкова Нина Сергеевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики (Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого)

Жилина Наталья Юрьевна, кандидат юридических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Ильина Екатерина Александровна, кандидат архитектуры, доцент (Государственный университет по землеустройству)

Каландаров Азиз Абдурахманович, PhD по физико-математическим наукам, доцент, декан факультета информационных технологий (Гулистанский государственный университет)

Карпович Виктор Францевич, кандидат экономических наук, доцент (Белорусский национальный технический университет)

Кожевников Олег Альбертович, кандидат юридических наук, доцент, Почетный адвокат России (Уральский государственный юридический университет)

Колесников Александр Сергеевич, кандидат технических наук, доцент (Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова)

Копалкина Евгения Геннадьевна, кандидат философских наук, доцент (Иркутский национальный исследовательский технический университет)

Красовский Андрей Николаевич, доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН и АИН (Уральский технический институт связи и информатики)

Кузнецов Игорь Анатольевич, кандидат медицинских наук, доцент, академик международной академии фундаментального образования (МАФО), доктор медицинских наук РАГПН,

профессор, почетный доктор наук РАЕ, член-корр. Российской академии медико-технических наук (РАМТН) (Астраханский государственный технический университет)

Литвинова Жанна Борисовна, кандидат педагогических наук (Кубанский государственный университет)

Мамедова Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова)

Мукий Юлия Викторовна, кандидат биологических наук, доцент (Санкт-Петербургская академия ветеринарной медицины)

Никова Марина Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Московский государственный областной университет (МГОУ))

Насакаева Бакыт Ермекбайкызы, кандидат экономических наук, доцент, член экспертного Совета МОН РК (Карагандинский государственный технический университет)

Олешкевич Кирилл Игоревич, кандидат педагогических наук, доцент (Московский государственный институт культуры)

Попов Дмитрий Владимирович, доктор филологических наук (DSc), доцент (Андижанский государственный институт иностранных языков)

Пятаева Ольга Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент (Российская государственная академия интеллектуальной собственности)

Редкоус Владимир Михайлович, доктор юридических наук, профессор (Институт государства и права РАН)

Самович Александр Леонидович, доктор исторических наук, доцент (ОО «Белорусское общество архивистов»)

Сидикова Тахира Далиевна, PhD, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Таджибоев Шарифджон Гайбуллоевич, кандидат филологических наук, доцент (Худжандский государственный университет им. академика Бободжона Гафурова)

Тихомирова Евгения Ивановна, доктор педагогических наук, профессор, Почётный работник ВПО РФ, академик МААН, академик РАЕ (Самарский государственный социально-педагогический университет)

Хайтова Олмахон Саидовна, кандидат исторических наук, доцент, Почетный академик Академии наук «Турон» (Навоийский государственный горный институт)

Цуриков Александр Николаевич, кандидат технических наук, доцент (Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС))

Чернышев Виктор Петрович, кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный тренер РФ (Тихоокеанский государственный университет)

Шаповал Жанна Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского)

Эшонкулова Нуржахон Абдужабборовна, PhD по философским наукам, доцент (Навоийский государственный горный институт)

Яхшиева Зухра Зиятовна, доктор химических наук, доцент (Джиззакский государственный педагогический институт)

СОДЕРЖАНИЕ**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ**

Алексеева Н.Е. ПОСТАНОВКА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СЛОЖНОСТРУКТУРИРОВАННЫХ КОМПАНИЯХ	6
Аманжолов Н.Е. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РИСКА В РАЗВИТИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА КАЗАХСТАНА.....	10
Амантай А.Б. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	17
Белова Е.Е. КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К ИЗМЕРЕНИЮ УРОВНЯ КРЕАТИВНОСТИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА.....	21
Брижак В.А., Исламутдинов В.Ф. РЕАЛИЗУЕМОСТЬ КОНЦЕПЦИЙ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ФОНДОВОМ РЫНКЕ	26
Бронников М.А. ИНТЕРНЕТ ПОВЕДЕНИЯ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ «ПОТРЕБИТЕЛЬ- ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ».....	29
Бронников М.А. МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЧАТ-БОТОВ В МАРКЕТИНГЕ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ.....	34
Бронников М.А. ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ	39
Бронников М.А. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЦЕЛЯХ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ....	44
Воронцов М.Ю. ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	50
Гайнуллин В.В., Латыпов Н.И., Зиятдинов Н.Р., Воробьев П.А. БАЗА УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ	53
Гайнуллин В.В., Латыпов Н.И., Зиятдинов Н.Р., Воробьев П.А. КОРРУПЦИЯ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ КОМПАНИЙ	56
Гайнуллин В.В., Латыпов Н.И., Зиятдинов Н.Р., Воробьев П.А. НЕКОТОРЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	59
Гайнуллин В.В., Латыпов Н.И., Зиятдинов Н.Р., Воробьев П.А. ОБЗОР ИНСТИТУТОВ ПРАВОПОРЯДКА, БОРЮЩИХСЯ С КОРРУПЦИЕЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	62
Давыденко Я.Д., Ревин Д.А. АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА.....	65

Давыденко Я.Д., Ревин Д.А.	
МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ	69
Ким Д.А.	
МЕСТО ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	72
Назипова Д.Т.	
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ МЕКСИКИ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА, ВЫЗВАННОГО ПАНДЕМИЕЙ COVID-19	77
Тимербаев С.Ю.	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ	80
Штоль К.С., Смокотнина Т.Е., Титова О.В.	
ПРОБЛЕМНЫЕ СТОРОНЫ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	84
Ющенко И.Н.	
КОРПОРАТИВНОЕ МОШЕННИЧЕСТВО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ	87

ПСИХОЛОГИЯ

Курбанова Н.И.	
СТИЛИ МЫШЛЕНИЯ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ.....	90

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Бухтияров В.М., Нюняев И.В., Ильиных С.Н.	
ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ НА УМСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА	94
Гертер Е.А.	
ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ.....	97
Зайцева В.П.	
ПОЛЬЗА ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ЖЕНСКОГО ЗДОРОВЬЯ	100
Хабибуллин И.Р., Ахметов Д.Р.	
СПОРТ КАК СРЕДСТВО УКРЕПЛЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ	103

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

АЛЕКСЕЕВА Наталья Евгеньевна

магистрантка, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, г. Казань

ПОСТАНОВКА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СЛОЖНОСТРУКТУРИРОВАННЫХ КОМПАНИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается постановка управленческого учета в сложноструктурированных компаниях и его синхронизация с бухгалтерским учетом для консолидации данных, анализа и принятия управленческих решений.

Ключевые слова: управление, управленческий учет, бухгалтерский учет, бюджетирование, бюджетные формы, справочник статей затрат, кодировка статей затрат, консолидация данных.

Грамотная система управления на предприятии – это залог стабильной работы и устойчивого положения на рынке. Предприятие, которое хочет конкурировать, должно совершенствовать свою систему управления.

Управление – это элемент и одновременно функция организованных систем различной природы (биологических, социальных, технических и др.). Управление обеспечивает сохранение или изменение структуры этих систем, поддержание режима и реализацию цели их деятельности [1].

Управленческий учет, как инструмент управления организацией, позволяет собственнику и руководству предприятия видеть реальную картину происходящего, состояние бизнеса. На основании полученной информации ставятся стратегические и оперативные цели, а также разрабатывается план мероприятий по их достижению.

Определение управленческого учета в отечественной профессиональной литературе является вопросом дискуссионным. Пока не существует (в том числе в законодательных актах, регулирующих бухгалтерский учет) какого-либо определения, которое устраивало бы всех специалистов в этой области.

Мнения авторов разнятся от понимания управленческого учета в узком смысле этого слова, а именно как подсистемы бухгалтерского учета, включающей в себя сбор, регистрацию и обобщение информации, до трактовки его в широком смысле как системы управления предприятием, охватывающей все функции

управления: планирование, организацию, собственно учет, контроль, анализ, принятие управленческих решений.

В первом случае управленческий учет рассматривается как некоторое расширение бухгалтерского учета с дополнительным набором аналитик или субсчетов. Во втором – как информационная система, обеспечивающая принятие обоснованных управленческих решений [1].

В качестве примера в книге «Управленческий учет» под редакцией А. Д. Шеремета приводится следующее определение: «Управленческий учет – подсистема бухгалтерского учета, которая в рамках одной организации обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, собственно управления и контроля за деятельностью организации. Этот процесс включает выявление, измерение, сбор, анализ, подготовку, интерпретацию, передачу и прием информации, необходимой управленческому аппарату для выполнения его функций» [2].

Каверина О. Д. в своей книге «Управленческий учет: системы, методы, процедуры» приводит следующее понятие: «Управленческий учет – информационная система, обеспечивающая сбор, измерение, систематизацию, анализ и передачу информации, необходимой для управления предприятием и для принятия оперативных, тактических и стратегических решений в проблемном или систематическом порядке» [3].

Единая система бюджетирования разработана для консолидации данных в рамках управляющей компании и в интересах собственника, позволяющая учесть особенности и специфику видов деятельности предприятий, при принятии управленческих решений.

В рамках системы бюджетирования разрабатывается справочник статей затрат и их кодировка, для учетной системы предприятий, с целью систематизации данных бухгалтерского и управленческого учета, которая составляет практическую значимость.

Применение единых статей затрат для учетной системы предприятия (например, 1С: Предприятие – версия 8.3, 1С: ERP) позволит управляющей компании консолидировать данные в рамках холдинга и повысить тем самым эффективность управления затратами.

Единые статьи затрат, предназначенные для аналитического учета, по счетам бухгалтерского учета [5]:

- 20 «Основное производство»,
- 23 «Вспомогательное производство»,
- 25 «Общепроизводственные расходы»,
- 26 «Общехозяйственные расходы»,
- 28 «Брак в производстве»,
- 29 «Обслуживающие производства и хозяйства»,
- 44 «Коммерческие расходы»,
- 91 «Прочие доходы и расходы».

Каждый элемент статьи затрат имеет свое наименование, код и иерархическую группировку.

AA.BB.CCCC – формат кодировки элементов статей затрат в учетной системе предприятий, где:

AA – код 1 уровня. Значение соответствуют номеру счета бухгалтерского учета: 20 –

основное производство, 25 - общепроизводственные расходы и т. д.

BB – код 2 уровня. Значения соответствуют порядковому номеру статей затрат. Классифицируются, исходя из кодировки, соответствующей порядковому номеру статей затрат от 01 до 99, и применяются для затратных счетов 25, 26, 44. Для счетов 20, 23, 28, 29, 91 на данном уровне присваивается код 00.

CCCC – код 3 уровня. Значения соответствуют порядковому номеру элемента затрат, применяется следующая группировка:

- Материальные затраты (0100) находятся в диапазоне материальных затрат от 0101 до 0199;
- Затраты на оплату труда (0200) – в диапазоне от 0201 до 0299;
- Страховые взносы на обязательное социальное страхование (0300) – в диапазоне от 0301 до 0399;
- Затраты на командировки (1000) – в диапазоне от 1001 до 1099;
- Прочие прямые расходы (1100) – в диапазоне от 1101 до 1199;
- Затраты по работам (услугам), выполняемым (оказываемым) сторонними организациями (1200) – диапазоне от 1201 до 1299;
- и т. д.

Для возможности группировки затрат с разной степенью детализации в справочнике статей затрат учётной системы предприятия создаются папки 1-го и 2-го уровня с соответствующим кодом и названием.

Например, папка 1-го уровня – 25 Общепроизводственные расходы, папка 2-го уровня (внутри папки 1-го уровня) – 25.01 Амортизация основных средств производственного назначения (рис. 2).

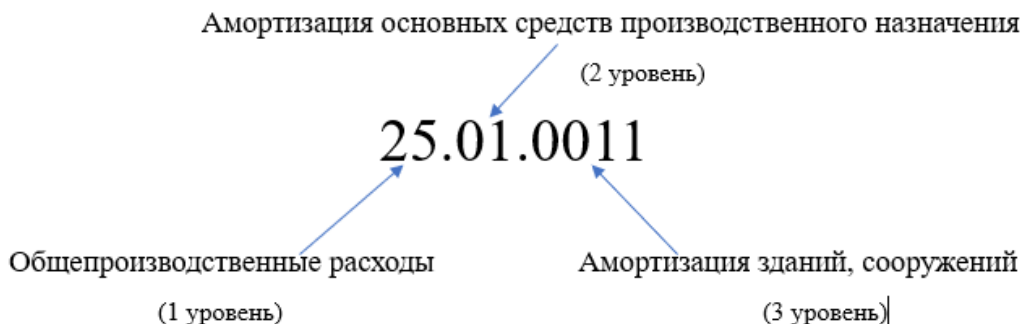


Рис. 2. Кодировка справочника статей затрат

Для однозначного понимания и отнесения тех или иных затрат по элементам, всеми участниками процесса бюджетирования, представлено описание справочника статей затрат.

Система управленческого учета позволяет

получать объективную и качественную информацию о деятельности предприятия, которая является основой для принятия управленческих решений.

Бюджетирование позволяет организовать

устойчивую работу предприятия и добиться повышения эффективности деятельности организации.

Идеальной системы бюджетирования не существует и все имеющиеся модели бюджетирования, описанные в научной литературе, носят рекомендательный характер. Отсутствуют методики, с помощью которых можно выбрать идеальную модель бюджетирования.

Поэтому на постоянной основе происходит мониторинг бюджетных форм, анализ плановых и фактических данных предприятия, пересмотр справочника статей затрат, с введением новых статей, которые максимально учитывают специфику деятельности организации и требования, которые предъявляются к предприятию, для учета тех или иных затрат.

Литература

1. Управленческий учет / Д.В. Завьялкин, Е.В. Гаврилова, И.Б. Пальчиков, М., ООО «1С-Публишинг», 2019. – 256 с.: ил. – (Академия ERP).
2. Управленческий учет / под редакцией Шеремета А.Д. // ИНФРА-М Москва, 2009. – 429с.
3. Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры / О.Д. Каверина. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
4. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000г. № 94н. (ред. от 08.11.2010г.) «План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению».

ALEKSEEVA Natalia Evgenievna

Graduate Student, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia, Kazan

SETTING UP MANAGEMENT ACCOUNTING IN COMPLEX STRUCTURED COMPANIES

Abstract. *The article discusses the formulation of management accounting in complex structured companies and its synchronization with accounting for data consolidation, analysis and management decision-making.*

Keywords: *management, management accounting, accounting, budgeting, budget forms, cost item directory, cost item encoding, data consolidation.*



10.5281/zenodo.11181199

АМАНЖОЛОВ Нурсултан Ерланович
магистрант, Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
Казахстан, г. Астана

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РИСКА В РАЗВИТИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА КАЗАХСТАНА

Аннотация. *Сельское хозяйство – наиболее рискованная отрасль агропромышленного комплекса, подверженная воздействию как внутренних, так и внешних факторов риска. Это связано с тем, что результаты деятельности сельхозтоваропроизводителей определяются не только количеством и качеством вложенного труда, уровнем использования техники и технологий, но и объективными условиями ведения сельскохозяйственного производства, связанными с повышенной степенью риска. Приведенная в наших исследованиях классификация рисков позволила выделить две группы отраслевых рисков: внешние и внутренние. Внешние риски (ценовые, погодные, политические), как правило, являются неуправляемыми со стороны хозяйствующего субъекта. Управляемыми являются внутренние риски, к которым относят производственные (технично-технологические) и финансовые риски потери неплатежеспособности. Возникновение этих видов рисков отрицательно сказывается на формировании финансового результата в отрасли.*

Ключевые слова: *растениеводство, экономика сельского хозяйства, факторы риска, учет.*

Сельское хозяйство, обладая огромным потенциалом является одним из приоритетных направлений развития для Казахстана, который может быть драйвером экономического роста, позволяющий диверсифицировать аграрный сектор. Одним из преимуществ сельского хозяйства страны является наличие огромной территории с малочисленным населением, где доступны сельскохозяйственные угодья. По данным Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан за 2020 год общая сельскохозяйственная площадь Казахстана составляет около 217 млн га, из которых пахотные земли – 35 млн га (10-е место в мире и 2-е по площади пахотных земель на душу населения), залежные земли – 13 млн га [1]. Из-за неравномерности распределения сельскохозяйственных земель в регионах сельское хозяйство заметно различается. Растениеводство главным образом сосредоточено на севере (Акмолинская, Костанайская, Северо-Казахстанская области), востоке (Павлодарская область) и юге (Туркестанская область) страны, тогда как в центре развито экстенсивное животноводство, а на юго-востоке (Алматинская, Восточно-Казахстанская области) – смешанное сельское хозяйство. Несмотря на то, что Казахстан хорошо обеспечен земельными ресурсами, он

недостаточно обеспечен водой и является одной из стран с наибольшим дефицитом водных ресурсов в Евразии: только 2.8% ее территории покрыты водой, тогда как две трети представлены засушливыми зонами, где доступ к воде сильно затруднен. Страна уже сейчас начинает испытывать нехватку воды и по прогнозам ООН к 2040 году может столкнуться с существенным дефицитом водных ресурсов в объеме 50% от всей потребности. Количество осадков, составляющее 250 мм год, в национальном масштабе сопоставимо со странами, которые являются пасторальными или где сельское хозяйство полностью зависит от ирригации. Более того, количество осадков сильно варьируется, что создает огромные риски для не орошаемого сельскохозяйственного производства. Аграрный сектор на сегодняшний день является крупнейшим потребителем водных ресурсов в стране. Примерно две трети от общего забора воды используется в сельском хозяйстве для орошения, при этом 11–15% используемой воды теряется при транспортировке, в основном из-за устаревшей ирригационной инфраструктуры ввиду низких капитальных вложений на модернизацию ирригационных систем, которые имеют решающее значение для повышения производительности фермеров. В целом

водные ресурсы имеются для орошения сельскохозяйственных земель на 4 млн га. Однако в настоящее время под орошение освоено лишь около 1.8 млн га, что обеспечивает почти половину валового производства сельскохозяйственных культур. Континентальный климат и ограниченная доступность водных ресурсов означают, что влагообеспеченность и погодные условия очень часто являются ключевыми

факторами, которые влияют на выпуск сельского хозяйства [2].

Несмотря на значительный потенциал и конкурентные преимущества, на сегодняшний день сельское хозяйство в стране растет очень медленными темпами. На конец сентября 2023 года доля сельского хозяйства в ВВП Казахстана составила всего 4.1%. В то же время в соседних странах этот показатель в несколько раз выше, чем в Казахстане (рис. 1).

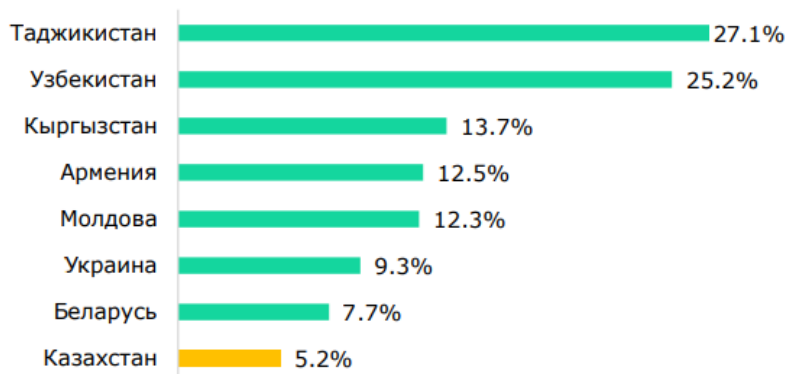


Рис. 1. Доля сельского хозяйства в ВВП различных стран в 2022 году (составлено на основе отчетов ООН, БНС [3])

До мирового финансового кризиса 2008-2009 годов (МФК) темпы прироста ВВП опережали темпы прироста валового выпуска сельского хозяйства. После МФК и до 2014 года сельское хозяйство показывало очень высокую волатильность, тогда как рост ВВП после резкого сокращения в 2009 году быстро

стабилизировался. Начиная с 2014 года темпы прироста сельского хозяйства в целом были более умеренными и показывали схожую динамику с ВВП с некоторым временным лагом. При этом за последние 20 лет доля сельского хозяйства в ВВП сократилась в полтора раза [3] (рис. 2).

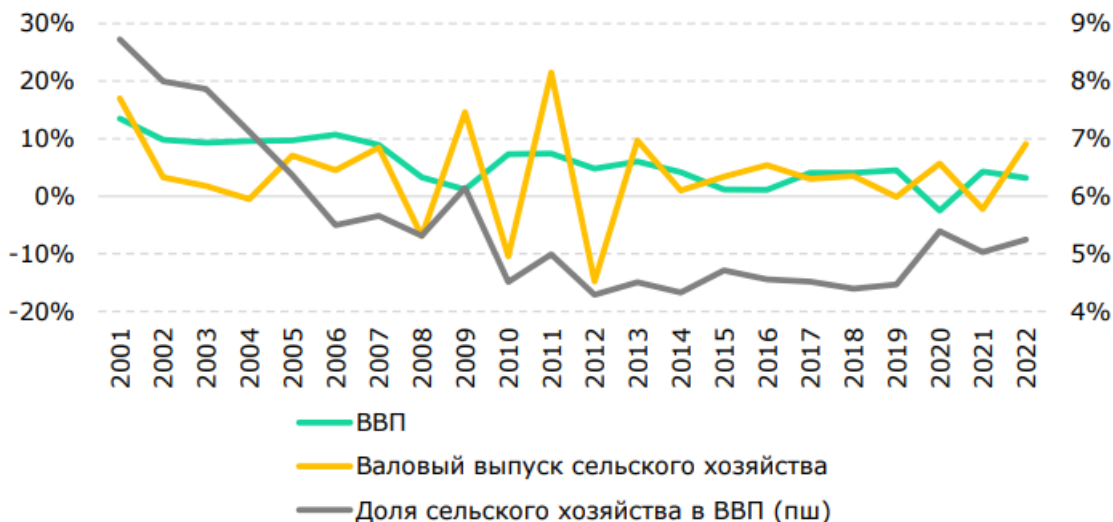


Рис. 2. Темпы прироста ВВП и сельского хозяйства (2001–2022 гг.) (составлено на основе отчетов ООН, БНС [3])

Среди базовых компонентов сельского хозяйства преобладает выпуск продукции растениеводства. По итогам 2022 года валовый выпуск продукции растениеводства составил около Т5.8 трлн, тогда как продукция

животноводства – Т3.7 трлн, разница в полтора раза. Кроме того, с начала 2000-х до 2014 года растениеводство характеризовалось сильной волатильностью, особенно в период МФК. После 2014 года растениеводство и

животноводство в среднем росло примерно одинаково, при этом для растениеводства темпы роста были более низкими, чем в

предыдущие периоды, в то время как для животноводства сохранился тот же размеренный, но слабый рост (рис. 3).

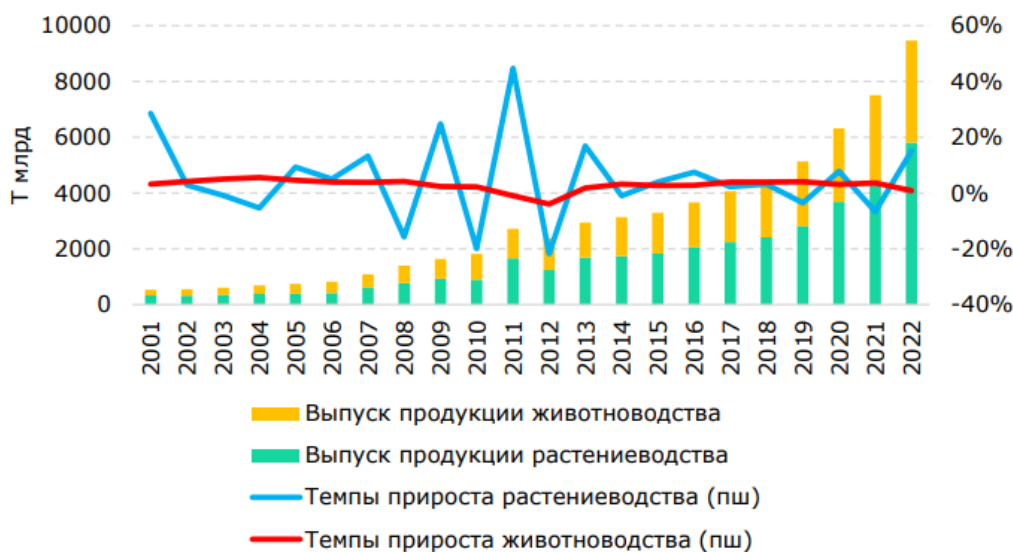


Рис. 3. Основные компоненты сельского хозяйства (2001–2022 гг.) (составлено на основе отчетов ООН, БНС [3])

Как указано в «Концепции развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2021–2030 годы» [4], основные проблемы растениеводства на сегодняшний день включают:

- низкий уровень диверсификации;
- отсталость селекционной работы и системы семеноводства;
- ухудшение плодородия почвы;
- низкий уровень применения водосберегающих технологий на орошении;
- низкая техническая и технологическая оснащенность;
- высокая коррупционная составляющая при осуществлении контрольных и надзорных функций, оказании государственных услуг;
- низкий уровень цифровизации;
- неразвитость органического земледелия, включая отсталость технологий, правовой базы и национальных стандартов от лучшей мировой практики.

В части животноводства Концепция выделяет следующие проблемы:

- высокий удельный вес скота в личных подсобных хозяйствах населения, не охваченного технологическими процессами и не обеспеченного достаточным количеством кормов;
- высокая доля беспородного скота, включая в личных подсобных хозяйствах;
- дефицит пастбищ для поголовья сельских населенных пунктов;

- слабость кормовой базы, низкая доля кормовых культур в севообороте, орошаемых землях, деградация и низкая продуктивность пастбищных угодий;
- сложная эпизоотическая ситуация и низкий уровень заработной платы ветеринарных специалистов;
- слабое освоение отгонных пастбищ ввиду их недостаточной обводненности;
- ограниченный экологический мониторинг в секторе;
- дефицит квалифицированных кадров в животноводстве.

По нашему мнению, ключевой причиной стагнации сельского хозяйства в Казахстане являются неправильные государственные подходы по развитию этого важного сектора экономики [1].

На наш взгляд, основной причиной низкой производительности труда в сельском хозяйстве является низкая динамика предпринимательской активности в данном секторе. На сегодня частный бизнес в сельском хозяйстве в значительной степени стал зависимым от государственной поддержки и не стремится выжить за счет конкурентной борьбы. Казахские сельхозпроизводители во многом уверены, что государство всегда окажет им финансовую поддержку даже в самые благоприятные времена. Так как принципы государственной поддержки сельского хозяйства всегда позволяли менее продуктивным хозяйствам

оставаться в отрасли, в ней не произошел процесс так называемого «созидательного разрушения», когда менее продуктивные хозяйства уходят с рынка, а вместо них приходят и растут более продуктивные новые сельхозпроизводители. Среди других причин низкой производительности труда в секторе можно выделить недостаточную техническую оснащенность, низкий уровень образования и слабое использование современных методов ведения сельского хозяйства. Так, срок эксплуатации 70% имеющейся техники превышает 10 лет, а темпы обновления парка машин остаются низкими. Среди работников фермерских хозяйств только 28% имеют высшее и послевузовское образование, не говоря о наличии базового аграрного образования. Слабо внедряются на производстве элементы точного земледелия, средства защиты растений и требования по содержанию и уходу за животными. Структура сельхозпроизводителей, представленная в основном мелкотоварным производством, заметно ограничивает возможности для решения указанных проблем. Кроме того, как отмечалось ранее, низкой производительности труда в аграрном секторе также способствуют плохое состояние инфраструктуры в сельской местности, в том числе дорожные сети, нуждающиеся в ремонте, и отсутствие прогрессивных систем ирригации.

Казахстан является одной из стран с наибольшим дефицитом водных ресурсов в Евразии. Страна уже сейчас начинает испытывать нехватку воды и по прогнозам ООН к 2040 году может столкнуться с существенным дефицитом водных ресурсов в объеме 50% от всей потребности. Сельское хозяйство является крупнейшим потребителем водных ресурсов в стране. Около две трети всего объема забора воды используется в сельском хозяйстве для орошения, тогда как 11–15% используемой воды теряется при транспортировке из-за устаревшей инфраструктуры и низких расходов на ее модернизацию.

Свойства рискованного бизнеса при производстве сельскохозяйственной продукции проявляются в результате воздействия различных факторов, наиболее важными из которых являются следующие [5]:

- погодные условия, которые оказывают значительное влияние на уровень производственных показателей деятельности сельскохозяйственных формирований, в частности на урожайность сельскохозяйственных культур;

- ценовые риски, поскольку предложение продукции аграрной отрасли характеризуется консервативностью и неэластично к изменениям цен на рынке. Кроме того, производство сельскохозяйственной продукции сопровождается значительными ценовыми рисками не только на производимую продукцию, но и на используемые в производстве ресурсы;

- институциональные риски, которые связаны с изменениями нормативно-правовых документов, регулирующих производство сельскохозяйственной продукции. При этом вносимые изменения достаточно часто существенны и непредсказуемы.

Адаптация отрасли к климатическим изменениям происходит прежде всего через изменения в структуре и размещении производства и техническое переоснащение отрасли. В свою очередь, как пример обратной связи, качественные и количественные параметры технической оснащенности отрасли и применяемых технологий весьма существенно влияют на характер волатильности в урожайности сельскохозяйственных культур – об этом свидетельствуют результаты ряда исследований [6, 7].

В процессе работы над проблемой по управлению рисками следует учитывать, что разные виды рисков оказывают различное влияние на жизнеспособность рынка услуг по разделению риска. В связи с этим необходима классификация рисков. Одним из наиболее важных признаков классификации рисков является степень охвата участников аграрного рынка. По этому признаку риски делят на два типа [8, с. 1679-1688]:

1. Системные риски. Возникают в том случае, когда результат их воздействия поражает одновременно большую часть или даже все сельскохозяйственные формирования природно-экономической зоны, области, региона или страны;

2. Независимые риски, источником возникновения которых являются индивидуальные особенности ведения производства отдельных сельскохозяйственных формирований. Примером независимых рисков могут выступать плохие метеорологические условия, такие как проливные дожди, выпадение града, а также риски человеческого фактора.

Системные риски в зависимости от источника возникновения рискованной ситуации разделяют на катастрофические и ковариативные.

Катастрофические риски имеют низкую вероятность возникновения, однако их

последствия наносят значительный ущерб многим фермерам. Примерами таких рисков могут служить неурожай вследствие засухи или убытки, связанные с наводнениями. Катастрофические риски могут вызвать серьезные проблемы с денежными потоками у фермеров или даже привести к их банкротству. При этом исключена возможность справиться с таким видом рисков с помощью только лишь рыночных инструментов.

Ковариативные риски связаны с изменениями цен на продукцию и ресурсы сельского хозяйства, а также нестабильностью финансово-кредитного рынка. Управление многими ковариативными рисками происходит через страхование с применением разных инструментов, прежде всего спекулятивного характера, например, заключение фьючерсных договоров.

Одним из источников риска в сельскохозяйственном производстве являются решения правительства страны. Потенциально успешные вмешательства государства в процесс управления риском в сельском хозяйстве не обязательно те, которые приводят лишь к сокращению вариации дохода, но и те, которые увеличивают эффективность риска. Во многих случаях рост эффективности риска означает увеличение ожидаемого дохода, нежели сокращение его варибельности. В отношении специфических инструментов, посредством которых сельскохозяйственные предприниматели делят риск с другими участниками сельскохозяйственного рынка, имеется веское основание полагать, что вмешательство государства в процесс управления риском оправдано лишь в том случае, когда рыночные силы оказываются не в состоянии самостоятельно урегулировать возникающие угрозы для устойчивого развития рынка. Данная проблема подробно рассмотрена в работе [8, с. 1679-1688], авторы которой детально изучили преимущества различных форм государственного вмешательства в процесс управления риском по сравнению с применением рыночно-ориентированных инструментов урегулирования рисков. Рынок сельскохозяйственной продукции терпит наиболее суровые неудачи и последствия при возникновении катастрофических рисков, которые обычно вызваны природными явлениями [7].

Информационная асимметрия, возникающая при заключении страховых контрактов между сторонами договора, является еще одной из основных причин неудач рынка услуг по

снижению рисков [7]. Информационная асимметрия имеет место в тех случаях, когда стороны договора располагают разным количеством информации о предполагаемых результатах производства продукции. В связи с чем не представляется возможным составление эффективного контракта. В качестве примера информационной асимметрии может выступать рынок различных факторов производства (арендованные сельскохозяйственные угодья, финансовые активы предприятия и другие факторы), который является несовершенным вследствие того, что товаропроизводители сельскохозяйственной продукции обладают большей информацией об условиях ведения производства и сопутствующих рисках, по сравнению с потенциальными поставщиками этих услуг.

Асимметрия информации является источником двух немаловажных проблем при принятии управленческих решений в условиях неопределенности, таких как, неблагоприятный отбор и моральный риск.

Касательно ковариативных рисков можно предполагать, что развитие рынка рисков сельскохозяйственного производства аналогично развитию финансовых рисков. Но на практике существует лишь несколько фьючерсных и деривативных продуктов, имеющих отношение к аграрному производству. Большинство исследователей в качестве причины крайне низкой активности фермеров на рынке деривативов рассматривают факт того, что товаропроизводители сельскохозяйственной продукции избегают рискованных ситуаций не в такой большой мере, как это принято считать [7]. Деривативные продукты для разделения рисков применяются чаще в тех странах, где масштабы государственного вмешательства в регулирование рынка меньше. К примеру, эффективный рынок деривативных инструментов не может действовать для продукции сельского хозяйства, по которой установлены минимальные гарантированные цены правительством страны [9, с. 255-277]. По этой причине правительство не должно использовать разного рода ценовые гарантии, если стоит необходимость активного развития коммерческих предложений по хеджированию рисков сельских товаропроизводителей. Расширение рынка услуг по хеджированию рисков в сельском хозяйстве правительства могут обеспечить через создание соответствующей нормативно-правовой базы. Помимо этого, не исключено, что

сельскохозяйственные предприниматели будут более активно разрабатывать инновационные продукты для проверки их приемлемости на рынке. Надзор государственных органов за рынком деривативных продуктов может распространяться на условия, поставленные перед частными компаниями, соблюдать пруденциальные нормативы для обеспечения средств, необходимых на компенсационные выплаты по покрытию убытков аграриев. Если же правительство применяет более жесткие средства регулирования, полученные результаты чаще всего оказываются нежелательными. В большинстве случаев политическое давление приводит к тому, что размер страховых премий оказывается чрезвычайно низким, в то время как размер страховых выплат устанавливаются на слишком высоком уровне. В результате возникает созданный непродуманными действиями правительства дефицит средств в фондах, который правительства вынуждены финансировать сами же. Активное государственное участие в регулировании сельскохозяйственного рынка оправданно только в случае присутствия рисков катастрофического характера. Но наличие тех же причин, в силу которых невозможна защита рыночными инструментами от катастрофических рисков, возникают довольно серьезные проблемы при поиске мер по снижению рисков с участием государства [10, с. 265-275].

В современных рыночных условиях учет факторов неопределенности и риска при проведении анализа и разработке рекомендаций по рациональной диверсификации растениеводства сопровождается большим количеством проблем, нерешенность которых значительно сдерживает ускоренное развитие не только экономической науки, но и аграрного производства. При этом решение проблемы по учету факторов риска должно сопровождаться количественной оценкой риска и его учета при проведении анализа и поиска эффективных путей развития сельскохозяйственного производства [11, с. 57-72; 12, с. 121-140; 13, с. 611-637].

Неотъемлемой характеристикой основных результативных показателей всех отраслей экономики, в том числе сельского хозяйства и его ведущей отрасли растениеводства, является волатильность. Тестирование гипотез различных экономических процессов и их применение в процессе прогнозирования происходит на основе данных в виде рядов динамики, то есть результатов наблюдений, расположенных

в хронологическом порядке. Волатильность экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий во времени весьма значительна в силу особенностей аграрной отрасли. При этом наблюдается чередование турбулентных периодов, для которых характерны значительные отклонения полученных результатов от ожидаемых значений, с более спокойными временными отрезками с относительно меньшей изменчивостью показателей [13, с. 611-637; 14, с. 113-131].

Литература

1. Отчет Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан за 2020 год – <https://www.gov.kz/memleket/entities/moa?ysclid=lu552tltpr159176756>.
2. Обзор развития сельского хозяйства в Казахстане от 21 декабря 2023 года – https://halykfinance.kz/download/files/analytics/AC_agriculture_development.pdf?ysclid=lu4bz8h9nc877033704.
3. Отчеты ООН – <https://www.fao.org/home/ru>.
4. Об утверждении Концепции развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2021–2030 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 960. – <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000960>.
5. Трубилин, А.И. Прогнозирование урожайности сельскохозяйственных культур / Г.Ф., Прудников А.Г. – Краснодар – https://edu.kubsau.ru/file.php/104/Prognozirovaniye_urozhaja_420842_v1_.PDF.
6. Morel J., Kumar U., Ahmed M. et al. Quantification of the Impact of Temperature, CO₂, and Rainfall Changes on Swedish Annual Crops Production Using the APSIM Model // *Frontiers in Sustainable Food Systems*. – 2021. – Vol. 5. – P. 665025-1-665025-11.
7. Palosuo T., Hoffmann M.P. et al. Sustainable intensification of crop production under alternative future changes in climate and technology: the case of the North Savo region // *Agric. Syst.* – 2021. – Vol. 190. – P. 103135-1-103135-14.
8. Challinor A.J., Parkes B., Ramirez-Villegas J. Crop yield response to climate change varies with cropping intensity // *Global Change Biology*. – 2015. – Vol. 21, Issue 4. – P. 1679-1688.
9. Singh C. et al. Assessing the feasibility of adaptation options: methodological advancements and directions for climate adaptation

research and practice // Climatic Change. – 2020. – Vol. 162. – P. 255-277.

10. Füssel H.-M. Adaptation planning for climate change: concepts, assessment approaches, and key lessons // Sustainability Science. – 2007. – Vol. 2. – P. 265-275.

11. Weersink A., Cabas J.H., Olale E. Acreage Response to Weather, Yield, and Price // Canadian Journal of Agricultural Economics. – 2010. – Vol. 58, Issue 1. – P. 57-72.

12. Conradt S., Bokusheva R., Finger R. et al. Yield trend estimation in the presence of farm

heterogeneity and non-linear technological change // Quarterly Journal of International Agriculture. – 2014. – Vol. 53, Issue 2. – P. 121-140.

13. Bokusheva R., Hockmann H., Kumbhakar S.C. Dynamics of productivity and technical efficiency in Russian agriculture // European Review of Agricultural Economics. – 2012. – Vol. 39, Issue 4. – P. 611-637.

14. Кусаинов Т.А. О диверсификации сельскохозяйственного производства в условиях рискованного бизнеса // Общество и экономика. – 2017. – № 3-4. – С. 113-131.

AMANZHOLOV Nursultan Erlanovich

master's student,

Kazakh Agrotechnical University named after. S. Seifullina,
Kazakhstan, Astana

MAIN RISK FACTORS IN THE DEVELOPMENT OF CROP PRODUCTION IN KAZAKHSTAN

Abstract. *Agriculture is the most risky sector of the agro-industrial complex, exposed to both internal and external risk factors. This is due to the fact that the results of the activities of agricultural producers are determined not only by the quantity and quality of labor invested, the level of use of equipment and technologies, but also by the objective conditions of agricultural production associated with an increased degree of risk. The classification of risks presented in our research allowed us to identify two groups of industry risks: external and internal. External risks (price, weather, political), as a rule, are uncontrollable by the business entity. Manageable are internal risks, which include production (technical and technological) and financial risks of loss of insolvency. The occurrence of these types of risks has a negative impact on the formation of financial results in the industry.*

Keywords: *crop production, agricultural economics, risk factors, accounting.*

АМАНТАЙ Алихан Бакенулы

магистрант, Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
Казахстан, г. Астана

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Аннотация. В условиях рыночной экономики предприятия становятся более самостоятельными и несут большую экономическую и юридическую ответственность, что усиливает значение их финансовой устойчивости и конкурентоспособности. Основная цель предприятий – максимизация прибыли и повышение эффективности производства, что требует эффективного управления затратами. В сельском хозяйстве учет затрат специфичен из-за природных факторов и длительных производственных циклов.

Ключевые слова: учет, затрат, сельское хозяйство.

В условиях рыночной экономики повышается самостоятельность предприятия, а также их экономическая и юридическая ответственность. Резко возрастают значение финансовой устойчивости субъектов хозяйствования, а также повышение их конкурентоспособности.

Умение эффективно хозяйствовать становится условием выживания предприятия в конкурентной борьбе. Максимизация прибыли и повышение эффективности производства является главной целью предприятия в рыночных условиях, условиях самокупаемости и самофинансирования предприятий.

Учетом затрат на производство ведётся на основе группировки затрат, входящих в себестоимость продукции, по калькуляционным статьям. Обеспечивает полное и своевременное выявление всех затрат на производство; контроль за выполнением заданий по снижению себестоимости, за соблюдением норм расхода сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.; выявление резервов снижения себестоимости продукции и работ. Затраты на производство – часть расходов организации, связанных с производством продукции, выполнением работ и оказанием услуг, т.е. с обычными видами деятельности.

Сельское хозяйство как отрасль экономики характеризуется рядом особенностей, которые в основе своей определяются действием естественных факторов.

Основным источником информации об экономической деятельности сельскохозяйственных предприятий являются данные, содержащиеся в бухгалтерском учете. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве призван давать необходимые сведения о ходе производственных процессов, содействовать обеспечению

сохранности собственности, росту рентабельности, повышению эффективности и улучшению качества работы.

Специфичность сельскохозяйственного учета прежде всего в том, что процесс производства здесь связан с живой природой, землей и живыми организмами – животными и растениями, выступающими в качестве предметов труда.

Вследствие перерывов, вызываемых естественными климатическими условиями, производственный цикл в сельском хозяйстве намного длительнее, чем в других отраслях.

Особенности бухгалтерского учета на сельскохозяйственных предприятиях, определяемые особенностями отрасли, можно свести к следующему:

- важность обеспечения точного учета земельных угодий и вложений, осуществляемых в землю.
- в качестве специфических средств производства в сельском хозяйстве выступают живые организмы
- бухгалтерский учет должен обеспечить достоверный учет весьма специфичной деятельности всего многообразного арсенала мобильных машин и механизмов
- в бухгалтерском учете на сельскохозяйственных предприятиях возникает необходимость разграничивать затраты по производственным циклам, которые не совпадают с календарным годом: затраты прошлых лет под урожай текущего года, затраты текущего года под урожай будущих лет, затраты по выращиванию молодняка и откорму животных и т. п.;
- отражение сезонности работ и затрат в бухгалтерском учете. Влияние естественноклиматических факторов особенно

проявляется в растениеводстве: основные работы выполняют в период сева и уборки урожая;

- сельскохозяйственное производство пространственно рассредоточено и ведется на больших площадях. Здесь используют в основном мобильную сельскохозяйственную технику.

- сельскохозяйственные предприятия сами воспроизводят в натуре часть средств производства.

- биологические особенности сельскохозяйственного производства связаны с тем, что от одной культуры или вида животных получают одновременно несколько видов продукции. Технологический процесс в растениеводстве состоит из нескольких этапов:

- подготовка к посеву (пахота, боронование, культивация т.д.);
- посев (посадка);
- уход за растениями;
- уборка урожая.

Производственные затраты осуществляются неравномерно и в разное время года. Выход продукции обусловлен сроками созревания растений и происходит в период уборки урожая.

Объектами учета затрат в растениеводстве являются сельскохозяйственные культуры,

группы однородных по технологии выращивания культур; виды работ незавершенного производства; затраты, подлежащие распределению; прочие объекты.

Готовую продукцию растениеводства, полученную в результате сбора урожая, приходят в течение года по плановой себестоимости на основании соответствующих первичных и сводных документов с кредита субсчета 8110 субсчет «Растениеводство» на счета учета готовой продукции либо материальных ценностей.

Фактические затраты на производство продукции можно определить только в конце отчетного года после закрытия счетов учета вспомогательных производств и хозяйств, общепроизводственных и общехозяйственных расходов. Важнейшая особенность растениеводства состоит в том, что производственный процесс по возделыванию многих сельскохозяйственных культур не ограничен календарным годом. Практически первые две группы затрат с началом календарного года объединяются.

В итоге в каждый момент времени в учете выделяются затраты под урожай текущего года и затраты под урожай будущих лет.

Документами, удостоверяющими право на земельный участок, выдаваемыми территориальными органами по управлению земельными ресурсами, являются (рисунок 1).



Рис. 1. Документы, удостоверяющие право на земельный участок

Документы, удостоверяющие право на земельный участок, должны содержать идентифицирующие сведения, необходимые для целей ведения земельного и правового кадастров. Формы документов, удостоверяющих право на

земельный участок, утверждаются Правительством РК.

Для оформления отправки зерновой продукции с поля в места хранения хозяйства могут применять (рисунок 2).

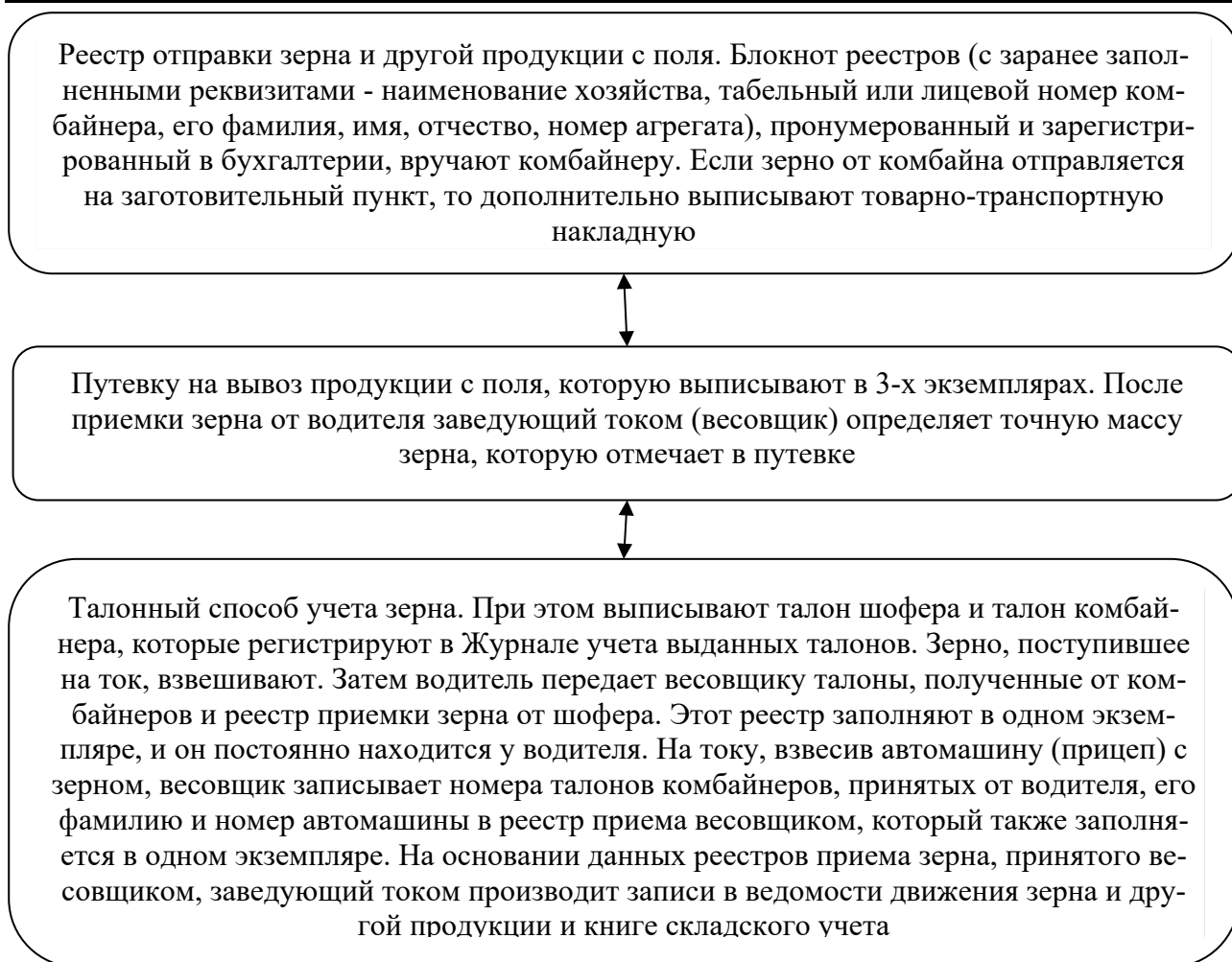


Рис. 2. Методы оформления отправки зерновой продукции с поля в места хранения хозяйства

Затраты под урожай будущих лет учитывают на отдельных аналитических счетах по видам работ, поскольку в момент производства большей их части еще неизвестно, к возделыванию каких культур они относятся.

Все затраты по НЗП в первый год учитывают по тем же статьям, что и затраты под урожай текущего года. В том случае, когда часть НЗП включают в затраты под культуры урожая текущего года частями, следовательно, отражают в течение нескольких лет, в последующие годы такие затраты учитывают комплексной статьей.

Затраты НЗП на культуры урожая текущего года списывают следующим образом. Все расходы на посев озимых культур перечисляют по каждой статье в отдельности на аналитические счета озимых культур соответствующего года.

Таким образом, расходуя материальные, трудовые и финансовые ресурсы в процессе производства, предприятие формирует себестоимость изготовленной продукции, что, в конечном счете, при прочих равных условиях

существенно влияет на финансовый результат работы предприятия.

Правильная организация учета затрат на производство, с одной стороны, обеспечивает действенный контроль за эффективным использованием на предприятии материальных, трудовых и финансовых ресурсов а, с другой стороны, позволяет предприятию избежать конфликтных ситуаций во взаимоотношениях с налоговыми органами при решении вопросов налогообложения прибыли.

Заключение

Учет затрат производства является ключевым и наиболее сложным элементом формирования и развития каждого предприятия, охваченного системой бухгалтерского финансового учета.

Именно от тщательного изучения затрат и успешного практического применения будет зависеть рентабельность производства в целом и отдельных видов продукции, выявление резервов снижения себестоимости, определения цен на продукцию, а также обоснование

решения о производстве новых видов продукции и снятие с производства устаревших.

Литература

1. Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007г. за №234-III. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2020).

2. Тайгашинова К.Т. Калькуляция себестоимости продукции услуг и работ в отраслях экономики Республики Казахстан, - Лем, 2015. - 320 с.

3. Нургазина Ж.К. Управленческий учет. - Алматы: 2014. - 411 с.

4. Экономика сельского хозяйства: Учебник для студентов высших учебных заведений

/ Н.Я. Коваленко, Ю.И. Агирбов, Н.А. Серова и др. - М.: ЮРКНИГА, 2010 - 384с.

5. Кабылова Н. Особенности организации бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях // Бухгалтер и налоги. №10, 2005 г.

6. Феоктистов И. А. Сельскохозяйственные предприятия: особенности бухгалтерского учета и налогообложения. – Гросс Медиа, 2007, С.254-257.

7. Особенности учета готовой продукции в сельском хозяйстве,
https://vuzlit.ru/657150/osobennosti_ucheta_gotovyoy_produktcii_selskom_hozyaystve

AMANTAI Alikhan Bakenuly

undergraduate, Kazakh Agrotechnical University named after S. Seifullin,
Kazakhstan, Astana

FEATURES OF COST ACCOUNTING IN AGRICULTURE

Abstract. *In a market economy, enterprises become more independent and bear greater economic and legal responsibility, which increases the importance of their financial stability and competitiveness. The main goal of enterprises is to maximize profits and increase production efficiency, which requires effective cost management. In agriculture, cost accounting is specific due to natural factors and long production cycles.*

Keywords: *accounting, costs, agriculture.*

БЕЛОВА Екатерина Евгеньевна

студентка, Забайкальский государственный университет, Россия, г. Чита

*Научный руководитель – заведующая кафедрой экономики и бухгалтерского учета
Забайкальского государственного университета, канд. геогр. наук, доцент*

Баранова Ольга Александровна

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К ИЗМЕРЕНИЮ УРОВНЯ КРЕАТИВНОСТИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. Креативные индустрии – сектор экономики, включающий в себя различные отрасли, связанные с производством и распространением культурных и творческих продуктов и услуг. Актуальность исследования обусловлена тем, что в современном мире происходит структурная трансформация экономики. Страны, чтобы занять лидирующее положение на мировой арене, делают упор на развитии непродовольственных секторов экономики. В связи с этим возникает растущий интерес к креативным индустриям, которые становятся драйвером экономического развития. Произведенный кластерный анализ регионов Дальневосточного федерального округа позволил выявить регионы-лидеры, имеющие высокий потенциал развития креативных индустрий и сопоставить результаты с исследованием ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, в котором в целях сопоставительного анализа и ранжирования субъектов Российской Федерации был разработан Российский региональный индекс креативных индустрий (РРИКИ).

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, региональная экономика, трансформация экономики, кластерный анализ, конкурентоспособность регионов.

В настоящее время фокус исследований все больше перемещается в область изучения конкурентоспособности регионов.

Одним из факторов повышения конкурентоспособности может стать создание кластеров, которые являются одним из проявлений процессов концентрации экономической активности в регионе.

Кластер – группа фирм, объединенных с ними экономических субъектов и институтов, которые расположены рядом друг с другом и достигают достаточного масштаба для развития специальных знаний, услуг, ресурсов, навыков и появления общих поставщиков [3].

Креативные кластеры объединяют в себе две составляющие – культурную и бизнес-

идеи. Целью их создания является извлечение прибыли из развлечения, творчества и искусства, объединение креативных деятелей в рамках одной локации для совместной работы и взаимодействия.

Задача креативных кластеров – открыть обществу дополнительные возможности для самореализации, творческого самовыражения и развития потенциала.

Методология Европейской кластерной обсерватории для идентификации и оценки потенциальных кластеров выделяет три ключевых индикатора: «размер» (size), «специализация» (specialization) и «фокус» (focus) (табл. 1) [4, с. 3].

Таблица 1

Индикаторы оценки потенциальных кластеров

Индикатор	Формула	Условные обозначение
Размер	$Size = \frac{Emp_{ig}}{Emp_i}$	Size – «размер» кластерной группы i; Emp i – количество занятых в кластерной группе i; Emp ig – количество занятых в секторе экономики i в регионе g;
Фокус	$Focus = \frac{Emp_{ig}}{Emp_g}$	Emp ig – количество занятых в кластерной группе i в регионе g; Emp g – количество занятых в регионе g.

Индикатор	Формула	Условные обозначение
Специализация	$LQ = \frac{Emp_{ig}}{Emp_g} / \frac{Emp_i}{Emp}$	LQ – коэффициент локализации; Emp _{ig} – количество занятых в секторе экономики i в регионе g; Emp _g – общее количество занятых в регионе g; Emp _i – количество занятых в секторе экономики i; Emp – общее количество занятых в стране.

Размер – доля региона в общей численности занятых в кластерной группе по стране. Значимость по показателю «размер» имеет место в том случае, когда регион попадает в 10% регионов, лидирующих по этому показателю.

Специализация оценивается коэффициентом локализации, который рассматривается как значимый в случае превышения единицы.

Показатель «фокус» рассчитывается исходя из доли кластера в общей численности занятых региона, считается значимым в том случае, если он входит в 10% кластеров одной категории, на которые приходится наибольшая доля общей занятости в данном регионе.

Произведем расчет данных показателей по Дальневосточному федеральному округу (табл. 2).

Таблица 2

Показатели значимости регионов в кластерной группе «Креативные индустрии» ДФО

Регион ДФО	Коэффициент локализации	Размер		Фокус	
		Коэф.	%	Коэф.	%
Амурская область	0,14	0,0008	0,08	0,0098	0,98
Еврейская АО	0,04	0,0000	0,00	0,0029	0,29
Забайкальский край	0,11	0,0007	0,07	0,0077	0,77
Камчатский край	0,07	0,0002	0,02	0,0047	0,47
Магаданская область	0,18	0,0002	0,02	0,0125	1,25
Приморский край	0,14	0,0018	0,18	0,0094	0,94
Республика Бурятия	0,09	0,0005	0,05	0,0061	0,61
Республика Саха (Якутия)	0,17	0,0011	0,11	0,0113	1,13
Сахалинская область	0,20	0,0007	0,07	0,0137	1,37
Хабаровский край	0,16	0,0015	0,15	0,0108	1,08
Чукотский АО	0,18	0,0001	0,01	0,0120	1,20

Таким образом, к регионам ДФО, обладающим наибольшим потенциалом для создания кластеров можно отнести Республику Саха (Якутия), где уже имеется 1 креативный кластер («Квартал труда», 2022), Чукотский АО, Сахалинскую и Магаданскую области.

Вторая группа включает в себя Приморский край (Фабрика «Заря», 2013 г.), Амурскую область, Забайкальский и Хабаровский края [1, с. 39].

В число регионов с наименьшим показателем локализации попали следующие регионы: Еврейская АО, Камчатский край, Республика Бурятия. В данных регионах сосредоточен низкий процент людей, занятых в креативной сфере региона.

Кроме этого, одним из важнейших показателей оценки целесообразности развития регионов в креативном направлении является генерируемая выручка (табл. 3).

Таблица 3

Вклад креативных индустрий в ВРП

Регион	Выручка, млрд руб.	Вклад в ВРП, %
Амурская область	11,5	1,9
Еврейская АО	0,4	0,6
Забайкальский край	10,5	1,5
Камчатский край	11,7	0,9
Магаданская область	3,0	1,9
Приморский край	44,7	2,2
Республика Бурятия	4,6	1,4

Регион	Выручка, млрд руб.	Вклад в ВРП, %
Республика Саха (Якутия)	29,5	1,6
Сахалинская область	23,4	2,5
Хабаровский край	38,1	2,2
Чукотский АО	2,5	1,3

Лидерами по вкладку в экономику региона стала Сахалинская область, Хабаровский и Приморский края, Магаданская и Амурская области.

Анализируя соотношения числа занятых в экономике и вклада в ВРП, можно отметить, что наиболее целесообразным является дальнейшее развитие креативных кластеров в Республике Саха (Якутия) и Приморском крае.

Высоким потенциалом обладают Республика Бурятия (точка притяжения – Байкал) а также создание новых кластеров в Сахалинской области, Хабаровском и Забайкальском краях.

В свою очередь, исследования ВШЭ показали, что регионы ДФО распределились следующим образом (рис.).



Рис. Распределение регионов ДФО согласно индексу РРИКИ (ВШЭ) [2, с. 6]

Камчатский край вошел в число «аутсайдеров» по рассчитанным показателям (кластерный анализ), однако стоит отметить большой потенциал региона, который набирает обороты в последние годы (арт-кластер «ИКРА» (инкубатор, коворкинг, резиденция, арт-галерея)) и

требует поддержки со стороны вышестоящего бюджета.

Текущее положение уровня развития креативных индустрий согласно результатам кластерного анализа может быть напрямую связано с количеством самозанятых в регионах Дальнего Востока (табл. 4).

Таблица 4

Самозанятые в Дальневосточном федеральном регионе

Регион	Кол-во самозанятых, тыс. чел.	Кол-во занятых в регионе, тыс. чел.	%, самозанятых от общего числа занятых в регионе
Амурская область	28,4	386	7,4
Еврейская АО	4,9	73	6,7
Забайкальский край	46,9	465	10,1
Камчатский край	11,9	172	6,9
Магаданская область	0,4	80	0,5
Приморский край	92,0	950	9,7
Республика Бурятия	21,6	395	5,5
Республика Саха (Якутия)	47,8	470	10,2

Регион	Кол-во самозанятых, тыс. чел.	Кол-во занятых в регионе, тыс. чел.	%, самозанятых от общего числа занятых в регионе
Сахалинская область	17,5	263	6,7
Хабаровский край	58,0	687	8,4
Чукотский АО	1,0	29	3,4

Благодаря существующему Фонду поддержки предпринимательства «Мой бизнес», каждый желающий может рассчитывать на поддержку в виде льготного кредитования, грантов и активной рекламы с целью увеличения спроса на продукцию. Так, согласно статистике федеральной налоговой службы, количество самозанятых за последний год в стране увеличилось на 39% – с 6,6 млн до 9,3 млн человек, в чем отчасти есть заслуга Фонда, ведь все эти условия позволяют начинающим предпринимателям активно развивать свой бизнес, в том числе в области креативных индустрий.

Таким образом, проведенное исследование с использованием кластерного анализа помогло выявить в Дальневосточном федеральном округе регионы-лидеры в сфере креативных индустрий. Оцененный потенциал регионов поможет в дальнейшем направить усилия именно в данные точки роста округа.

Литература

1. Восточный центр государственного планирования // Креативные индустрии Дальнего Востока, вклад в экономику, ограничения и возможности развития, Хабаровск, Москва, 2023. URL: https://vostokgosplan.ru/wp-content/uploads/digest-creative_dfo.pdf (дата обращения 08.05.2024).
2. Высшая школа экономики (национальный исследовательский университет) // Рейтинг креативных регионов России, Научный дайджест, спецвыпуск № 3, 2023. URL: https://www.hse.ru/data/2023/11/14/2106798958/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_3_Creative_Regions_11-2023.pdf (дата обращения 08.05.2024).
3. Пилипенко И.В., Конкурентоспособность регионов и кластерная политика в России, МГУ им. М.В. Ломоносова URL: http://www.ipilipenko.ru/Pilipenko_HSEConf_2008_text2009.pdf (дата обращения 16.05.2024).
4. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. Идентификация и оценка региональных кластеров // Экономика региона. 2013. № 4 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identifikatsiya-i-otsenka-regionalnyh-klasterov> (дата обращения: 07.05.2024).

BELOVA Ekaterina Evgenevna

Student of the Department of Economics and Accounting,
Transbaikal State University, Russia, Chita

*Scientific Advisor – Head of the Department of Economics and Accounting
at Transbaikal State University, Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor Baranova Olga Alexandrovna*

CLUSTER APPROACH TO MEASURING THE LEVEL OF CREATIVITY IN THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT

Abstract. *Creative industries is a sector of the economy that includes various industries related to the production and distribution of cultural and creative products and services. The relevance of the study is due to the fact that in the modern world there is a structural transformation of the economy. In order to take a leading position on the world stage, countries focus on the development of non-productive sectors of the economy. In this regard, there is a growing interest in creative industries, which are becoming a driver of economic development. The cluster analysis of the regions of the Far Eastern Federal District made it possible to identify the leading regions with high potential for the development of creative industries and compare the results with the HSE IIEZ study, in which the Russian Regional Index of Creative Industries (RRIKI) was developed for comparative analysis and ranking of the subjects of the Russian Federation.*

Keywords: *creative industries, creative economy, regional economy, economic transformation, cluster analysis, competitiveness of regions.*

БРИЖАК Вадим Александрович

магистрант, Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,
Россия, г. Казань

ИСЛАМУТДИНОВ Вадим Фаруарович

доктор экономических наук,
Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,
Россия, г. Казань

РЕАЛИЗУЕМОСТЬ КОНЦЕПЦИЙ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Аннотация. В данном исследовании рассматривается вопрос о целесообразности концепций поведенческой экономики на современном рынке ценных бумаг. Анализируется влияние психологических факторов, искажающих рациональное принятие инвестиционных решений участниками рынка. Исследование направлено на определение того, насколько успешно можно применять принципы поведенческой экономики для повышения эффективности прогнозов и инвестиционных решений на рынке ценных бумаг в современных условиях.

Ключевые слова: концепции поведенческой экономики, рынок ценных бумаг, инвестиционные решения, участники рынка.

Введение

На современном этапе развития областей науки происходит существенное изменение научной парадигмы в области финансов. Данная проблема в настоящее время актуальна во всех областях знания [1, с. 347-350]. Причин тому много, и одна из главных – международная интеграция в науке, а также появление новых технологий и нетрадиционных подходов к традиционным научным проблемам. По мере увеличения научных знаний возникает все больше и больше новых вопросов.

Проблемы современной финансовой теории, как и теории других отраслей экономики, возникают из двойственности целей:

1. Определение оптимального выбора личности;
2. Описание реального процесса его выбора.

Классическая финансовая теория успешно справляется с первой задачей, но оказывается неэффективной при решении второй. Существующие проблемы в финансах указывают на возможное сочетание новой парадигмы, сочетающей элементы неоклассической теории с особенностями теории поведенческих финансов.

Сторонники теории поведенческих финансов утверждают [2, с. 89-109], что аспекты

психологии влияют на все три компонента традиционной парадигмы: рациональное поведение, модель CAPM и эффективный рынок.

В отличие от количественных теорий ценообразования финансовых активов и методов оптимизации портфеля, существует новое направление – «поведенческие финансы», – критикующее результаты количественных подходов. Основная цель поведенческих финансов – изучение влияния человеческого фактора на финансовые рынки. Традиционные курсы финансов игнорируют аспект человеческого поведения.

Поведенческие финансы – это относительно новая и высокоэффективная парадигма, которая представляет собой интересную альтернативу классическим финансам. Классические финансы предполагают, что рынки капитала эффективны, инвесторы рациональны и что невозможно превзойти рынок в долгосрочной перспективе.

Психологические принципы поведенческих финансов включают в себя, среди прочего, эвристику и предвзятость, чрезмерную самоуверенность, эмоции и социальные факторы.

Парадигма поведенческих финансов предполагает, что на принятие инвестиционных решений в значительной степени влияют

психологические и эмоциональные факторы [3, с. 79-90].

Помимо риторического аспекта вопроса, очевидные несовершенства финансового рынка заставляют нас задуматься, не является ли классическая финансовая теория просто не-реалистичным и неполным решением сложной и постоянно меняющейся проблемы. Большинство аномалий финансового рынка невозможно объяснить с помощью традиционных моделей. Поведенческие финансы легко объясняют, почему индивид принял то или иное решение, но не так просто найти объяснение тому, какими будут будущие решения.

Согласно Фаме [4, с. 383-410], известный как отец гипотезы эффективного рынка: «Эффективность рынка преодолевает трудности, возникающие в литературе, посвященной аномалиям долгосрочной доходности. В соответствии с гипотезой эффективности рынка о том, что аномалии являются случайными результатами, очевидная чрезмерная реакция на информацию встречается примерно так же часто, как и недостаточная, а продолжение аномальной доходности после события происходит примерно так же часто, как и разворот после события. Наиболее важным, в соответствии с прогнозом рыночной эффективности, является то, что кажущиеся аномалии могут быть обусловлены методологией, наиболее долгосрочной доходностью аномалии, как правило, исчезают при разумных изменениях в технике».

В отличие от этого, поведенческие финансы предполагают, что в некоторых

обстоятельствах финансовые рынки информационно неэффективны. Таким образом, цель научной статьи - определить, как влияние психологии на поведение инвесторов может объяснить несовершенство рынков капитала.

Основная часть

За последние несколько десятилетий в современных финансах был достигнут значительный прогресс. Поведенческие финансы – это новый подход к рынкам капитала, которые играют важную роль в процессе принятия финансовых решений. Принятие поведенческих финансовых решений можно определить как процесс выбора конкретной инвестиционной альтернативы из множества альтернатив. Это деятельность, которая следует за правильной оценкой всех альтернатив [5, с. 1255-1288].

Прежде всего, поведенческие финансы следует понимать как область, находящуюся в стадии полного развития и имеющую последствия для направления инвестиционного процесса. Другими словами, поведенческие финансы – это комплексная парадигма видения, которая пытается понять и предсказать финансовые рынки на основе психологических и эмоциональных последствий.

Чтобы дополнительно осветить основы поведенческих финансов в портфельной теории, мы сосредоточимся на проблемах, которые оказывают влияние на теорию составления портфеля, будь то диверсификация, оценка риска или предпочтение распределения денежных потоков во времени (таб.).

Таблица

Группировка проблем поведенческих финансов в портфельной теории по проблемам поведенческой экономики

Группы проблем	Проблемы поведенческой экономики	Поведенческие финансы
Проблема выбора	Влияние информации	Гипотеза внимания
	Теория перспектив	Эффект удаления
Увеличение доходности	Сила воли	Чрезмерная торговля
	Влияние информации	Статус-кво
Диверсификация рисков	Кумулятивная теория перспектив	Недостаточная диверсификация
	Эвристики	Ошибка дома
Постоянные отчисления	Межвременные предпочтения	Ориентация на дивиденды
	Межвременные предпочтения	Позитивно направленный доход

Данная таблица является полезным инструментом для структурирования и сравнения ключевых вопросов, рассматриваемых в поведенческой экономике и поведенческих финансах. Это помогает выделить основные темы и аспекты, изучаемые в каждой области, и

позволяет лучше понять точки пересечения между ними. Анализ сравнения проблем и решений может привести к новому пониманию и лучшему пониманию факторов, влияющих на инвестиционные и финансовые решения.

Таким образом, концепция поведенческих финансов больше связана с межвременными факторами цены активов поведенческой экономики, а поведенческая экономика связана с оценкой вероятности и полезности, что подчеркивает важность взаимосвязи между этими двумя областями и продолжает стимулировать исследования в области поведенческих наук и финансов.

Заключение

Основываясь на исследовании, мы обнаружили, что области поведенческой экономики и поведенческих финансов продолжают играть ключевую роль в понимании индивидуальных и корпоративных решений в условиях рыночной неопределенности. Связь между этими двумя областями науки касается не только финансовых аспектов, но и психологических и социологических факторов, влияющих на экономическое поведение. Критический анализ проблем и концепций поведенческой экономики и поведенческих финансов способствует разработке новых аналитических моделей, которые могут улучшить предсказуемость и эффективность финансовых решений. Дальнейшие

исследования и обмен знаниями между этими научными областями могут привести к новым открытиям и улучшению практического применения поведенческих принципов в финансовом секторе.

Литература

1. Шатилова, А.Ю. Обзор теории перспектив Канемана и Тверски / А.Ю. Шатилова // Статья в журнале - научная статья. 2016. № 10-1 (24). С. 347-350.
2. Gupta G. Experiments in Economics: A Survey / G. Gupta // Studies in Microeconomics. 2019. Vol. 7. № 1. P. 89-109.
3. Sabiou I.M. Classical Economics: Lost and Found / I.M. Sabiou, V.L. Smith // The Independent Review. 2020. Vol. 25. № 1. P. 79-90.
4. Fama E.F. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work // Journal of Finance. 1970. Vol. 25. № 2. P. 383-410.
5. Mitton T., Vorkink K. Equilibrium Underdiversification and the Preference for Skewness // Review of Financial Studies. 2007. Vol. 20. № 4. P. 1255-1288.

BRIZHAK Vadim Alexandrovich

Master's student, Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Russia, Kazan

ISLAMUTDINOV Vadim Faruarovich

Doctor of Economics,
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Russia, Kazan

THE FEASIBILITY OF BEHAVIORAL ECONOMICS CONCEPTS IN THE MODERN STOCK MARKET

Abstract. *This study examines the feasibility of behavioral economics concepts in the modern securities market. The influence of psychological factors that distort rational investment decision-making by market participants is analyzed. The research is aimed at determining how successfully the principles of behavioral economics can be applied to improve the effectiveness of forecasts and investment decisions in the securities market in modern conditions.*

Keywords: *concepts of behavioral economics, securities market, investment decisions, market participants.*

БРОННИКОВ Максим Анатольевич

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении,
Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ИНТЕРНЕТ ПОВЕДЕНИЯ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ «ПОТРЕБИТЕЛЬ – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ»

***Аннотация.** В статье рассматриваются применение интернета поведения для возможного изменения поведения потребителей, использующих цифровые интеллектуальные устройства, путем передачи им поведенческих ценностей и ограничений.*

***Ключевые слова:** интернет поведения, интернет вещей, информация о потребителях, кастомизация, воздействие на поведение.*

Персонализацию следует рассматривать источником достижения совершенства предложения товаров и услуг для обеспечения устойчивого роста бизнесов и организаций в будущем [1]. Интернет поведения (IoB) является комплексным решением для организации и анализа данных в целях создания персонализированного опыта взаимодействия.

Интернет поведения (Internet of Behavior) представляет собой вид реализации Интернета вещей (IoT) как взаимосвязанной сети физических объектов, которые в рамках концепции Интернета поведения собирают данные и информацию о действиях с ними и обмениваются этими данными в режиме онлайн. Таким образом, IoT опирается на данные, информацию и взаимосвязь многих устройств, непосредственно взаимодействующих с людьми. Эти взаимодействия с данными будут влиять на все аспекты повседневной деятельности, охватывая самые важные компоненты повседневного существования, такие как обучение или работа, лечение и сохранение здоровья, совершение покупок и развлечения [2].

Благодаря доступу к огромным объемам данных о взаимодействии пользователей Интернет вещей расширяется и на данный момент уже фактически становится Интернетом поведения. Компании могут легко понять поведение своих потребителей, если у них есть быстрый доступ к данным о потребителях и возможность получать полезную информацию. Это означает, что им будет проще разобраться в своих предпочтениях, распорядке дня, привычках, требованиях, целях и многом другом. Эти знания необходимы для создания и предоставления клиентам индивидуального опыта.

Интернет поведения для формирования знаний использует те же параметры, что и Интернет вещей, но при этом сочетает их с поведением пользователей, и анализирует шаблоны и восприятие, которые формируют пользовательский опыт. Для понимания взаимодействия между устройствами и пользователями, интернет поведения объединяет сенсоры устройств интернета вещей и поведение человека. За счет этого интернет поведения может создавать модели, которые могут быть использованы для влияния на поведение людей.

Интернет поведения следует рассматривать как теорию маркетинга, которая использует Интернет вещей и технологии для изучения отношения людей к товарам и услугам и воздействия на них [3]. Благодаря интернету поведения предприниматели могут использовать передовые методы маркетинга товаров и услуг, а также влиять на поведение потребителей и сотрудников. Исходя из этого интернет поведения целесообразно рассматривать как маркетинговую технологию, основанную на психологическом анализе данных об онлайн-активности пользователей.

Способность сотрудничать или работать с другими людьми может быть предсказана по поведению человека, которое является важной характеристикой психологи отдельной личности. Хотя в целом поведение в значительной степени зависит от познания, эмоций, свойств личности и склонности к взаимодействию, его целесообразно характеризовать как источник мотивации к действию и совершению поступков.

Интернет поведения представляет собой соединение устройств с доступом в Интернет для

анализа поведения клиентов, что помогает маркетологам и предпринимателям производить и продавать продукты и услуги в соответствии с поведением, отображаемым устройствами. Интернет вещей в настоящее время лучше скорее рассматривать как взаимосвязь технических устройств предпочтительно персонального пользования, имеющих возможность передачи данных через Интернет (например, мобильных телефонов, ноутбуков, систем видеонаблюдения и аналогичных систем и устройств). Ключевым здесь является то, что информация, получаемая в результате использования этих устройств пользователями, может быть использована для конкретных целей: как тех, для которых было установлено это соединение, так и для других. Цифровые видеокамеры дорожного наблюдения, если на какой-то дороге возникнет задержка дорожного движения, генерируют немедленную ситуацию реакции на задержку, вызывая мероприятия по управлению дорожным движением. Так работает интернет вещей. Применение этого принципа в маркетинге позволяет обеспечивать немедленное, ситуативное и оптимальное управление всей цепочкой поставок конкретного предпринимателя, включая при этом все допускаемые взаимодействия с клиентом. Основной целью такого взаимодействия устройств и поиска информации маркетологами является предоставление более качественных продуктов и услуг в соответствии с потребностями и желаниями потребителей и повышение надежности, опыта, лояльности и удовлетворенности клиентов.

Интернет поведения в интересах управления спросом позволит визуализировать как поисковые запросы потребителей, так и их действия в точках соприкосновения с предложением (веб-сайты, приложения, порталы и т.д.), что позволит выделить ключевые факторы, определяющие покупательское поведение представителей целевых аудиторий. При этом интернет поведения анализирует «большие данные», то есть данные, объем которых очень велик, они в достаточной степени стандартизированы для анализа, но при этом в какой-то степени нестандартны, при этом ими очень сложно управлять, но с их помощью можно изучать поведенческие и психологические аспекты потребителей. Целью подобной работы с данными сейчас является добавление новых функций в продукты и услуги. Аналогичным образом потребности потребителей,

выявляемые с помощью интернета поведения, также учитываются при маркетинге товаров и услуг.

Предприятия продают товары, использующие интернет вещей, и эти товары получают доступ к поведенческим данным потребителей. Эти данные также пополняются за счет поступления информации от потребителей в качестве обратной связи. Углубление такого сбора данных позволит не только использовать для сбора цифровые коммуникационные устройства, но прочую информацию, которая поступает через их посредство: возможно проводить анализ выражения человеческих лиц, попавших в поле зрения камер этих устройств, а также выявление локации различных мест, посещаемых потребителями, вместе с частотой таких посещений.

Полученные знания могут быть использованы для достижения конкретных целей – например, для создания соответствующих бизнес-стратегий, влияющих на поведение потребителей, для изучения реальных потребностей пациентов системы здравоохранения и реагирования её на эти потребности, для разработки более эффективных решений в области безопасности, для управления подключенными транспортными средствами, для анализа личного потребления энергии в «умных сетях» и «умных городах» и других важных областях.

Следствием накопления знаний о поведении потребителей и прежде всего индивидуального потребителя является кастомизация продуктов и услуг. В её основе лежит разработка маркетологами и предложение предпринимателями продуктов и услуг в соответствии с потребностями и пожеланиями отдельных потребителей. Ключевой характеристикой кастомизированного товарного предложения является формирование предложения предпринимателя потребителям как системы конкретных продуктов и услуг, чьи отличия сразу заметны, но которые удовлетворяют именно конкретные и своевременные потребности потребителей. Кастомизация приводит к повышению удовлетворенности клиентов, их удовлетворенности, изысканности и восхищению, т.е. к достижению ключевых характеристик предложения, формирующих лояльность целевого сегмента.

Кастомизация создает ситуацию, когда клиенты готовы платить более высокую цену за товары и услуги, которые разработаны специально для них. Рост доходов позволяет

адаптировать к запросам клиентов не только характеристики товаров и услуг, но и состав бизнес-процессов, с соответствующим изменением производственных процедур и применяемых ресурсов. Эту возможность предоставляют предпринимателям и маркетологам именно цифровые устройства и цифровое социальное пространство коммуникаций, прежде всего социальные сети, поскольку потребители имеют там наиболее содержательные коммуникации.

Отсутствие адаптации товаров и услуги к дифференцированным требованиям клиентов, несет риск потери продаж, а также надежности и целеустремленности клиентов, и со временем такие и услуги исчезнут с рынка.

Производство товаров и услуг по индивидуальному заказу в соответствии с потребностями и желаниями клиентов (поскольку численность опытных работников была незначительной, а автоматизация этих процессов затруднительна) приводило к массовому применению ручной работы и с помощью применения адаптированного к ней оборудования. Это упрощало задачу производства, приводя к чрезмерным затратам времени в имеющемся производственном цикле. Массовое производство, сокращая затраты времени и приводя тем самым к ускоренному насыщению спроса, привела к выигрышу как потребителей, так и предпринимателей. Также массовое производство привело к появлению большого количества продавцов, продававших товары с незначительными различиями, так что благодаря конкуренции среди них покупателям был обеспечен широкий ассортимент товаров по минимальным ценам. Индивидуальность стоила очень дорого.

Развитие технологий автоматизированного производства к настоящему моменту сделало индивидуальные товары и услуги экономически эффективными и экономичными, кастомизация же обеспечивает такое производство оптимальным управлением, гарантируя ему сбыт.

Следует отметить, что существует очень тонкая грань между персонализацией и кастомизацией [4]. Кастомизация осуществляется маркетологами по просьбе или распоряжению клиента, но персонализация, то есть создание товаров и услуг в соответствии с потребностями клиентов, может быть осуществлена автоматически путем анализа их поведения в сети. Персонализация была бы невозможна без Интернета. Именно с помощью Интернета и

социальных сетей производители получают представление о поведении людей, которые ищут информацию в сети, и могут использовать эту информацию для производства товаров и услуг в соответствии с потребностями потребителей. Более того, благодаря наблюдению за их поведением покупателям предлагаются выгодные предложения в соответствии с их пожеланиями. Именно поэтому персонализированный маркетинг привел к созданию персонализированного клиентского опыта.

Укажем средства, которые можно использовать для персонализации товарного предложения

1. Электронная почта и социальные сети. Потенциальные клиенты видят рекламу в социальных сетях. Рекламодатели через сайты социальных сетей следят за шаблонами поиска потребителей. Затем эта информация используется для отправки персонализированных электронных писем клиентам, а также для показа товаров на сайтах социальных сетей на основе персонализированной информации о клиенте для повышения его продаж.

2. Рекламные предложения. На основе истории покупок клиента, как в случае покупок онлайн, так и в кассе, клиентам предлагаются предложения, соответствующие их потребностям. Подобно тому, как менеджеры продаж у крупных поставщиков рассылают сообщения своим клиентам за два-три дня до дня их рождения или какого-то юбилея, персонализированные предложения помогают привлечь клиента к персональному предложению.

3. Географическая персонализация: В этом случае используется устройство, интегрированное в индивидуальные цифровые устройства для отслеживания географического местоположения ближайших покупателей и отправки им предложений, чтобы привлечь их в магазин продавца. В дополнение к этому, если человек, проживающий в одной стране, заходит на веб-сайт продавца другой страны, домашняя страница веб-сайта приведет его на страницу, специально предназначенную для этой самой страны.

4. Персонализация IP-адреса. Когда клиент обращается к portalу продавца, на основе IP-адреса клиента портал персонализируется в соответствии с потребностями потребителей.

5. Настройка учетной записи клиента. Когда потребитель создает личную учетную запись на сайте покупок, он сможет указать свои предпочтения, то есть добавлять или удалять

товары или услуги или добавлять ссылку на определенную информацию, войдя в систему через свою личную запись, однозначно его идентифицирующую. Следует заметить, что это можно сделать это даже без входа в систему через личную запись, с помощью файлов описания в операционной системе устройства клиента.

6. Сопутствующий контент. Персональная выдача клиенту при его идентификации определенной информации обычно делается торговыми сайтами и системами, с целью показывать товары в соответствии с поисковым запросом и покупательским поведением потребителя.

Следует иметь в виду, что за счет персонализации продажи могут быть увеличены только в том случае, когда потребитель демонстрирует постоянную заинтересованность в коммуникации с источником контента и не утомлен им. Должно быть исключено утомление клиента получаемой им информацией.

Ключевая характеристика, определяющая будущие отличия интернета поведения от интернета вещей, может быть сформулирована следующим образом. Интернет вещей собирает данные о потребителях с помощью их цифровых коммуникационных устройств, поддерживающих их контакт с различными интеллектуальными устройствами, таким как автомобильные видеорекамеры, виртуальные помощники и сервисными приложения [5].

Юв предоставляет данные о поведении потребителей и помогает компаниям предоставлять товары и услуги в соответствии с потребностями потребителей. Организации также используют его для повышения эффективности работы своих сотрудников, например, для определения того, работают ли они, соблюдают ли гигиенические нормы, носят ли маски и т.д. Но эту информацию необходимо защищать от попадания в чужие руки, чтобы предотвратить ее неправильное использование.

Интернет поведения может выступать в качестве подразделения по исследованиям и разработкам для организации. Он собирает данные с помощью цифровых устройств, анализирует эти данные и принимает решения о производстве, маркетинге, рекламе, бюджетировании и т.д., что позволяет рассматривать его как передовое объединение поведенческой психологии и передовых технологий Интернета вещей. Надо иметь в виду, что интернет поведения таким образом может

использоваться для поощрения действий и поступков, оцениваемых как хорошие, и предотвращения таких, которые рассматриваются как плохие.

Интернет поведения собирает информацию о потребителях, используя геолокацию, медицинские приложения, историю путешествий, кредитоспособность и т.д., и предлагает им после обработки этой информации кампании и уведомления в соответствии с их интересами. Более того, эти предложения и скидки предоставляются потребителям в режиме реального времени, то есть пока они совершают покупки или находятся рядом с торговой точкой. Потребители избегают, конечно, делиться своей личной информацией из-за проблем утечки и передачи данных от одной компании к другой.

На основании сказанного можно сделать вывод, промежуточный к настоящему моменту: интернет поведения реально может осуществлять изменение поведения лиц, использующих цифровые интеллектуальные устройства, через привитие потребителям правильных ценностей, а также рассылку им предупреждений в том или ином виде. Предприниматели также могут предлагать продукты, которые позволяют потребителям избегать плохого поведения и следовать правилам хорошего тона.

Интернет поведения отличается тем, что имеет реальную возможность изменять поведение клиентов и пользователей: например, в службе такси, где поведение водителя может быть изучено и смоделировано, на основе чего можно легко определить, является ли клиент после данной транзакции удовлетворенным. Если клиент будет недоволен, водителя можно будет попросить изменить свое поведение, чтобы удовлетворить потребности пассажиров.

Интернет поведения для достижения таких целей собирает и использует два типа данных: данные, которые предприниматель собирает, когда потребители взаимодействуют с его веб-сайтом, и данные, собранные с помощью Интернета вещей (подключение интеллектуальных устройств), таких как камеры, мобильные телефоны, автомобили и так далее. Организации собирают данные с помощью интернета поведения от потребителей, государственных учреждений, цифровых медиа, социальных сетей, административных единиц, используя данные о потребителях или гражданах, геотрекинг и взаимодействие с устройствами с искусственным интеллектом. На основе этой

информации в первую очередь происходит персонализация продуктов и услуг. Во вторую очередь, и здесь открывается широкое пространство действий, интернет поведения не только способен персонализировать взаимодействие с клиентом, но и воздействовать на клиента с целью изменения его поведения. Возможно, такое поведение даже будет клиентом не осознаваться.

Следует подчеркнуть, что интернет поведения представляет собой к настоящему времени сочетание интернета вещей, аналитической технологии и психологической науки. Анализ данных, предоставляемых устройствами интернета вещей, таких как социальные сети, камеры, датчики, биометрические устройства, географическое местоположение и т.д., позволяет без участия людей генерировать и отправлять обновления пользователям, оцениваемым по выработанным в ходе анализа критериям как заинтересованные в соответствии с их интересами; например, отправить купон на скидку клиенту, пока он работает или делает покупки в близлежащем магазине, чтобы он или она также посетили другой привлекательный для него магазин, или отправляет сообщение водителю, который ведет машину неосторожно, о необходимости ехать медленно. Такие своевременно предпринимаемые действия могут увеличить объем продаж, поддерживая различные маркетинговые мероприятия, генерирующие реальную выгоду для покупателей, а также повысить их удовлетворенность через

предоставление им персонализированных товаров и услуг, выполненных в соответствии с индивидуальными потребностями, которые выявлены с помощью интернета поведения.

Литература

1. Geetika Jain, Justin Paul, Archana Shrivastava. Hyper-personalization, co-creation, digital clienteling and transformation. *Journal of Business Research*, Volume 124, January 2021, Pages 12-23. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.034>.
2. Mohd Javaid, Abid Haleem, Ravi Pratap Singh, Shanay Rab, Rajiv Suman. Internet of Behaviours (IoB) and its role in customer services. *Sensors International*, Volume 2, 2021, 100122. <https://doi.org/10.1016/j.sintl.2021.100122>.
3. S. S. Veleva, A. I. Tsvetanova. Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *2020 IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.* 940 012065. DOI 10.1088/1757-899X/940/1/012065.
4. Jessica Pallant, Sean Sands, Ingo Karpen. Product customization: A profile of consumer demand. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 54, May 2020, 102030. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.102030>.
5. Tian Wang, Lei Qiu, Arun Kumar Sangaiah, Anfeng Liu, Md Zakirul Alam Bhuiyan. Edge-Computing-Based Trustworthy Data Collection Model in the Internet of Things. *IEEE Internet of Things Journal* (Volume: 7, Issue: 5, May 2020), Page(s): 4218 – 4227, DOI: 10.1109/JIOT.2020.2966870.

BRONNIKOV Maxim Anatolyevich

Associate Professor of the Department of Digital Technologies in Economics and Management,
Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

INTERNET BEHAVIOR IN THE INTERACTION “CONSUMER – ENTREPRENEUR”

Abstract. *The article examines the use of the Internet of behavior to potentially change the behavior of consumers using digital smart devices by transferring behavioral values and restrictions to them.*

Keywords: *internet of behavior, Internet of things, consumer information, customization, impact on behavior.*

БРОННИКОВ Максим Анатольевич

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении,
Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЧАТ-БОТОВ В МАРКЕТИНГЕ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ

Аннотация. В статье рассматриваются методы взаимодействия предпринимателей с клиентами и проведения маркетинговых мероприятий с применением чат-ботов.

Ключевые слова: чат-бот, маркетинговые инструменты, искусственный интеллект, персонализация.

Появление чат-ботов и искусственного интеллекта в маркетинге изменило способы взаимодействия предпринимателей с клиентами и проведения маркетинговых мероприятий. В последние годы достижения в области обработки естественного языка (NLP) и машинного обучения (ML) привели к разработке сложных чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта, которые могут автоматизировать и оптимизировать различные маркетинговые задачи.

Чат-боты – это программы, которые используют NLP и ML для имитации человеческих разговоров и автоматизации взаимодействия с клиентами. Чат-боты могут быть интегрированы в приложения для обмена сообщениями, веб-сайты и платформы социальных сетей и могут обрабатывать различные запросы клиентов, такие как отслеживание заказов, рекомендации по продуктам и поддержка клиентов.

Искусственный интеллект в маркетинге – это использование алгоритмов ML и других технологий искусственного интеллекта для оптимизации различных маркетинговых задач, таких как таргетинг рекламы, создание контента и сегментация клиентов. Маркетинговые инструменты на базе искусственного интеллекта могут анализировать большие объемы данных, выявлять закономерности и делать прогнозы, помогая компаниям оптимизировать свои маркетинговые кампании и повышать рентабельность инвестиций.

Изучение применения чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта позволяет выделить ряд способов их применения, могущих создавать конкурентные преимущества:

1. Чат-боты могут взаимодействовать с клиентами в режиме реального времени и предоставлять персонализированные рекомендации и решения. Это улучшает взаимодействие с клиентами, что может привести к повышению удовлетворенности и лояльности клиентов.

2. Чат-боты могут выполнять повторяющиеся и отнимающие много времени задачи, например, коммуникации в целях поддержки клиентов, позволяя подразделениям организаций сосредоточиться на других областях деятельности. Это снижает издержки и повышает эффективность деятельности в целом.

3. Маркетинговые инструменты на базе искусственного интеллекта позволяют анализировать данные о клиентах и таргетировать рекламу на нужную аудиторию, что приводит к увеличению конверсий и продаж.

4. Чат-боты и маркетинговые инструменты на базе искусственного интеллекта позволяют осуществлять выполнение различных маркетинговых задач без необходимости вмешательства человека, что открывает путь к радикальному повышению экономической эффективности бизнес-процессов.

5. В силу сказанного выше чат-боты могут быть доступны постоянно без ограничений на время доступа, предоставляя клиентам круглосуточную поддержку и содействие.

Перечисленные преимущества чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта не избавляют их от возникновения проблем, требующих устойчивых и немедленных решений:

1. Интеграция чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта с существующей маркетинговой

инфраструктурой в большинстве случаев является сложной задачей, требующей от компаний инвестиций в новые технологии и обучение.

2. Разработка и сопровождение чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта всегда является технически сложной задачей, требующей доступа к специализированным навыкам и опыту.

3. Сбор и обработка больших объемов данных клиентов в целях обучения может вызывать опасения последних по поводу конфиденциальности и безопасности данных. Обязательным является требование соответствия чат-ботов и маркетинговых инструментов на базе искусственного интеллекта требованиям законодательства о защите данных. Особых усилий требует убеждение клиентов в том, что их надежно хранятся.

4. Маркетинговые инструменты, основанные на ИИ, эффективны настолько, насколько эффективны данные и алгоритмы, которые их используют. В результате возникают ограничения (вплоть о полной невозможности) в обработке сложных взаимодействий с клиентами или выполнения точных прогнозов в определенных ситуациях.

Можно выделить некоторые направления развития, имеющие высокую вероятность успешной технической реализации и обеспечивающие существенные маркетинговые преимущества [1]. К ним следует отнести:

1. Чат-боты с голосовой активацией, которые могут взаимодействовать с клиентами с помощью голосовых команд, получающие все большее распространение и имеющие преимущество естественного и интуитивно понятного взаимодействия с обратившимися клиентами.

2. Маркетинговые инструменты на базе искусственного интеллекта становятся все более совершенными в отношении анализа данных о клиентах и предоставления персонализированных рекомендаций и решений, что позволяет говорить практически о гиперперсонализации отношений с клиентами.

3. Чат-боты будут все больше интегрироваться с платформами электронной коммерции, позволяя клиентам совершать транзакции и получать поддержку через интерфейс чат-бота.

4. Маркетинговые инструменты на базе искусственного интеллекта имеют возможность интегрирования с технологией дополненной реальности [2], которая может улучшить качество обслуживания клиентов,

позволяет клиентам виртуально пользоваться товарами или наблюдать, как они могут использоваться (например, как мебель может выглядеть у них дома в интерьере), прежде чем совершать покупку. Это создает принципиально иные возможности управления потребительским поведением.

5. По мере распространения чат-ботов в отношениях с клиентами возрастает потребность в анализе взаимодействий клиентов с чат-ботами и корреляции этих взаимодействий с данными о клиентах. Такая ситуация требует интегрирования инструментов аналитики непосредственно в чат-боты, которые могут формировать комплексное представление о поведении, предпочтениях и потребностях каждого клиента, а также о факторах, определяющих его склонности к покупке.

6. Весьма важным направлением взаимодействия предпринимателей с клиентами является коммуникация через социальные сети. Без сомнения, чат-боты будут все больше интегрироваться с платформами социальных сетей, позволяя компаниям оказывать поддержку клиентам и осуществлять с ними коммуникацию именно в среде социальных сетей.

При создании и настройке чат-ботов одним из самых эффективных способов обеспечения привлечения внимания аудитории к общению с чат-ботом является фокусирование чат-бота на использование в диалоге так называемых «болевых точек». К ним целесообразно относиться проблемы, с которыми сталкивается целевая аудитория общения, при этом являющиеся причиной поиска данного товарного предложения. Обращаясь непосредственно к подобным темам, возможно показать аудитории, что её потребности понимают и готовы ей помочь, чем снижаются опасения обращающихся клиентов относительно неэффективности коммуникации с чат-ботом. Наиболее эффективными способами применения такого приема являются:

1. Постоянное предложение решений относительно «болевых точек», в частности, постоянное предоставление информации о том, как предлагаемые продукт или услуга могут помочь решить проблему клиента.

2. Предоставление социально значимых доказательств, таких как отзывы или данные тематических исследований. Обучение чат-ботов на основе демонстраций того, как продукт или услуга помогают преодолеть общие для клиентов трудности, позволяет завоевать

доверие большинства представителей целевой аудитории.

При обучении чат-ботов необходимо постоянно тестировать и совершенствовать диалоги, чтобы убедиться, что они эффективны и находят отклик у целевой аудитории [3]. Наиболее эффективными способами такого тестирования следует считать:

1. А/В-тестирование, которое предусматривает создание двух версий беседы и их тестирование на разных сегментах целевой аудитории. Тестирование определяет, какая версия более эффективна, и позволяет внести соответствующие изменения в выборку обучения.

2. Анализ таких коммуникационных показателей, как количество кликов, вовлеченность и конверсия, дает ценную информацию о том, насколько эффективна беседа чат-бота.

3. Обязательный запрос обратной связи от аудитории дает ценную информацию о коррекции обучающей выборки для чат-бота. Целесообразно для этого использовать опросы или формы обратной связи, чтобы собирать отзывы и использовать их для внесения изменений.

Выигрышным решением для маркетинговых инструментов на основе искусственного интеллекта становится персонализация сообщений для конкретной аудитории [4]. При правильном выполнении персонализация создает у аудитории ощущение актуальности и срочности, что побуждает большинство потенциальных клиентов к действию.

К преимуществам персонализации можно отнести следующие:

1. Выделение конкретного товарного предложения на насыщенном рынке через создание сообщений, вызывающих доверие и находящихся отклик у целевой аудитории.

2. Создание ощущения актуальности и срочности, которое психологически побуждает потенциальных клиентов к немедленному действию. Когда клиенты чувствуют, что сообщение адресовано именно им, они, скорее всего, поверят, что предложение или рекламная акция актуальны во времени, и будут действовать быстро, чтобы воспользоваться ими.

3. Укрепление доверия клиентов через непрерывную демонстрацию того, что их потребности и предпочтения понимают, их конфиденциальность заботится о своих клиентах и стремится предоставлять им актуальный и персонализированный сервис.

Для обучения можно применять несколько способов персонализации сообщений, и выбор наилучшего подхода будет зависеть от конкретного содержания товарного предложения, целевой аудитории и типов отправляемых сообщений. Целесообразно применять следующие способы персонализации сообщений [5]:

1. Адаптация сообщений, маркетинговых посланий и материалов к конкретной аудитории. Это может включать использование языка, который напрямую связан с вашей целевой аудиторией, выделение функций или преимуществ, которые наиболее актуальны для нее, или настройку сообщений на основе поведения клиентов или истории покупок.

2. Предоставление персонализированных скидок, купонов или рекламных акций является эффективным способом побудить клиентов к действию. Особо следует отметить предоставление дифференцированных по определенным характеристикам преимуществ в индивидуальных сделках (например, предоставление кода скидки для клиентов, которые приходят впервые).

3. Применение персонализированных кампаний в рассылках (что является одним из наиболее эффективных способов персонализации цифровых коммуникаций) путем сегментации списка рассылки и адаптации сообщений к определенным группам для создания высоконаправленных кампаний, которые с большей вероятностью найдут отклик у целевой аудитории.

4. Предоставление персонализированных рекомендаций по продвигаемым продуктам, основанным на поведении клиентов или истории покупок, позволяет обеспечить клиентам ощущение быть замеченными и понятыми. Индивидуальный опыт покупок позволяет обеспечить наиболее выгодный для потребителя тип покупательского поведения.

5. Создание персонализированных целевых страниц, адаптированных к конкретным кампаниям или аудиториям, обеспечивает повышение коэффициента конверсии и улучшает взаимодействие с пользователями.

К основным рекомендациям по поддержке персонализации при обучении можно отнести следующие:

1. Сегментирование аудитории на основе демографических данных, поведения или истории покупок при поддержке персональной аутентификации обеспечивает чат-боту

создание более целенаправленных и эффективных сообщений.

2. Использование данных о посещениях от коммуницирующего веб-сайта, социальных сетей и прочих взаимодействий с клиентами позволяет выявить закономерности и тенденции, которые могут повлиять на сообщения и улучшают таргетинг для разработки стратегии персонализации.

3. Оптимизация объема персональных сообщений в зависимости от реакции клиента для исключения его утомления и ощущения навязчивости.

4. Постоянное тестирование персонализации через использование A / B тестирования и других методов, чтобы определить, что лучше всего подходит целевой аудитории.

5. Информирование клиентов, какие данные от них собираются, как они используются и как клиенты могут отказаться от получения персонализированных сообщений, если они не хотят их получать.

6. Ориентация персонализации для улучшения, а не замены взаимодействия с клиентами, для чего необходимо обязательно предоставлять клиентам возможность взаимодействовать с персоналом предпринимателя и получать личную персонализированную поддержку.

7. Учет культурных и языковых различий исключает проблемы, связанные с тем, что персонализация, эффективная в одной стране, может оказаться неэффективной в другой. Важно в этой связи в тестирование сообщений включать и языково-культурный аспект.

8. Согласованность персональных сообщений в разных каналах для повышения целевого воздействия. Согласованность укрепляет восприятие бренда клиентами и создает у них целостный опыт.

9. При персонализации ваших сообщений целесообразно учитывать «путь клиента» в рамках принятия решения о покупке и совершения целевых действий. Необходим постоянный учет, на каком этапе пути находится клиент, каковы его потребности и как сообщения чат-бота могут помочь ему в этом процессе.

10. Постоянный контроль стратегии персонализации, учитывающий как динамику целевой аудитории, так и обучение чат-ботов. Оптимизация процесса персонализации обеспечивает исключение снижения интереса клиента к товарному предложению

предпринимателя и убеждение его, что это предложение постоянно отвечает его потребностям.

Отслеживание и анализ эффективности коммуникационных мероприятий, ведущихся чат-ботами, необходимы по следующим причинам [6]:

1. Измерение рентабельности инвестиций определяет, приносит ли данная кампания пользу бизнесу, что осуществляется прежде всего за счет контроля медиа-показателей.

2. Определение инструментов кампаний, требующих улучшения, позволяет удерживать и повышать целевой отклик клиентов в течение всей кампании. К таким инструментам можно отнести оптимизацию ответов чат-ботов, повышение вовлеченности клиентов и увеличение конверсий.

3. Отслеживание и анализ эффективности кампаний, ведущихся чат-ботами, дает ценную информацию о поведении, предпочтениях и интересах клиентов.

Для такого отслеживания и анализа эффективности таких кампаний целесообразно применять следующие ключевые показатели:

1. Показатели вовлеченности для измерения того, как клиенты взаимодействуют с чат-ботом, включая количество разговоров, отправленных сообщений и количество откликов.

2. Показатели конверсии для измерения того, сколько клиентов совершают действия после взаимодействия с чат-ботом, путем, например, совершения покупки или подписки на рассылку новостей.

3. Показатели удовлетворенности клиентов для измерения того, насколько клиенты довольны работой чат-бота, включая рейтинги отзывов, опросы и отзывы клиентов.

4. Показатели дохода для измерения того, какой объем дохода генерируется кампаниями, ведущимися чат-ботами, включая продажи, связанные с рекомендациями чат-ботов и партнерскими ссылками.

Маркетинг, управляемый чат-ботами, становится все более популярным в последние годы благодаря достижениям в области искусственного интеллекта и технологий обработки естественного языка. Поскольку чат-боты становятся все более совершенными и интеллектуальными, потенциал маркетинга, управляемого чат-ботами, для революционного изменения способов взаимодействия компаний с клиентами следует считать исключительно большим.

Литература

1. Meichan Li, Rui Wang. Chatbots in e-commerce: The effect of chatbot language style on customers' continuance usage intention and attitude toward brand. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 71, March 2023, 103209. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103209>.
2. Mathew Chylinski, Jonas Heller, Ko de Ruyter. Augmented Reality Marketing: A Technology-Enabled Approach to Situated Customer Experience. *Australasian Marketing Journal*, Volume 28, Issue 4, <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.04.004>.
3. Azani Cempaka Sari, Natashia Virnilia, Jasmine Tanti Susanto, Kent Anderson Phiedono, Thea Kevin Hartono. Chatbot Developments in The Business World. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal (ASTES Journal)*, Volume 5, Issue 6, Page No 627-635, 2020. DOI:10.25046/aj050676
4. Darshana Desai. Hyper-Personalization: An AI-Enabled Personalization for Customer-Centric Marketing Adoption and Implementation of AI in Customer Relationship Management, DOI: 10.4018/978-1-7998-7959-6.ch003, Source Title: Adoption and Implementation of AI in Customer Relationship Management, 2022, Pages: 272, DOI: 10.4018/978-1-7998-7959-6.
5. Rane, Nitin and Choudhary, Saurabh and Rane, Jayesh, Hyper-Personalization for Enhancing Customer Loyalty and Satisfaction in Customer Relationship Management (CRM) Systems (November 7, 2023). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4641044>
6. Ajay Singh; Tianxia Jia; Varun Nalagatla. Generative AI Enabled Conversational Chatbot for Drilling and Production Analytics. ADIPEC, Abu Dhabi, UAE, October 2023. Paper Number: SPE-216267-MS, <https://doi.org/10.2118/216267-MS>.

BRONNIKOV Maxim Anatolyevich

Associate Professor of the Department of Digital Technologies in Economics and Management, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

METHODS OF USING CHATBOTS IN MARKETING TO MANAGE DEMAND

Abstract. *The article discusses the methods of interaction of entrepreneurs with customers and conducting marketing events using chatbots.*

Keywords: *chatbot, marketing tools, artificial intelligence, personalization.*

БРОННИКОВ Максим Анатольевич

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении,
Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

***Аннотация.** В статье рассматриваются применение теории подталкивающего, или стимулирующего, мышления для выбора и принятия маркетинговых решений и инструментов.*

***Ключевые слова:** теория подталкивания, маркетинговые инструменты, покупательское поведение, поведение потребителей в Интернете, воздействие на поведение.*

Методы цифрового маркетинга могут влиять на все процессы, которые пользователи выполняют в Интернете, причем эти применения этих методов исходит из того, что пользователь является потенциальным клиентом и оно направлено на то, чтобы побудить потенциального клиента действовать определенным образом. Использование больших данных является определяющим фактором в этой новой форме цифрового маркетинга, позволяющей сделать ставку на персонализацию всех стратегий, связанных с теорией подталкивания.

Цифровой маркетинг позволяет организациям узнать свою аудиторию и получить больше информации, чтобы иметь возможность реагировать на ее желания и мотивации, что раньше обходилось очень дорого, и это серьезное преобразование существующих бизнес-систем. Такая возможность использования знаний и данных тесно связана с инновациями и позволяет определить текущие и будущие потребности, изменяя существовавшие ранее подходы. В результате пользователям предлагаются новые возможности, позволяющие добиться большего успеха и снизить процент риска, что приводит к появлению новых потребительских тенденций.

Каждое из изменений и эволюций, происходящих в мире маркетинга, способствует разработке маркетинговых стратегий предпринимателей, поскольку они могли использовать как теории, так и технологии для достижения своих целей оптимальным образом. Повседневная деятельность человека определяется постоянным принятием решений, которые должны тут же выполняться. В настоящее время количество таких решений возросло в геометрической прогрессии из-за огромного количества существующих вариантов. Расширение вариантов

выбора влияет на повседневные, казалось бы, простые решения, такие как выбор времени действия, марку покупаемого напитка, какой вид транспорта выбрать, и так далее. Таким образом, принятие подобного решения абсолютно влияет на потребительское поведение, и именно здесь предприниматели, учитывая нынешний высокий уровень конкуренции, могут и должны предпринять действия, чтобы мотивировать продажу определенного продукта или услуги. Следовательно, это принятие решений также отражается на рабочей среде, как на личном уровне, в действиях каждого из сотрудников, так и в совместных решениях, принимаемых предпринимателей или организацией.

Поведенческая экономика, несмотря на то, что является относительно современной, уже имеет большое общественное признание. Это научное направление основывает свои исследования на установлении общих закономерностей в поведении людей [1], беря за отправную точку психологические, когнитивные и социальные факторы, которые непосредственно влияют на принятие того или иного решения. Таким образом, можно прогнозировать поведение отдельных людей и действовать соответствующим образом, создавая стратегии. Теория подталкивания родилась в 2008 году, что помещает ее в современный контекст, в котором считается, что люди обладают ограниченной рациональностью. Эта ограниченная рациональность обусловлена всем, что люди получают, прежде чем принять то или иное решение, находясь в постоянном контакте с другими людьми, с технологиями, устройствами, использованием социальных сетей, а также рекламными и маркетинговыми стратегиями, которые постоянно распространяют мнения и информацию. Таким образом, подразумевается, что для принятия оптимального решения

индивид должен быть исключительно рациональным и всегда располагать очень точной информацией [2].

Теория подталкивающего, или стимулирующего, мышления (*nudge theory*) утверждает, что на протяжении всего процесса принятия решений люди находятся под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, которые приводят к иррациональному выбору [3]. Таким образом, цель этой теории заключается в модификации поведения с помощью косвенных методов, чтобы помочь индивидам достичь лучших результатов без запретов или санкций. Результаты применения этой теории были положительными, когда она была применена на практике, и одной из фундаментальных характеристик является то, что любой специалист по маркетингу может изучить и применять её основы. Цифровой потребитель становится все больше информированным о ценности информации, которую он оставляет в цифровой среде для предпринимателей. Пользователи становятся все более активными, нетерпеливыми, тратят много времени на онлайн-поиск и обмен всевозможной информацией, будь то новости, рекламные акции, продукты или мнения. Если отделы маркетинга уже были осведомлены об этих данных и работали на их основе, важно добавить, как они могут повлиять на решение и последующие действия пользователей.

Отношения между предпринимателями и клиентами претерпевают постоянные изменения, вызванные ИКТ (информационно-коммуникационными технологиями). То, как они взаимодействуют с цифровой средой, а также каждое их движение, личностные характеристики и шаги, которые каждый из них предпринимает для совершения покупки или онлайн-действия, имеют первостепенное значение для создания эффективных стратегий в цифровой среде. Сегодня цифровой мир и Интернет являются неотъемлемой частью социальной жизни как на личном, так и на профессиональном уровне. В результате понимание поведения потребителей уже стало критически важным для любого специалиста по маркетингу.

Теория подталкивающего мышления стала мощным инструментом для индустрии маркетинга и рекламы. С расширением использования таких технологий, как социальные сети, мобильные устройства и датчики IoT (Интернета вещей), собирается все больше и больше данных о поведении человека. Большие данные можно использовать для лучшего

понимания того, как люди принимают решения и как на них влияют различные стимулы. Инновационное мышление, большие данные и цифровой маркетинг – это три взаимосвязанные области, которые сегодня трансформируют мир бизнеса и цифрового маркетинга в частности, а также процесс принятия бизнес-решений.

Стимулирующее мышление – это теория, которая относится к тонкому влиянию на поведение людей, которое применяется при принятии решений и выборе конкретных форм поведения. Она основана на предположении, что люди не всегда принимают рациональные решения и часто находятся под влиянием неосознанных факторов или предубеждений. Толчки используются для того, чтобы побудить людей принимать решения, которые более выгодны для них самих или для общества в целом. Это могут быть небольшие вмешательства, такие как изменение расположения товаров в магазине, чтобы стимулировать покупку, или изменения в архитектуре выбора, например, внедрение онлайн-опции по умолчанию, призванной повлиять на окончательное решение пользователя.

Теория подталкивающего мышления вмешивается во весь этот процесс взаимодействия между клиентом и организацией и навязывает идею о том, что небольшие стимулы или «толчки» могут влиять на поведение человека. Вместо того чтобы работать или применять принудительные или ограничительные меры, применяются подходы, основанные на бихевиористических принципах, чтобы мотивировать пользователей принимать позитивные или выгодные решения [4]. Эта теория использовалась в самых разных контекстах – от общественного здравоохранения до политики и поведенческой экономики. В секторе маркетинга и больших данных эта теория может быть использована для повышения эффективности маркетинговых и рекламных стратегий. Понимая, как потребители принимают решения и как на них влияют различные стимулы, маркетологи могут разрабатывать более эффективные и персонализированные рекламные кампании, а также подчеркивать важность стратегических изменений во время кризиса. Архитектура выбора – это мощный инструмент, способствующий изменению поведения и созданию ценности для бизнеса и общества. Таким образом, подталкивания могут быть использованы для того, чтобы помочь людям справиться с

неопределенностью при принятии решений, поскольку в ситуациях неопределенности они могут быть особенно эффективными, помогая людям избегать принятия решений по умолчанию или импульсивных решений, принимая более обоснованные и обдуманые решения.

Такие стимулы могут помочь потребителям принимать более здоровые и рациональные решения о покупке. Одним из примеров является использование четких и понятных надписей на упаковках пищевых продуктов, которые могут помочь потребителям делать осознанный и полезный выбор. Использование когнитивных технологий для разработки эффективных архитектур выбора, обеспечивающих совместное создание ценности в бизнес-контексте, связано с идеей «умного подталкивания», которая относится к способности когнитивных технологий адаптироваться к предпочтениям и потребностям потребителей и предлагать варианты в персонализированном виде.

Данные о поведении потребителей, собранные с помощью технологий, также могут быть использованы для разработки персонализированных рекламных сообщений. Анализируя поведение потребителей в Интернете, предприниматели могут предлагать актуальные и своевременные рекомендации по продуктам, которые соответствуют потребностям и предпочтениям каждого потребителя. Это может повысить коэффициент конверсии и лояльность клиентов, что, в свою очередь, может увеличить прибыль. Это всего лишь еще один пример того, как эти технологии и большие данные могут положительно влиять на взаимоотношения между организациями и потребителями. Подсказки могут быть разработаны таким образом, чтобы воздействовать на внутреннюю и внешнюю мотивацию человека [5], помогая онлайн-пользователям действовать в соответствии с их мотивацией. Использование теории подталкивания в маркетинге также может быть полезно для улучшения взаимодействия с пользователями. Например, веб-сайты и приложения могут использовать теорию подталкивания для улучшения навигации и взаимодействия с пользователем. Это может включать использование персонализированных сообщений, которые помогают пользователю более эффективно и с удовольствием просматривать веб-страницы. Еще один способ, с помощью которого в маркетинге можно использовать стимулирующее мышление, – это использование стимулов. Стимулы могут побудить

потребителей к определенным действиям, таким как совершение покупки или обмен информацией о продукте с друзьями и семьей. Стимулы также могут использоваться для поощрения лояльности и удержания клиентов путем предоставления скидок или эксклюзивных вознаграждений постоянным клиентам. Для лучшего понимания поведения потребителей также следует учитывать сегментацию рекламного рынка.

Применение теории стимулирующего мышления в сочетании с применением больших данных, может дать существенный результат в отношении следующих инструментов:

1) Сегментация аудитории, подразумевающая идентификацию и группировку потребителей в соответствии с их характеристиками и поведением. Большие данные могут помочь предпринимателям более эффективно сегментировать свою аудиторию, позволяя им разрабатывать более релевантные и персонализированные рекламные сообщения для каждой группы потребителей.

2) Большие данные также могут использоваться для персонализации рекламных сообщений в соответствии с предпочтениями и потребностями каждого потребителя. Компании могут использовать собранные данные для определения предпочтений потребителей и предоставления рекламных сообщений, адаптированных к их конкретным потребностям.

3) Как и рекламные сообщения, стимулы и предложения также можно персонализировать с помощью больших данных. Предприниматели могут использовать данные о поведении потребителей для определения стимулов, которые наиболее эффективны для каждого конкретного человека, и использовать их для мотивации потребителей делать выгодный выбор.

4) Предприниматели могут использовать большие данные для создания сервисов, адаптированных к потребностям и предпочтениям потребителей. Например, веб-сайт электронной коммерции может использовать данные о поведении потребителей для создания более простого и привлекательного процесса онлайн-покупок.

5) Использование геймификации, что подразумевает использование игровых элементов для мотивации потребителей к принятию выгодных решений. Большие данные могут помочь предпринимателям разрабатывать игры, адаптированные к потребностям и

предпочтениям потребителей, что повышает эффективность геймификации.

Важно отметить, что теорию подталкивания, наряду с большими данными, следует применять весьма осторожно, принимая во внимание экономику применяемой цифровой платформы и требования регулирования, при этом уделяя особое внимание использованию репутации и стимулирования для улучшения защиты потребителей. Важно не заставлять потребителей принимать невыгодные для себя решения. Предприниматели обеспечивают соответствие их маркетинговых и рекламных стратегий этическим и социальным ценностям и принципам.

Существует потенциальный риск того, что использование больших данных и теории стимулирующего мышления может привести к манипулированию потребителями. Хотя теория стимулирующего мышления основана на идее о том, что небольшие стимулы могут мотивировать людей к принятию позитивных решений, важно обеспечить, чтобы потребители не были вынуждены принимать решения, которые не приносят им пользы и приводят к множеству негативных последствий для предпринимателей. Например, организации не должны использовать эту теорию для того, чтобы побуждать потребителей принимать рискованные или неэтичные финансовые решения. Вместо этого они должны использовать его, чтобы мотивировать потребителей принимать решения, которые выгодны им и обществу в целом.

Таким образом, теория стимулирующего мышления и большие данные могут стать мощными инструментами для бизнеса, цифрового маркетинга, рекламы и достижения целей продаж для предпринимателей. Понимая, как потребители принимают решения и как на них влияют различные стимулы, предприниматели могут разрабатывать более эффективные и персонализированные рекламные кампании.

Вместе онлайн-платформы и маркетологи должны применять комплексный подход к защите конфиденциальности и балансировать преимущества персонализации с этическими соображениями. Поступая таким образом, они могут завоевать доверие пользователей и обеспечить положительный пользовательский опыт, что в итоге приносит пользу как пользователю, так и бизнесу.

Стимулирование на основе подталкивания может быть эффективным инструментом влияния на поведение людей в различных

контекстах, способствуя позитивным изменениям. Особенно важен учет индивидуальных особенностей людей при разработке рекламных материалов, которые целесообразно разрабатывать с учетом восприятия и личностных особенностей целевых аудиторий. Обязателен учет внутренних факторов, влияющих на желания людей, при разработке стратегий управления спросом.

Обязателен также учет того факта, что цифровые технологии могут быть использованы для того, чтобы склонить людей как к асоциальному, так и просоциальному поведению. Ключевым аспектом является измерение их эффективности применяемых методов стимулирования поведения. Методы теории подталкивания эффективны в различных областях поведения, хотя их эффективность варьируется в зависимости от типа подталкивания и контекста, в котором оно используется.

Еще одним важным аспектом, обсуждавшимся в рассмотренных статьях, является важность этического и ответственного использования методов теории подталкиваний. Подталкивания могут быть эффективным инструментом поддержки внутренней мотивации людей, но критическим аспектом является отсутствие манипуляций. Возможно, в перспективе появится необходимость регулирования цифровых платформ и технологий для обеспечения их этического и ответственного использования.

Таким образом, методы теории подталкивания могут быть эффективным инструментом влияния на поведение людей в различных контекстах, но важно учитывать индивидуальные особенности людей и оценивать эффективность их применения.

Литература

1. Hofacker, C., Golgeci, I., Pillai, K.G. and Gligor, D.M., Digital marketing and business-to-business relationships: a close look at the interface and a roadmap for the future, *European Journal of Marketing*, 2020, Vol. 54 No. 6, pp. 1161-1179. <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2020-0247>.
2. Samuel Ribeiro-Navarrete, Dolores Bottella-Carrubi, Daniel Palacios-Marqués, Maria Orero-Blat. The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS *Journal of Business Research*, Volume 126, March 2021, Pages 319-326 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.065>.
3. Manal Boudih, Zoubir Zarrouk. Nudge marketing: literature review and bibliometric

analysis. *International Journal of Economic Studies and Management (IJESM)*, 2023, Vol. 3 No. 6 (2023): Issue 06, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10400262>.

4. Stephanie Mertens, Mario Herberz, Ulf J. J. Hahnel, Tobias Brosch. The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings*

of the National Academy of Sciences (PNAS), 2022, Vol. 119 (1), <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>.

5. Locke, E. A., & Schattke, K. (2019). Intrinsic and extrinsic motivation: Time for expansion and clarification. *Motivation Science*, 5(4), 277–290. <https://doi.org/10.1037/mot0000116>.

BRONNIKOV Maxim Anatolyevich

Associate Professor of the Department of Digital Technologies in Economics and Management,
Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

BEHAVIORAL ECONOMICS AND MARKETING STRATEGIES

Abstract. *The article discusses the application of the theory of nudging, or stimulating, thinking for the selection and adoption of marketing decisions and tools.*

Keywords: *nudge theory, marketing tools, consumer behavior, consumer behavior on the Internet, impact on behavior.*

БРОННИКОВ Максим Анатольевич

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении,
Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЦЕЛЯХ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

***Аннотация.** В статье рассматривается использование данных социальных сетей в целях управления поведением людей и их групп для создания и стимулирования рыночного спроса.*

***Ключевые слова:** данные социальных сетей, создание контента, аналитика, мониторинг.*

Социальные сети предоставили бизнесу платформу, которая изменила характер взаимодействия между компаниями и их клиентами. Социальные сети в маркетинге вполне можно относить к источникам маркетинговой информации, используемым для мониторинга, обработки и использования данных о потребителях.

Социальные сети разнообразны и динамичны, их пользователи используют множество платформ и приложений. Предприниматели используют социальные сети для прямого взаимодействия с клиентами, сбора и анализа информации о клиентах и адаптации своих продуктов/услуг. Клиенты используют социальные сети для различных целей, и в первую очередь для взаимодействия с товарным предложением предпринимателей, делая запросы другим участникам социальных сетей о товарах и услугах и предоставляя свои отзывы о различных продуктах и услугах, которыми они пользуются.

Решающей характеристикой социальных сетей является то, что они позволяют своим пользователям создавать контент, который очень разнообразен по форме и содержит новую информацию из новых источников, делая её доступной. Примечательной особенностью этих источников информации является то, что они создаются, иницируются, распространяются и используются пользователями. Социальные сети одновременно с созданием контента обеспечивают распространение информации, а также совместное использование контентом [1]. В итоге такое создание и распространение информации пользователями социальных сетей формирует диалог всех со всеми, который и обеспечивает возможность достижения социальных целей для участников и

потребление данных социальных сетей заинтересованным лицам.

К социальным сетям можно отнести собственными сайты и сервисы социальных сетей, блоги и микроблоги отдельных лиц, сайты сообществ определенного контента, сайты для обмена медиа, сайты для распространения свободно модерлируемого контента (сетевые энциклопедии), сайты социальных закладок и виртуальные миры. Сайты социальных сетей обеспечивают индивидуальное социальное оперативное взаимодействие, столь ценное большинством пользователей. Блоги и микроблоги используются пользователями для выражения, обмена и обсуждения своих взглядов и мнений. Пользователи используют контентные сообщества и средства обмена мультимедиа для обмена мультимедийным контентом с другими пользователями. Общедоступные энциклопедии со свободным модерированием, помимо распространения контента используются пользователями для совместной работы друг с другом. Сайты социальных закладок используются для аннотирования и категоризации веб-контента, который интересует пользователей. Виртуальные миры представляют собой контентные веб-среды, имитирующие вычислительными средствами характеристики реальных сред и используемые для решения задач пользователей, когда последние по каким-то причинам не могут использовать реальные среды.

Использование описанных особенностей социальных сетей может обеспечить предпринимателям значительным объемом положительных результатов в различных областях, поддающихся измерению, включая финансовые показатели, маркетинговые исследования, управление брендом и стратегию компании. Эти

результаты вытекают из процесса использования данных социальных сетей для целей управления спросом. Этот процесс является ключевым, поскольку именно с помощью его компании данные социальных сетей преобразуются в полезную аналитическую информацию для принятия предпринимательских решений.

Предприниматели, отслеживающие и анализирующие данные социальных сетей, интегрирующие их в свои процессы управления и принятия решений, при этом контролирующие процессы передачи данных социальных сетей, могут получить множество серьезных конкурентных преимуществ. Продвижение и управление спросом, реализуемые на основе этой информации, используют активное управление формированием распространяемым целевым контентом и влиянии на мнение клиентов. Социальные сети предоставляют незаменимую информацию о клиентах и рынке. В ходе активного управления спросом возможно создавать профили, классифицировать и сегментировать клиентов, лучше прогнозировать их поведение. Способность анализировать данные социальных сетей может быть наиболее важным фактором для достижения успеха в использовании Интернета для достижения бизнес-целей.

Для эффективного использования социальных сетей необходимо интегрировать их данные в процессы управления информацией и принятия предпринимательских решений, особенно в управление взаимоотношениями с клиентами [2]. Данные социальных сетей должны интегрироваться с другой информацией о клиентах, и любой полученной информацией следует делиться среди лиц, формирующих и принимающих решения. Интеграция социальных сетей с процессами управления взаимоотношениями с клиентами обеспечивает эффективную интеграцию и привлечение клиентов и их онлайн-сообществ. Такая интеграция может обеспечить социальную аналитику, которую предприниматели могут использовать для улучшения своей практики управления взаимоотношениями с клиентами.

Использование данных социальных сетей уже сейчас может быть более эффективным, чем традиционные маркетинговые исследования [3]. Это связано с тем, что социальные сети могут предоставить гораздо более качественную информацию за значительно меньшее время и с меньшими затратами. Социальные сети могут быть не только эффективными при влиянии на формирование и распространение

мнений, но использование данных из социальных сетей при принятии организационных решений позволяет полноценно принимать решения, основанные на данных, что дает бизнесу возможность стать более продуктивным и прибыльным. С течением времени практика использования данных социальных сетей совершенствуется, а зависимость предпринимательских решений от данных социальных сетей возрастает.

Обеспечение данными социальных сетей процессов принятия предпринимательских решений охватывает выявление, сбор, анализ и использование данных социальных сетей, обозначаясь термином «SM-аналитика» [4]. Необходимо иметь в виду, что термины «аналитика социальных сетей», «мониторинг социальных сетей» и «прослушивание социальных сетей» с точки зрения маркетинга используются как синонимы.

Мониторинг социальных сетей – это практика систематического наблюдения и анализа площадок социальных сетей, включающих целевые аудитории предпринимателя. Прослушивание социальных сетей – это деятельность по оценке мнения клиентов. Предпринимателям важно контролировать социальные сети на протяжении всего жизненного цикла своего товарного предложения и жизненного цикла бизнеса, и они могут сыграть важную роль в успешном использовании данных и управлении ими [5].

Существует ряд этапов, связанных с использованием данных социальных сетей: взаимность, мониторинг, анализ, интеграция, распространение, использование и хранение.

Информационная взаимность – это этап, на котором происходит взаимодействие компании и клиента. Клиенты делятся информацией с предпринимателем, а предприниматель реагирует на этот обмен предоставлением значимой информации.

Мониторинг данных – это этап, который включает в себя передачу соответствующих данных социальных сетей в рамках организации.

На этапе анализа и интеграции данных выполняются два подпроцесса: сбор и анализ. В подпроцессе сбора данные социальных сетей кодируются, сортируются и упорядочиваются. В подпроцессе анализа данные социальных сетей анализируются в целях преобразования их для принятия решений. В этом подпроцессе могут использоваться различные методы

анализа. Применение описательно-дескриптивных методов используется для определения текущего состояния бизнес-проблемы, статистический анализ данных используется для принятия или отклонения бизнес-гипотез в принятии решений. Процедуры прогнозирования используют статистику и методы моделирования для определения будущей эффективности бизнеса на основе текущих и ретроспективных данных. Анализ данных социальных сетей также использует данные для определения оптимального курса действий, предполагая непрерывный мониторинг всех сфер бизнеса, чтобы предвидеть и активно решать проблемы.

На этапе информационной интеграции объединяется информация о клиентах, полученную из различных источников. Цель состоит в том, чтобы сформировать всестороннее и верное понимание взаимоотношений предпринимателя и клиента.

Этап распространения информации включает в себя распространение информации о клиентах по всем участникам маркетинговых процессов. Это распространение происходит с учетом объема информации, которая должна быть предоставлена соответствующим пользователям. Этот этап гарантирует, что информация о клиентах будет доступна в своевременном и удобном для использования виде всем соответствующим пользователям.

На этапе использования информации лица, принимающие решения в компании, используют информацию, полученную на этих этапах, для принятия бизнес-решений, которые приносят пользу.

На этапах, описанных выше, используются два типа данных социальных сетей: контент, созданный пользователями, и контент, созданный предпринимателем. Контент, инициируемый предпринимателем внутри его компании, может быть различных типов, включая рекламу, промо-контент, контент, связанный с брендом, новости компании, объявления по связям с общественностью и т.д. Различные типы контента, созданного пользователями, могут включать обзоры и рекомендации, записи в блогах, видеоконтент и форумы вопросов и ответов (включая комментарии).

Социальные сети предоставляют предпринимателю качественную площадку для прослушивания и мониторинга мнений клиентов. Предприниматели могут играть активную роль в социальных сетях, формируя мнение

клиентов и влияя на него. Многим предпринимателям не хватает возможностей для понимания и использования огромного объема данных социальных сетей, доступных им. В связи с этим предпринимателям требуются новые навыки среди маркетологов и ИТ-специалистов для обработки огромных объемов данных социальных сетей.

Одной из серьезных проблем, с которой сталкиваются менеджеры при использовании данных социальных сетей, является количественная оценка эффективности их усилий, особенно в плане рентабельности затрат и вложений [6]. В целом сложно точно измерить рентабельность использования данных социальных сетей. Главными причинами являются невозможность увязать результаты бизнеса с его последствиями в сфере социальных коммуникаций, нехватка опыта или ресурсов в области аналитики, плохие инструменты и источники данных для измерения, непоследовательные аналитические подходы и ненадежные или некачественные данные. Также затруднительно дать количественную оценку нефинансовым аспектам социальных сетей.

Решение этой проблемы заключается в том, что лица, принимающие решения, должны ориентироваться на общую ценность, которую использование данных социальных сетей приносит бизнесу.

Социальные сети представляют собой серьезную проблему и риск для предпринимателя. Важно, чтобы персонал предпринимателя предпринимал ответственные и разумные шаги при использовании социальных сетей в управлении спросом на его товарное предложение. Одна-единственная диссонирующая с общей линией публикация в социальных сетях может привести к срыву всех усилий по продвижению и выстраиванию коммуникаций. Также неотвеченное использование любой социальной сети любым сотрудником может привести к негативным последствиям, включая нанесение ущерба интересам предпринимателя и его репутации, включая разглашение конфиденциальной информации. Мониторинг активности персонала предпринимателя в социальных сетях должен проводиться таким образом, чтобы это не нарушало подразумеваемого доверия в отношениях между работодателем и работником. Также для обработки данных сотрудников должны быть юридические основания. Такой мониторинг может позволить предпринимателям принимать

упреждающие меры, а также принимать меры в режиме реального времени в отношении любого сотрудника, который прямо делает нелояльные заявления или распространяет конфиденциальную информацию в социальных сетях.

Еще одним важным последствием неконтролируемого распространения информации в социальных сетях является размывание коммуникационного фокуса. Если имеется много лиц, которые могут представлять бренды предпринимателя, риск размывания бренда возрастает, что особенно актуально для социальных сетей. Большое число лиц, использующих социальные сети для представления одного и того же бренда, приводит к информационному перенасыщению, когда, например, происходит рассылка разных сообщений от имени бренда. Размывание бренда может произойти из-за того, что эти различные сообщения содержат устаревшие логотипы, мероприятия, не связанные с брендом, и контент, который не соответствует официальному видению бренда. Важно, чтобы тон и индивидуальность бренда оставались неизменными с возможными небольшими корректировками. Однако эти разные сообщения не должны отражать совершенно разное представление об одном и том же бренде.

Социальные сети обладают большим потенциалом для предпринимателей в достижении более высокого уровня интерактивности и вовлеченности клиентов. Одним из основных требований для достижения более высокого уровня интерактивности и вовлеченности клиентов является интересный и привлекательный контент для клиентов. Однако создание интересного и привлекательного контента для клиентов является серьезной проблемой. Для развития отношений с клиентами необходимо создавать привлекательный контент на всех коммуникационных платформах. Ключевой особенностью является то, что контент в социальных сетях должен быть еще более оригинальным и креативным. Несколько точек соприкосновения с клиентами (например, блог генерального директора и страница службы поддержки клиентов в сервисе коротких сообщений) должны оптимизировать свой контент с помощью привлекательного контента, отвечающего требованиям его платформы.

При создании такого контента следует активно прислушиваться к своим клиентам, а не использовать однообразные похвалы

предпринимателю и его бренду. Клиентов не интересует, является ли кто-то лучшим предпринимателем где-то или нет. У них должна быть причина для взаимодействия с данным предпринимателем или брендом. Эта причина должна выходить за рамки положительных оценок предпринимателя или бренда в социальных сетях. Стратегия предпринимателя в социальной сети при распространении и создании контента должна устранять разрыв между ожиданиями маркетологов и клиентов. Рекламный контент должен быть интересным и увлекательным, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов.

Важно, чтобы предприниматель планировал свою деятельность в социальных сетях таким образом, чтобы создавался согласованный контент для разных площадок в социальных сетях. Этот контент должен быть новым, частым и оригинальным. Неминуемы большие трудности при создании согласованного контента в режиме реального времени, особенно если учесть, что каждая платформа социальных сетей работает по-разному. Клиенты могут воспринимать информацию, доступную в социальной сети, как более достоверную, чем информацию, доступную из традиционных источников. Это одна из причин, по которой предприниматели могут предпочесть использовать социальные сети в качестве платформы для информирования клиентов о своих продуктах и услугах. Это подчеркивает значительное влияние социальных сетей на покупательское поведение и принятие решений потребителями. Однако рекламный контент, созданный таким образом, также может не обеспечить желаемого уровня вовлеченности клиентов. Это связано с тем, что многие клиенты не заинтересованы в рекламном контенте, созданном предпринимателем в социальной сети.

Предприниматели все чаще используют социальные сети для усиления влияния на свои бренды, предлагая клиентам оценивать их и тщательно изучать их. Эта практика помогла потребителям научиться использовать бренды в своих собственных целях и нуждах. Например, имеющийся опыт говорит о том, что предприниматели создавали онлайн-сообщества и аккаунты в социальных сетях для развития отношений с клиентами. Однако клиенты использовали эти сообщества и страницы для поиска выгодных ценовых предложений или удобного места, где они могли бы высказать свои претензии. В таких случаях

предпринимателям важно реагировать, не усиливая негативное поведение клиентов. При этом необходимо и не связывать себя постоянно меняющимся контентом, особенно публикуемым другими пользователями. Следует иметь в виду, что негативный контент оказывает большее влияние на формирование впечатлений, суждений и выбора клиентов. Сетевой эффект, как в любой социальной сети, так и межсетевой, может способствовать распространению негативного и критического контента и наносить ущерб брендам предпринимателей.

Негативный эффект социальной сети также может сказаться на персонале предпринимателя, функционирующем именно в социальных сетях. Персонал может подвергаться повышенному стрессу и истощению из-за информационной перегрузки и неопределенности среды. В конечном итоге это может привести к снижению вовлеченности сотрудников. На негативное отношение к социальным сетям также может влиять отрасль данного бизнеса. Гораздо сложнее отреагировать на негативный контент, направленный против бренда, в той отрасли, где уровень удовлетворенности клиентов низок. Поляризация потребителей бренда в отношении мнений о нем также может усилить негативный эффект от рекламного контента. Это происходит потому, что клиенты публикуют больше негативных отзывов, чтобы отличаться от других клиентов в сообществе брендов.

Оперативность коммуникации в социальной сети означает, что предпринимателям необходимо быстрее реагировать на запросы своих клиентов. Клиенты ожидают такой быстрой реакции, и несоблюдение требований со стороны предпринимателей может привести к негативным последствиям. Например, клиенты могут сообщить о проблеме своим друзьям и родственникам и выразить свои опасения с помощью других форм коммуникации. На это возможно реагировать различными способами, включая технологии самообслуживания. Также целесообразно использовать онлайн-сообщества для предоставления недорогой и быстрой помощи клиентам.

Отсутствие какой-либо связи между данными из социальных сетей и другими данными о клиентах может привести к тому, что нельзя будет предпринять какие-либо действия с данными из социальных сетей, приводящие к принятию полезного решения. Интеграция же этих

данных означает, что информация о клиентах, собранная со всех точек контакта с ними, должна быть обобщена, чтобы обеспечить детальную историю взаимоотношений предпринимателя и клиента и способствовать последовательному и эффективному общению с клиентом.

Существует также проблема использования данных социальных сетей из-за нехватки ресурсов для сбора, хранения и анализа больших объемов данных. Руководители не уверены, какие измерения и показатели следует использовать в своей деятельности по анализу информации социальных сетей. Но эти показатели важны, поскольку менеджеры могут использовать их для того, чтобы убедить свое руководство выделить дополнительные ресурсы для эффективного использования социальных сетей в целях управления спросом.

Деятельность предпринимателей в области создания контента важна и с точки зрения следующих коммуникационных аспектов:

- 1) поиск правильного баланса между рекламным и другими типами создаваемого контента. Предпринимателям необходимо уделять особое внимание созданию интересного и привлекательного контента для предотвращения потери интереса у клиентов к его потреблению;
- 2) отношения между предпринимателем и отдельными пользователями, которые присоединяются к деятельности предпринимателя для достижения своих личных целей. Они составляют значительную часть активных генераторов эмоционально окрашенного контента в социальных сетях, пользующегося значительным доверием среди аудиторий. В силу этого предпринимателям необходимо понимать этих людей, взаимодействовать с ними и поддерживать связь как индивидуально, так и коллективно.

Использование данных социальных сетей в целях управления спросом и, шире, поведением отдельных людей и их групп в определенных отраслях, может привести к многочисленным психологическим и эмоциональным последствиям. Некоторые из этих воздействий могут быть негативными, например, негативное отношение к среде малого и среднего бизнеса и повышенные ожидания клиентов. требуется всемерная готовность оказать немедленную поддержку персоналу в преодолении этих негативных последствий.

Заключая, следует отметить, что предприниматели по-прежнему используют данные

социальных сетей в основном на операционном уровне управления, в то время как использования данных социальных сетей исключительно важно для принятия именно стратегических решений в маркетинге.

Литература

1. Saida Zainurossalamia, Irsan Tricahyadinata, Robiansyah Robiansyah, Dio Caesar Darma, Gusti Noorlitaria Achmad. Storytelling Marketing, Content Marketing, and Social Media Marketing on the Purchasing Decision. Budapest International Research and Critics Institute-Journal, 2021, Vol 4, No 3. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2150>
2. Seyyedamiri, N. and Tajrobehkar, L. Social content marketing, social media and product development process effectiveness in high-tech companies, International Journal of Emerging Markets, 2021, Vol. 16 No. 1, pp. 75-91. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2018-0323>
3. Fangfang Li, Jorma Larimo, Leonidas C. Leonidou. Social media in marketing research: Theoretical bases, methodological aspects, and thematic focus. Psychology & Marketing (2023) Volume 40, Issue 1, Pages 124-145. <https://doi.org/10.1002/mar.21746>
4. Sedkaoui, S., Benaichouba, R., Belkebir, K.M. Web Analytics and Social Media Monitoring. In: Sedkaoui, S., Khelfaoui, M., Benaichouba, R., Mohammed Belkebir, K. (eds) International Conference on Managing Business Through Web Analytics (2022). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-06971-0_13
5. Bruce, E., Keelson, S., Amoah, J., & Bankuoru Egala, S. (2023). Social media integration: An opportunity for SMEs sustainability. Cogent Business & Management, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2173859>
6. Elisa Arrigo, Caterina Liberati 1, Paolo Mariani. Social Media Data and Users' Preferences: A Statistical Analysis to Support Marketing Communication. Big Data Research, Volume 24, 15 May 2021, 100189. <https://doi.org/10.1016/j.bdr.2021.100189>

BRONNIKOV Maxim Anatolyevich

Associate Professor of the Department of Digital Technologies in Economics and Management, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR MARKETING MANAGEMENT PURPOSES

Abstract. *The article discusses the use of social media data in order to control the behavior of people and their groups in order to create and stimulate market demand.*

Keywords: *social media data, content creation, analytics, monitoring.*

ВОРОНЦОВ Михаил Юрьевич

аспирант, Международный инновационный университет, Россия, г. Сочи

*Научный руководитель – доцент Международного инновационного университета,
кандидат экономических наук Сочнева Елена Николаевна***ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Аннотация. В статье автор анализирует теоретические аспекты конкурентоспособности промышленности в Российской Федерации на современном этапе развития экономики. Автор приходит к выводу, что важным фактором является уровень инновационной и инвестиционной активности субъектов хозяйствования. Выявлены проблемы конкурентоспособности современных промышленных предприятий.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, промышленность, промышленные предприятия, современная экономика, привлечение инвестиций.

Экономика России усилила свою конкурентоспособность относительно стран Запада. Промышленность является одной из ключевых отраслей экономики, где существует ожесточенная конкуренция между компаниями. Особенности этой конкуренции влияют на стратегии бизнеса и поведение предприятий в данном секторе. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты, определяющие особенности конкуренции в промышленности.

По итогам 2023 года Россия вошла в пятерку самых быстрорастущих экономик G20, увеличив ВВП на 3,6 процента. Рост экономики в 2023 году полностью компенсировал спад на 1,2 процента, зафиксированный в 2022 году. На первом месте по темпам роста оказалась экономика Индии, ускорившись с 7,2 процента до 7,3 процента [4, с. 217]. Определим особенности конкурентоспособности на современном этапе развития экономики.

Первое, что следует отметить, это высокая степень специализации и технического уровня производства в промышленных компаниях. Технические инновации и постоянное развитие технологий играют ключевую роль в создании конкурентных преимуществ. Каждая компания стремится к постоянному совершенствованию своих процессов и продуктов, чтобы быть лучше конкурентов. Это требует значительных инвестиций в научно-исследовательскую деятельность и обновление оборудования.

Второй аспект – это глобализация рынка и возникновение международной конкуренции. С развитием транспортной инфраструктуры и информационных технологий компании получают доступ к новым рынкам за пределами

своей страны. Конкуренты становятся не только местными предприятиями, но также зарубежными компаниями с большими ресурсами и способностями. Это требует от промышленных предприятий учета особенностей каждого регионального рынка и разработки глобальных стратегий для успешной конкуренции.

Таким образом, понимание особенностей конкуренции в промышленности является ключевой задачей для успешного функционирования предприятий этого сектора экономики.

Постоянное развитие технического уровня производства и адаптация к изменениям на международном рынке позволяют компаниям сохранять свою конкурентоспособность и достигать успеха на фоне ожесточенной борьбы за клиента.

Обратимся к особенностям стратегий конкурентоспособности современного бизнеса, используемые промышленными компаниями для повышения своего положения на рынке.

В современной промышленности существуют различные виды конкуренции, которые отличаются по характеристикам и особенностям. Один из основных видов конкуренции – это ценовая конкуренция, которая базируется на снижении цен товаров или услуг для привлечения потребителей [2]. Ценовая конкуренция в промышленности может быть особенно интенсивной, особенно в отраслях, где существует большое количество поставщиков.

Следующий вид конкуренции – это конкуренция на основе качества товаров или услуг [3]. Компании в промышленности стараются предлагать более высокое качество товаров или

услуг, чтобы привлечь и удержать клиентов. Различные технические или инновационные характеристики могут быть использованы для создания преимущества перед конкурентами.

Также в промышленности существует конкуренция на основе маркетинга и рекламы. Компании стремятся создать уникальный имидж или бренд, чтобы привлечь внимание покупателей и увеличить спрос на свои товары или услуги. Рекламные кампании, скидки или акции могут быть использованы для привлечения клиентов и создания конкурентных преимуществ.

Нельзя оставить без внимания факторы, влияющие на конкуренцию в промышленности: анализ внешней и внутренней среды.

Таким факторы являются ключевыми элементами в определении успешности предприятий на рынке. Один из основных факторов – анализ внешней и внутренней среды.

Внешняя среда включает в себя факторы, находящиеся за пределами компании, такие как политическая, экономическая, социальная и технологическая окружающая среда. Политические решения и законодательство могут значительно влиять на условия конкуренции в данной отрасли. Экономические факторы, такие как инфляция, процентные ставки и валютные курсы, также могут оказывать существенное влияние на конкуренцию в промышленности. Социальные и технологические изменения, такие как изменение потребительских предпочтений и новые технологии, могут создать новые возможности или угрозы для предприятий.

Внутренняя среда включает в себя факторы, присущие самой компании, такие как стратегии, ресурсы, культура и структура организации. Стратегические решения и компетенции компании могут определить ее конкурентоспособность на рынке. Наличие необходимых ресурсов и их эффективное использование также является важным фактором.

Промышленная сфера сегодня представляет собой жесткую и сильно конкурентную среду. Чтобы выжить и преуспеть в такой ситуации, компании должны разработать эффективные стратегии конкуренции.

Одним из основных подходов к конкуренции в промышленности является стратегия низкой стоимости. Компании, применяющие эту стратегию, стремятся производить товары и услуги по наиболее низкой возможной цене, чтобы привлечь больше покупателей.

Примером успешной компании, использующей этот подход, является «Волмарт» [4, с. 217]. Они предлагают широкий ассортимент товаров по низким ценам, что позволяет им удерживать своих клиентов.

Другой подход – стратегия дифференциации продукции. Компании, следующие этой стратегии, создают и продвигают уникальные продукты и услуги, которые отличаются от конкурентов.

Третий подход – стратегия фокусирования. Компании, применяющие эту стратегию, сосредотачиваются на определенной группе потребителей или регионе рынка.

Роль инноваций в конкурентной борьбе промышленных предприятий является одним из ключевых факторов, определяющих успех и выживаемость компаний в современной промышленности. Инновации позволяют предприятиям не только создавать новые продукты и услуги, но и улучшать уже существующие, а также оптимизировать процессы производства и снижать затраты.

Инновационные разработки позволяют предприятиям выделиться на рынке, создать уникальное предложение для потребителей и привлечь новых клиентов. Они способны создать новые возможности для расширения бизнеса, обеспечивая компании конкурентное преимущество перед другими игроками на рынке.

Кроме того, инновации помогают промышленным предприятиям повышать эффективность своих процессов и сокращать временные затраты на производство. Внедрение новых технологий, автоматизация и использование современного оборудования позволяют значительно улучшить производительность и качество продукции.

Также, инновации играют важную роль в устойчивом развитии промышленных предприятий. Внедрение экологически чистых и энергосберегающих технологий позволяет уменьшить негативное воздействие на окружающую среду и снизить затраты на энергию.

Проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются компании в условиях конкуренции в промышленности, могут быть разнообразными. Одной из основных проблем является высокая степень насыщенности рынка. Конкуренция становится все более жесткой, и компании вынуждены постоянно совершенствоваться, чтобы выживать на рынке.

Следующей проблемой является снижение спроса на продукцию из-за экономических кризисов. Компании сталкиваются с трудностями в продажах и поиске новых клиентов. Однако, эта проблема может быть преодолена путем разработки инновационных продуктов и поиска новых рынков сбыта.

Также, в промышленности существует проблема недостатка квалифицированных кадров. Конкуренция за специалистов может быть жесткой, особенно в отраслях, где требуется высокая техническая компетенция. Для преодоления этой проблемы компании должны инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников, а также активно работать на привлечение молодых специалистов.

Наконец, одной из главных проблем является несправедливая конкуренция со стороны компаний, нарушающих правила международной торговли.

В связи с указанными проблемами, в настоящее время требуются дополнительные научные

исследования, посвященные конкурентоспособности промышленных предприятий Российской Федерации, направленных на развитие современной российской экономики в условиях жестких санкции иностранных государств.

Литература

1. Воронова О.Н. Конкурентоспособность региона как экономическое явление / О.Н. Воронова. Научный журнал. – 2015. – URL: <http://www.voronova-on.ru>.
2. Гришин В.И. Региональная экономика / под ред. В.И. Гришина. – Москва: Кнорус. – 2018. – 560 с.
3. Кормишкина Л.А. Общая экономическая безопасность: учебное пособие / Л.А. Кормишкина, О.С. Саушева. – Саранск. – 2016. – 253 с.
4. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - Москва: Инфа-М. – 2019. С. 217.

VORONTSOV Mikhail Yurievich

Postgraduate Student, International Innovation University, Russia, Sochi

*Scientific Advisor – Associate Professor of the International Innovation University,
Candidate of Economic Sciences Sochneva Elena Nikolaevna*

FEATURES OF COMPETITION IN INDUSTRY

Abstract. *In the article, the author analyzes the theoretical aspects of the competitiveness of industry in the Russian Federation at the current stage of economic development. The author concludes that an important factor is the level of innovation and investment activity of business entities. The problems of competitiveness of modern industrial enterprises are revealed.*

Keywords: *competition, competitiveness, industry, industrial enterprises, modern economy, attracting investments.*

ГАЙНУЛЛИН Вадим Васильевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЛАТЫПОВ Нияз Илгизович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЗИЯТДИНОВ Нариман Рафаэлевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ВОРОБЬЕВ Павел Артёмович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

**БАЗА УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ**

Аннотация. *Статья рассматривает концепцию финансовой безопасности и ее важность для обеспечения устойчивого экономического развития и благосостояния общества. Авторы обсуждают основные аспекты финансовой безопасности, включая оценку рисков и угроз, меры по защите от них, а также связь между финансовой и экономической безопасностью. Статья также подчеркивает важность индивидуальных инструментов для оценки уровня финансовой устойчивости при экстремальных сценариях.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, финансовая безопасность, риск-менеджмент, экономическая защищенность, капитал, стресс-тестирование.*

Финансовая безопасность – это концепт, который относится к степени защищенности организации или государства от финансовых рисков и угроз. Финансовая безопасность имеет большое значение для устойчивого экономического развития и благосостояния в обществе [1, с. 4-9]. Финансовая безопасность включает в себя оценку рисков и угроз, а также разработку и реализацию мер для защиты от этих рисков и угроз. Она также связана с созданием стабильной и надежной системы финансовых отношений, которая способствует росту экономики и обеспечивает устойчивость национальной валюты. Одним из основных аспектов финансовой безопасности является обеспечение устойчивости финансовой системы. Это означает, что финансовые институты должны быть надежными и защищенными от рисков. Кроме того, государство должно иметь контроль над финансовой системой и способность быстро реагировать на угрозы и риски [2].

Финансовая безопасность также связана с экономической безопасностью. Как правило, экономическая безопасность зависит от того, насколько стабильна и защищена финансовая система. В тех случаях, когда финансовая система неустойчива, возникает риск

экономического кризиса, который может иметь негативные последствия для экономики и общества в целом [3]. Оценка рисков и угроз является важным аспектом обеспечения финансовой безопасности. Она позволяет оценить возможные угрозы и риски, которые могут появиться в будущем. Некоторые из основных угроз, которые могут повлиять на финансовую безопасность, включают в себя: финансовые кризисы, изменения в мировой экономике, изменения в законодательстве и политике, кибератаки и т. д.

Одним из инструментов, используемых для оценки финансовой безопасности, является стресс-тестирование. Он представляет собой метод, который используется для оценки возможных последствий для финансовой системы в случае возникновения экстремальных ситуаций. Например, стресс-тестирование может быть использовано для оценки рисков в случае возникновения мирового экономического кризиса, или в случае банковского кризиса [4]. Кроме того, важно учитывать международные факторы, которые могут влиять на финансовую безопасность. Мировая экономика является связанной, и экономические кризисы в одной стране могут повлиять на другие страны.

Поэтому международное сотрудничество и координация мер в области финансовой безопасности могут иметь важное значение для обеспечения стабильности и устойчивости мировой экономики.

Финансовая безопасность также связана с устойчивостью национальной валюты. Национальная валюта должна быть защищена от рисков инфляции и девальвации. Это достигается путем контроля над денежной массой и инфляционными процессами, установлением стабильной экономической политики, а также другими мерами, направленными на обеспечение устойчивости валюты. В целом, финансовая безопасность – это концепт, который

является важным аспектом для обеспечения стабильности и устойчивости экономики. Он включает в себя оценку рисков и угроз, разработку и реализацию мер для защиты от этих рисков и угроз, а также контроль над финансовой системой. Она также связана с экономической безопасностью и устойчивостью национальной валюты. Финансовая безопасность имеет большое значение для экономического развития и благосостояния общества, поэтому ее поддержка и развитие является приоритетной задачей для государства и бизнес-сообщества [2]. Этапы обеспечения финансовой безопасности предприятия представлены в таблице.

Таблица

Этапы обеспечения финансовой безопасности предприятия

Этап	Описание
Анализ рисков	Определение потенциальных угроз для финансовой безопасности предприятия и оценка вероятности их реализации.
Разработка стратегии	Определение основных направлений и мер по обеспечению финансовой безопасности предприятия, а также выбор соответствующих инструментов и методов.
Организация системы управления	Создание структуры управления финансовой безопасностью, установление процедур и правил, а также обеспечение их исполнения.
Оценка эффективности мероприятий	Оценка результатов реализации мероприятий по обеспечению финансовой безопасности и корректировка стратегии, если необходимо.
Аудит системы управления	Проверка соответствия системы управления финансовой безопасностью предприятия установленным стандартам и требованиям, а также выявление возможных уязвимостей и рисков.
Улучшение системы управления	Внесение изменений в систему управления финансовой безопасностью предприятия на основе результатов аудита и общей эффективности ее работы.

Таким образом, таблица позволяет компактно и наглядно представить основные этапы обеспечения финансовой безопасности предприятия.

Обеспечение высокого уровня финансовой безопасности – это процесс управления финансами, который помогает защитить деньги и обеспечить стабильность вашего финансового положения. Это важно, потому что финансовые проблемы могут привести к серьезным последствиям, включая ухудшение кредитной истории, задолженность, банкротство и потерю имущества. Чтобы обеспечить высокий уровень финансовой безопасности, рекомендуется следовать нескольким принципам [3].

1. *Составление бюджета.* Ведение бюджета поможет понять, сколько денег вы зарабатываете и на что тратите свои деньги. Это позволит управлять своими расходами и избежать излишних трат.

2. *Создание резервного фонда.* Резервный фонд поможет подготовиться к неожиданным расходам, таким как авария или увольнение. Рекомендуется откладывать на этот фонд не менее 3–6 месяцев своих расходов.

3. *Инвестирование.* Инвестирование может помочь увеличить ваше богатство на долгосрочной основе. Однако перед инвестированием нужно провести тщательный анализ рисков и потенциальных доходов.

4. *Погашение долгов.* Уменьшение долгов и выплата задолженностей поможет улучшить вашу кредитную историю и уменьшить финансовые риски.

5. *Страхование.* Страхование может помочь защитить свое имущество и здоровье от потенциальных рисков и неожиданных расходов.

6. *Диверсификация доходов.* Разнообразьте свой доход, чтобы уменьшить зависимость от

одного источника дохода. Это может быть как дополнительная работа, так и инвестирование.

7. *Управление рисками.* Необходимо учитывать риски при принятии финансовых решений и проводить анализ возможных рисков и потенциальных доходов. Например, не стоит инвестировать все свои сбережения в один актив, чтобы уменьшить риск потери всего капитала.

8. *Образование.* Учиться и повышать свои знания в области финансов – это ключевой аспект обеспечения финансовой безопасности. Нужно постоянно изучать финансовые темы, такие как инвестирование, налоги и управление долгами.

Таким образом, понятие финансовая безопасность является важным теоретическим аспектом в области финансового менеджмента, который относится к обеспечению устойчивости финансовой системы в целом и организации в частности. Оно означает состояние, при котором финансовые ресурсы организации обеспечивают ее устойчивое развитие, безопасность и возможность достижения

поставленных целей. В основе понятия финансовая безопасность лежит концепция управления рисками, которая заключается в минимизации потерь и максимизации прибылей индивидов, организаций и государства в условиях неопределенности.

Литература

1. Внешние и внутренние угрозы финансовой безопасности предприятия / Ф.К. Блажевич // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. № 2. С. 4-9.
2. Гарина С.В., Редин Д.В. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями: учебное пособие / С.В. Гарина, Д.В. Редин. Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М. 2021. 294 с.
3. Гвинеева Е.Н. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник для вузов / Е.Н. Гвинеева. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт. 2021. 287 с.
4. Громов О.В., Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / О.В. Громов, В.Е. Губин. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. 244 с.

GAYNULLIN Vadim Vasilovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

LATYPOV Niyaz Ilgizovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

ZIYATDINOV Nariman Rafaelevich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

VOROBYOV Pavel Artemovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

ECONOMIC AND FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT BASE

Abstract. *The article examines the concept of financial security and its importance for ensuring sustainable economic development and the well-being of society. The authors discuss the main aspects of financial security, including the assessment of risks and threats, measures to protect against them, as well as the relationship between financial and economic security. The article also highlights the importance of individual tools for assessing the level of financial stability in extreme scenarios.*

Keywords: *economic security, financial security, risk management, capital, stress testing.*

ГАЙНУЛЛИН Вадим Васильевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЛАТЫПОВ Нияз Илгизович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЗИЯТДИНОВ Нариман Рафаэлевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ВОРОБЬЕВ Павел Артёмович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

КОРРУПЦИЯ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ КОМПАНИЙ

Аннотация. Статья рассматривает различные аспекты коррупции, определяя ее как злоупотребление властью или должностным положением в личных интересах. Она анализирует влияние коррупции на экономическую безопасность организации, выделяя ухудшение деловой среды, повышение издержек и ухудшение качества продукции. Статья также обсуждает меры по борьбе с коррупцией, включая разработку систем контроля, обучение сотрудников этике и сотрудничество с правоохранительными органами.

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовая стабильность, коррупция, мошенничество, издержки производства.

Коррупция – это злоупотребление властью или должностным положением с целью личной выгоды или получения неправомерной выгоды. Коррупция может проявляться в различных формах, таких как взяточничество, мошенничество, неправомерное обогащение, конфликт интересов, злоупотребление служебным положением [1]. Влияние коррупции на экономическую безопасность организации может быть разрушительным. Коррупция ухудшает деловую среду, повышает издержки бизнеса, ухудшает качество товаров и услуг, а также негативно влияет на имидж компании. Кроме того, коррупция может привести к ухудшению отношений с партнерами и клиентами, увеличению риска правовых преследований и потере лицензий и разрешений. В итоге коррупция может угрожать финансовой устойчивости и репутации организации.

Для защиты от коррупции и обеспечения экономической безопасности, организации должны разработать эффективные системы контроля и мониторинга, обучать своих сотрудников этике и управлению рисками, а также сотрудничать с правоохранительными органами для предотвращения и пресечения коррупционных действий [2, с. 110-115]. Одним

из основных факторов, который способствует развитию коррупции, является недостаточная прозрачность и открытость процессов в организации. Если управление и принятие решений происходят в тайне, без должной ответственности и контроля, это может создавать условия для появления коррупционных схем и действий.

Кроме того, коррупция может быть связана с низким уровнем зарплат и недостаточными социальными гарантиями для государственных служащих и других работников. Это может приводить к тому, что люди будут искать дополнительный доход за счет получения взяток или иных неправомерных средств. Коррупция также может быть связана с нарушением законодательства и недостаточным контролем за исполнением законов. Если законы не соблюдаются или их соблюдение не контролируется, это может приводить к возникновению коррупционных действий и развитию неблагоприятной среды для бизнеса.

Для борьбы с коррупцией и обеспечения экономической безопасности организации также может быть полезно участие в антикоррупционных программах и инициативах на уровне государства или отрасли. Такие

программы могут включать в себя обмен опытом и лучшими практиками, обучение и подготовку специалистов, а также механизмы для

обнаружения и предотвращения коррупционных действий.

Таблица

Определение коррупции и ее влияние на экономическую безопасность организации

Термин	Определение	Влияние на экономическую безопасность
Коррупция	Злоупотребление властью или должностным положением для личной выгоды	Нарушает законодательство и нормы этики, создает несправедливые конкурентные условия, может привести к потере прибыли, репутации и доверия клиентов.
Взятка	Денежное или иное материальное вознаграждение для получения преимущественных условий	Принятие взяток может привести к несправедливым преимуществам перед конкурентами, нарушению законодательства и норм этики, репутационным и финансовым потерям для организации.
Конфликт интересов	Противоречивые интересы, которые могут повлиять на принимаемые решения	Может привести к несправедливым решениям, которые будут выгодны только для отдельных лиц, потере прибыли, репутации и доверия клиентов.
Лоббирование	Деятельность по воздействию на органы власти и принятие решений в интересах организации	Может привести к получению преимуществ перед конкурентами, но, если осуществляется незаконными или недостойными способами, то может привести к репутационным и финансовым потерям для организации.
Конкуренция	Соперничество нескольких организаций за получение прибыли и доминирующего положения на рынке	Является стимулом для инноваций и улучшения качества продукции и услуг, но коррупция и недостойные методы конкуренции могут привести к несправедливым преимуществам и ухудшению экономической безопасности.
Репутация	Общественное мнение о компании, ее товарах, услугах и деятельности	Является важным фактором экономической безопасности, потому что позволяет привлекать и сохранять клиентов. Коррупция и недостойные методы ведения бизнеса могут привести к ухудшению репутации, что может отразиться на финансовом состоянии организации.

Как можно видеть из таблицы, коррупция, взятки, конфликт интересов и недостойные методы конкуренции отрицательно влияют на экономическую безопасность организации, так как они создают несправедливые конкурентные условия, нарушают законодательство и нормы этики, могут привести к потере прибыли, репутации и доверия клиентов [3].

С другой стороны, конкуренция, лоббирование и репутация являются важными факторами экономической безопасности организации, так как они стимулируют инновации и улучшение качества продукции и услуг, могут привести к получению преимуществ перед конкурентами, а также позволяют привлекать и сохранять клиентов. Для обеспечения экономической безопасности организации необходимо избегать недостойных методов ведения бизнеса и следовать законодательству и нормам этики.

Кроме того, организации необходимо уделять внимание конкуренции, лоббированию и репутации, так как они могут стать ключевыми факторами успеха на рынке [4, с. 30-34].

Важно отметить, что коррупция и недостойные методы конкуренции могут иметь не только финансовые последствия для организации, но также могут привести к ущербу для здоровья людей и окружающей среды. Например, если компания нарушает экологические стандарты ради получения прибыли, то это может привести к загрязнению воды, воздуха или почвы, что в свою очередь может негативно повлиять на здоровье людей и экономическую безопасность региона. Кроме того, репутация является важным фактором не только для привлечения и сохранения клиентов, но также может быть важным фактором при привлечении

инвестиций или привлечении талантливых сотрудников.

Экономическая безопасность организации зависит от многих факторов, включая соблюдение законодательства и норм этики, конкуренцию, лоббирование, репутацию, заботу о здоровье людей и окружающей среды. Организации, которые считают эти факторы приоритетными и действуют сознательно, имеют больше шансов на успех на рынке и обеспечение своей экономической безопасности в долгосрочной перспективе.

Таким образом, для обеспечения экономической безопасности организации необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы, а также уметь быстро адаптироваться к изменениям на рынке и действовать сознательно в соответствии с законодательством и нормами этики.

Литература

1. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А.В. Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Либра. 2017. 289 с.
2. Котляр Н.Л. Оценка финансовой устойчивости предприятия на базе аналитических коэффициентов / Котляр Н.Л. // Финансы. 2015. № 1. С. 110-115.
3. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. М.: ИНФА-М. 2018. 324 с.
4. Литвинова В.И. Оценка ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий // Молодежный научно-технический вестник. № 4. 2017. С. 30-34.

GAYNULLIN Vadim Vasilovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

LATYPOV Niyaz Ilgizovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

ZIYATDINOV Nariman Rafaelevich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

VOROBYOV Pavel Artemovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

CORRUPTION AS A FACTOR AFFECTING THE ECONOMIC SECURITY OF COMPANIES

Abstract. *The article examines various aspects of corruption, defining it as abuse of power or official position in personal interests. She analyzes the impact of corruption on the economic security of an organization, highlighting the deterioration of the business environment, increased costs and deterioration in product quality. The article also discusses anti-corruption measures, including the development of control systems, ethics training for employees and cooperation with law enforcement agencies.*

Keywords: *economic security, financial stability, corruption, fraud, production costs.*

ГАЙНУЛЛИН Вадим Васильевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЛАТЫПОВ Нияз Илгизович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ЗИЯТДИНОВ Нариман Рафаэлевич

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

ВОРОБЬЕВ Павел Артёмович

студент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа

НЕКОТОРЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация. Статья обозначает коррупцию как существенную угрозу экономической стабильности организаций, подчеркивая, что она может привести к финансовым потерям, нарушению договоров и даже к банкротству. Авторы выделяют формирование системы управления рисками, создание этической культуры и установление строгих правил внутри организации. Подчеркивается важность интеграции этих мер в общую стратегию управления, а также роль ответственности и наказания.

Ключевые слова: антикоррупционные меры, коррупция, управление предприятием, механизмы контроля компании, управление рисками.

Коррупция является одной из основных угроз экономической безопасности организации. Она может приводить к потере имущества, нарушению договорных обязательств, уменьшению прибыли и даже к банкротству компании. Для борьбы с коррупцией в организации необходимы эффективные механизмы противодействия, которые помогут предотвратить и снизить риски коррупционных проявлений.

Один из главных механизмов противодействия коррупции в организации – это формирование и развитие системы управления рисками. Система управления рисками включает в себя процесс выявления, анализа, оценки и контроля рисков, связанных с коррупционными проявлениями, и принятие мер для устранения этих рисков. Она также может включать в себя создание соответствующих политик, процедур и инструкций, направленных на предотвращение коррупционных проявлений.

Важным механизмом противодействия коррупции является формирование этической культуры внутри организации. Это может включать в себя разработку этических кодексов и норм поведения для сотрудников,

проведение обучающих программ, направленных на соблюдение этики и ответственности, и создание механизмов контроля за соблюдением этики. Кроме того, создание системы вознаграждений и поощрений, направленной на поощрение соблюдения этических принципов, может быть эффективным механизмом борьбы с коррупцией в организации.

Другим важным механизмом противодействия коррупции является создание системы контроля и надзора. Она может включать в себя проведение аудитов и проверок на предмет выявления коррупционных проявлений, создание системы обратной связи, механизмов подачи жалоб и иных форм коммуникации, которые позволяют сотрудникам и другим заинтересованным сторонам сообщать о коррупционных проявлениях и получать ответы на свои вопросы.

Также важным механизмом противодействия коррупции является установление строгих правил и процедур по закупкам и контролю за финансовыми потоками в организации. Организация может создать специализированные службы, занимающиеся контролем закупок и финансов, а также использовать специальное программное обеспечение, которое

автоматизирует процессы и позволяет выявлять коррупционные проявления.

Еще одним механизмом противодействия коррупции является создание эффективной системы внутреннего контроля. Она может включать в себя проверку финансовых отчетов, аудитов, регулярное проведение инвентаризации имущества и т. д. Такая система контроля позволяет выявлять нарушения и коррупционные проявления в ранней стадии и принимать меры по их предотвращению.

Важным механизмом противодействия коррупции является также создание системы ответственности и наказания за коррупционные проявления. Организация может установить жесткие санкции за коррупционные действия, включая увольнение сотрудников, привлечение к ответственности перед законом, штрафы и т. д. Также важно создание системы поощрения и стимулирования сотрудников, которые соблюдают высокие стандарты этики и ответственности [1, с. 36-38].

Важным механизмом противодействия коррупции является проведение регулярных обучающих программ и тренингов для сотрудников организации. Они помогают повышать уровень осведомленности сотрудников о коррупции и ее последствиях, а также обучают сотрудников методам предотвращения коррупции и защите от нее. Такие программы также помогают формировать этическую культуру и ответственное поведение среди сотрудников организации.

Эффективные механизмы противодействия коррупции в организации – это комплексный подход, включающий в себя правовые, организационные, культурные и образовательные меры.

Также следует учитывать, что эффективные механизмы противодействия коррупции должны быть интегрированы в общую стратегию управления рисками и безопасностью организации. Они должны быть частью комплексного подхода, который включает в себя оценку рисков, разработку политик, процедур и инструкций, создание систем контроля и надзора, формирование этической культуры, обучение сотрудников и т. д. Только такой

комплексный подход позволяет добиться максимального эффекта и снизить риски коррупционных проявлений в организации [2, с. 218-223].

Также важно отметить, что эффективные механизмы противодействия коррупции должны быть не просто формальными процедурами, но и частью общей культуры организации. Они должны отражать ценности и принципы, на которых основана деятельность организации, и быть частью ее миссии и стратегии. Только в таком случае сотрудники организации будут охотнее соблюдать эти механизмы и повышать уровень этики и ответственности.

Следует учитывать, что эффективные механизмы противодействия коррупции являются важной частью ответственного управления бизнесом и социальной ответственности компании. Они помогают создать более справедливое и эффективное общество, укрепляют доверие и уважение со стороны партнеров, клиентов и общественности в целом, что в свою очередь может способствовать улучшению бизнес-процессов и повышению доходов компании в долгосрочной перспективе [3].

В целом, противодействие коррупции является важной задачей для любой организации, которая стремится к эффективному управлению рисками и безопасности. Для достижения этой цели необходимо использовать комплексный подход, который включает в себя оценку рисков, создание политик и процедур, формирование этической культуры, обучение сотрудников и другие механизмы.

Литература

1. Меламедов С.Л. Формирование стратегии экономической безопасности предприятия / С.Л. Меламедов // Издательство СПбГТУ. 2017. № 4. С. 36-38.
2. Мельцас Е. Понятийный аппарат финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2019. № 3. С. 218-223.
3. Моденов А.К., Белякова Е.И., Власов М.П. и Лелявина Т.А. Экономическая безопасность предприятия. М.: СПбГАСУ. Спб. 2019. 550 с.

GAYNULLIN Vadim Vasilovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

LATYPOV Niyaz Ilgizovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

ZIYATDINOV Nariman Rafaelevich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

VOROBYOV Pavel Artemovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

SOME ANTI-CORRUPTION MECHANISMS IN ORGANIZATIONS

Abstract. *The article identifies corruption as a significant threat to the economic stability of organizations, emphasizing that it can lead to financial losses, breach of contracts and even bankruptcy. The authors highlight the formation of a risk management system, the creation of an ethical culture and the establishment of strict rules within the organization. The importance of integrating these measures into the overall management strategy, as well as the role of responsibility and punishment, is emphasized.*

Keywords: *anti-corruption measures, corruption, enterprise management, company control mechanisms, risk management.*

ГАЙНУЛЛИН Вадим Васильевич

студент, Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа

ЛАТЫПОВ Нияз Илгизович

студент, Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа

ЗИЯТДИНОВ Нариман Рафаэлевич

студент, Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа

ВОРОБЬЕВ Павел Артёмович

студент, Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа

ОБЗОР ИНСТИТУТОВ ПРАВОПОРЯДКА, БОРЮЩИХСЯ С КОРРУПЦИЕЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

***Аннотация.** Статья обосновывает важность органов власти и правоохранительных структур в противодействии коррупции в организациях. Приводятся возможные последствия коррупционных действий на разной временной перспективе. Рассматриваются такие понятия, как культура нулевой терпимости к коррупции, кампании против коррупции, этические кодексы и антикоррупционные законы и стандарты.*

***Ключевые слова:** экономическая безопасность, коррупция, институты правопорядка, органы власти, правоохранительные структуры.*

Роль органов власти и правоохранительных органов в борьбе с коррупцией в организации очень важна. Они играют ключевую роль в создании и поддержании системы нулевой терпимости к коррупции, которая является одним из основных элементов эффективного управления организацией [1, с. 29-35].

Органы власти, такие как правительство, регуляторные органы и государственные службы, могут принимать законы и политики, направленные на борьбу с коррупцией. Они также могут создавать механизмы для контроля за деятельностью организаций и защиты прав честных бизнесменов и граждан. Органы правоохранительных органов, такие как полиция, прокуратура и суды, могут вести расследования коррупционных преступлений и преследовать нарушителей закона.

Органы власти и правоохранительные органы также могут сотрудничать с частным сектором и гражданским обществом для усиления борьбы с коррупцией. Например, они могут вести совместные расследования, разрабатывать совместные программы и обмениваться информацией для предотвращения коррупционных преступлений.

Кроме того, органы власти и правоохранительные органы могут играть роль в формировании культуры нулевой терпимости к коррупции внутри организации. Например, они могут проводить кампании против коррупции, разрабатывать этические кодексы и требовать от организаций соблюдения законов и стандартов.

Таблица

Роль органов власти и правоохранительных органов в борьбе с коррупцией в организации

Орган власти и правоохранительный орган	Роль в борьбе с коррупцией в организации
Президент	Обеспечение координации и контроля за борьбой с коррупцией в организациях
Правительство	Разработка и реализация антикоррупционной политики в организациях
Федеральная служба безопасности	Проведение оперативно-розыскных мероприятий и выявление фактов коррупции в организациях
МВД	Выявление, пресечение и расследование коррупционных преступлений в организациях
Федеральная налоговая служба	Контроль за правильностью уплаты налогов и сборов, выявление фактов коррупции в организациях
Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения	Выявление и пресечение коррупционных схем в медицинской сфере
Федеральная антимонопольная служба	Борьба с коррупционными схемами на рынках и в сфере госзакупок
Федеральная служба по финансовым рынкам	Выявление и пресечение коррупционных схем в финансовой сфере
Генеральная прокуратура	Контроль за соблюдением законности в организациях и борьба с коррупционными преступлениями
Следственный комитет	Расследование коррупционных преступлений в организациях
Комитет государственного контроля	Контроль за расходованием бюджетных средств в организациях и выявление коррупционных схем
Органы местного самоуправления	Разработка и реализация антикоррупционных мер в организациях, находящихся на их территории

Как можно видеть из таблицы, борьба с коррупцией в организации требует совместных усилий и координации многих органов власти и правоохранительных органов. Каждый из них имеет свою роль в этом процессе: от разработки антикоррупционной политики до выявления, пресечения и расследования коррупционных преступлений.

Важно понимать, что успешная борьба с коррупцией зависит не только от действий органов власти и правоохранительных органов, но и от ответственности руководителей и работников организации, от сознательности и этики бизнеса в целом.

Кроме того, эффективность борьбы с коррупцией в организации также зависит от культуры прозрачности и открытости в обществе. Только общество, осведомленное о том, что происходит в организациях, может настаивать на создании условий для борьбы с коррупцией и контролировать ее результаты.

Таким образом, борьба с коррупцией в организации является сложным и многопрофильным процессом, который требует совместных усилий со стороны многих заинтересованных сторон.

Также из таблицы можно сделать вывод, что в борьбе с коррупцией важным аспектом является сотрудничество и координация между различными органами власти и правоохранительными органами, чтобы предотвратить коррупционные схемы и преступления. Это может быть достигнуто через обмен информацией и координацию действий [2, с. 71-73].

Кроме того, таблица подчеркивает важность роли государственных органов и органов местного самоуправления в создании условий для борьбы с коррупцией в организациях. Это может включать в себя создание законов, регулирующих деятельность организаций и государственных служащих, а также разработку эффективных мер для выявления и пресечения коррупционных схем.

В целом, борьба с коррупцией является одним из наиболее важных вызовов для развития экономики и общества, и требует системного и комплексного подхода на уровне государства, организаций и общества в целом [3].

Кроме того, таблица показывает, что в борьбе с коррупцией необходимо уделять особое внимание отдельным отраслям и сферам, таким как медицина, финансы,

государственные закупки и другие, в которых часто возникают коррупционные схемы.

Важно также отметить, что борьба с коррупцией должна быть постоянным и систематическим процессом, основанным на этичности и прозрачности. Это включает в себя создание эффективных механизмов контроля и наказания за коррупционные преступления, а также обучение работников и руководителей организаций принципам этичности и правовой культуры [4, с. 36-38].

Наконец, таблица подчеркивает необходимость привлечения широкой общественности к борьбе с коррупцией. Это может быть достигнуто через общественное участие в контроле за деятельностью организаций, распространение информации о коррупционных схемах и преступлениях, а также поддержку

государственных и общественных организаций, которые занимаются борьбой с коррупцией.

Литература

1. Ломовцева А.В., Трофимова Т.В. Сущность экономической безопасности как экономической категории // Российское предпринимательство. 2019. № 14. С. 29-35.
2. Малев В.А. Взаимосвязь экономической безопасности и устойчивости предприятия / В.А. Малев // Управление инвестициями и инновациями. 2016. №3. С. 71-73.
3. Манохина Н.В. Экономическая безопасность: учеб. пособие / Н.В. Манохина. // М.: ИНФРА-М. 2018. 320 с.
4. Меламедов С.Л. Формирование стратегии экономической безопасности предприятия / С.Л. Меламедов // Издательство СПбГТУ. 2017. № 4. С. 36-38.

GAYNULLIN Vadim Vasilovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

LATYPOV Niyaz Ilgizovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

ZIYATDINOV Nariman Rafaelevich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

VOROBYOV Pavel Artemovich

Student, Ufa University of Science and Technology, Russia, Ufa

OVERVIEW OF LAW ENFORCEMENT INSTITUTIONS FIGHTING CORRUPTION IN ORGANIZATIONS

Abstract. *The article substantiates the importance of government and law enforcement agencies in combating corruption in organizations. The possible consequences of corruption actions in different time perspectives are given. Concepts such as a culture of zero tolerance for corruption, anti-corruption campaigns, ethical codes and anti-corruption laws and standards are considered.*

Keywords: *economic security, corruption, law enforcement institutions, government agencies, law enforcement agencies.*

ДАВЫДЕНКО Яна Дмитриевна

студентка, МИРЭА – Российский технологический университет,
Россия, г. Москва

РЕВИН Дмитрий Алексеевич

студент, МИРЭА – Российский технологический университет,
Россия, г. Москва

АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Аннотация. В статье рассматривается сущность управления экономической безопасностью хозяйствующего субъекта, целью которой является обеспечение защиты его производственной деятельности от внешних и внутренних угроз и факторов, способных на нее повлиять.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, внутренние угрозы, внешние угрозы, факторы экономической безопасности.

В условиях свободной конкуренции на рынке важную роль играет повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности компаний. Конкуренция стимулирует разработку стратегий развития, направленных на укрепление позиций на рынке через активное продвижение, инновации и реализацию продукции.

Одним из ключевых аспектов финансово-экономической деятельности предприятий является их экономическая безопасность. Организация, способная обеспечить высокий уровень экономической безопасности, получает ряд преимуществ при привлечении инвестиций, получении кредитов, выборе поставщиков и найме квалифицированных кадров. Чем выше уровень экономической безопасности компании, тем меньше она подвержена рискам, которые могут негативно сказаться на её деятельности.

Термин «экономическая безопасность» обычно ассоциируется с возможностью компании противостоять негативным внешним факторам. В таких условиях компания защищена от воздействия внешней среды и способна предотвращать угрозы или адаптироваться к ним, избегая негативных последствий благодаря своему внутреннему потенциалу.

Угроза экономической безопасности предприятия заключается в возможности нарушения его нормального функционирования и достижения целей, что может привести к убыткам.

Угрозы экономической безопасности имеют свои особенности, но также подвержены общим факторам, которые могут нарушить стабильность экономики. Эти факторы включают сокращение производства, сложности в финансовой сфере, увеличение социальной напряжённости, криминализацию общества и экономики, а также снижение конкурентоспособности.

Угрозы могут быть внешними и внутренними. Внешние угрозы возникают за пределами компании и могут нанести ущерб, меняя внешние условия. Экономическая безопасность, связанная с внешней средой, определяет способность компании налаживать связи для обеспечения своей экономической безопасности.

Внутренние угрозы экономической безопасности связаны с хозяйственной деятельностью предприятия. Они возникают в процессе производства и реализации продукции и могут повлиять на результаты хозяйственной деятельности компании [3].

Таблица

Угрозы экономической безопасности предприятия

Внешние угрозы	Внутренние угрозы
Изменение политической ситуации в стране.	Действия или бездействия (умышленные и неумышленные) сотрудников предприятия, противоречащие интересам его коммерческой деятельности.
Макроэкономические кризисы.	Подрыв ее делового имиджа предприятия в бизнес-кругах.
Изменение законодательства.	Криминальные действия персонала (воровство на собственном предприятии, продажа коммерческой информации конкурентам).
Противоправные действия криминальных структур, фирм и частных лиц.	Недостатки на производстве, нарушения технологии.
Чрезвычайные ситуации природного и технического характера.	Ненадёжное партнерство.
Недобросовестная конкуренция и доступ к конфиденциальной информации.	Злоупотребление полномочиями.

Угроза экономической безопасности предприятия возникает, когда возникают ситуации, которые могут нарушить нормальное функционирование компании и затруднить достижение ее целей, что может привести к убыткам.

Угрозы экономической безопасности имеют свои особенности, но они также связаны с общими факторами, которые могут дестабилизировать экономику. К таким факторам относятся спад производства, проблемы в финансовой системе, социальная напряжённость, преступность в экономике и обществе, а также снижение конкурентоспособности.

Угрозы могут быть внутренними и внешними. Внешние угрозы возникают за

пределами компании и могут причинить ей ущерб, изменяя внешнюю среду. Экономическая безопасность, связанная с внешней средой, определяет способность компании устанавливать отношения таким образом, чтобы максимально обеспечить свою экономическую безопасность [5].

Внутренние угрозы экономической безопасности связаны с хозяйственной деятельностью предприятия. Они возникают в процессе производства и реализации продукции и могут повлиять на результаты хозяйственной деятельности компании. Внешние факторы можно разделить на три подгруппы, наглядно отображенные на рисунке 1 [6].

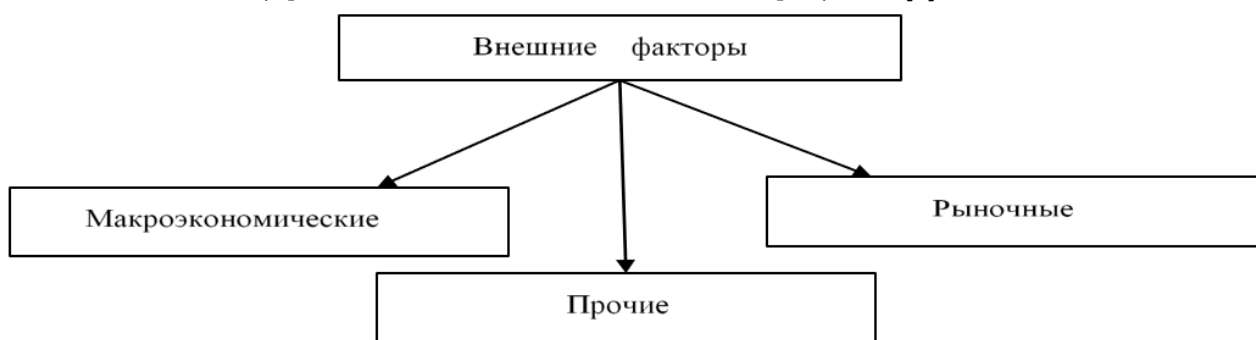


Рис. 1. Внешние факторы экономической безопасности предприятия

Макроэкономические факторы включают в себя различные аспекты, такие как стадия развития экономики страны, стабильность хозяйственного законодательства, уровень инфляции, обменный курс валют, покупательскую способность населения, состояние финансовой системы и государственную политику в области антимонопольного, инвестиционного,

налогового, инновационного, внешнеэкономического и ценового регулирования.

Рыночные факторы – это потребности покупателей, стоимость сырья и готовых товаров, соперничество в регионе и отрасли, действия конкурентов, масштаб рынка и способность покупателей платить.

К другим факторам относятся научно-технический прогресс, демографические тенденции, криминальная обстановка, природные и климатические условия и другие.

Совокупность внутренних факторов экономической безопасности можно разделить на следующие группы, рисунок 2 [2].



Рис. 2. Внутренние факторы экономической безопасности предприятия

Финансовые аспекты включают в себя структуру и ликвидность активов, структуру капитала, наличие оборотного капитала, уровень рентабельности, прибыльность инвестиционных проектов и дивидендную политику.

Производственные факторы охватывают использование основных и оборотных средств, состояние и структуру основных фондов, систему контроля качества и себестоимость продукции.

Кадровые аспекты включают организационную структуру управления, квалификацию и состав персонала, систему оплаты труда и мотивацию сотрудников, наличие стратегии развития, уровень рационализаторства и социальные мероприятия.

Материально-технические аспекты касаются технологий снабжения, качества материалов, разнообразия источников поставок, регулярности поставок и применения современных методов снабжения.

Инвестиционно-технологические аспекты предполагают наличие научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), инвестиционных ресурсов и уровень инновационной активности.

Аспекты сбыта включают ассортимент продукции, ценовую политику, методы расчёта с клиентами, портфель заказов, степень диверсификации клиентов и проведение маркетинговых исследований.

Экологические аспекты включают реализацию природоохранных мероприятий и внедрение новых технологий [4].

Угрозы экономической безопасности оказывают влияние на различные аспекты деятельности предприятия, включая его структурные подразделения, качество ресурсов и имущества, виды деятельности и состояние персонала. Например, они могут повлиять на контроль текучести кадров, обеспечение безопасности сотрудников и внедрение мотивационных программ.

Важно отметить, что не все события, приводящие к негативным результатам, являются угрозой экономической безопасности компании. Решения в области управления и маркетинга, такие как реинжиниринг и ценообразование, могут иметь отрицательные последствия для бизнеса, но не считаются угрозой экономической безопасности. Несмотря на риски, связанные с изменениями на рынке, эти решения способствуют достижению целей предприятия и его развитию, что соответствует принципам предпринимательской деятельности, указанным в статье 2 Гражданского кодекса РФ [1].

Таким образом, такие решения являются неотъемлемой частью предпринимательства, которое всегда связано с рисками и возможными потерями.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1: Федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ: [ред. от 29.12.2017] // Собр. Законодательства Рос. Федерации. – 1994 – № 32 – Ст. 3301.
2. Каратуев, А.Г. Экономика предприятия / А.Г. Каратуев. – М.: ФБК– ПРЕСС, 2022. – 580 с.
3. Никифорова Е.В. Формирование и раскрытие информации об устойчивом развитии компании // Актуальные проблемы экономики и права (дата обращения: 06.04.2024).
4. Когденко, В.Г. Основные обеспечения экономической безопасности: учеб. пособие

для вузов / В.Г. Когденко, М.В. Мельник, И.Л. Быковников. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2021. – 471 с.

5. Уразгалиев, В.Ш. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов / В.Ш. Уразгалиев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 725 с.

6. Жилияков, Д.И. Общая теория экономической безопасности: учеб. пособие / Д.И. Жилияков, В.Г. Зарецкая. – М.: КНОРУС, 2021. – 368 с.

DAVYDENKO Yana Dmitrievna

student, MIREA – Russian Technological University, Russia, Moscow

REVIN Dmitry Alekseevich

student, MIREA – Russian Technological University, Russia, Moscow

**ANALYSIS OF EXTERNAL AND INTERNAL THREATS
TO THE ECONOMIC SECURITY OF AN ECONOMIC ENTITY**

Abstract. *The article examines the essence of the management of economic security of an economic entity, the purpose of which is to ensure the protection of its production activity from external and internal threats and factors that can affect it.*

Keywords: *economic security, enterprises, internal threats, external threats, factors of economic security.*

ДАВЫДЕНКО Яна Дмитриевна

студентка, МИРЭА – Российский технологический университет, Россия, г. Москва

РЕВИН Дмитрий Алексеевич

студент, МИРЭА – Российский технологический университет, Россия, г. Москва

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ

Аннотация. В статье рассматривается сущность управления финансовыми рисками предприятий сферы «строительство и обустройство детских игровых зон». Изучаются основные методы, применяемые для управления финансовыми рисками.

Ключевые слова: финансовый риск, методы управления, лимитирование, уклонение, поглощение, диверсификация, хеджирование, распределение рисков, самострахование (внутреннее страхование), страхование риска.

Риски оказывают значительное воздействие на финансовое состояние организации, и вероятность его возникновения не зависит от размера компании. Финансовые риски являются наиболее распространенными и могут повлиять на финансовые результаты компании, приводя как к финансовым потерям, так и к банкротству. Поэтому одной из ключевых задач финансового руководителя является точная и своевременная идентификация финансовых рисков, способных повлиять на деятельность компании.

Развитие рыночных отношений привело к тому, что на деятельность субъектов хозяйствования оказывают влияние развитие технологий, деятельность конкурентов, цифровизация, политика на валютном рынке и др. Неотъемлемой частью функционирования предприятия в таких условиях является подверженность финансовым рискам. Деятельность по управлению финансовыми рисками является относительно новым видом функций управленческого персонала предприятий сферы «строительство и обустройство детских игровых зон», что ставит в основу важность и актуальность данного процесса. Каждое предприятие стремится к минимальным потерям, которые могут быть достигнуты при использовании наиболее оптимальных подходов к управлению финансовыми рисками [4, с. 26].

Риск представляет собой допустимость получения результата отличного от планируемого.

Финансовый риск предприятия – представляет собой вероятность возникновения неблагоприятного исхода, при котором предприятие

теряет или недополучает части дохода/капитала [5, с. 141].

Целью управления финансовыми рисками предприятий сферы «строительство и обустройство детских игровых зон» является предотвращение потерь, возникающих вследствие возникновения финансовых рисков, к минимальному значению.

Управление рисками подчиняется основному постулату, что управление возможно только тем, что возможно количественно измерить [2, с. 25].

Предприятиями сферы «строительство и обустройство детских игровых зон» при управлении финансовыми рисками используются различные методические подходы. При этом во внимание принимаются как внешние, так и внутренние механизмы минимизации рисков.

В рамках механизмов минимизации рисков предприятия могут отдать предпочтение следующим методам управления рисками: лимитирование, уклонение, поглощение, диверсификация, хеджирование, распределение рисков, самострахование (внутреннее страхование), страхование риска.

Рассмотрим более подробно каждый из методов.

Лимитирование представляется как деятельность по управлению финансовыми рисками, которая заключается в установлении пороговых показателей финансовой деятельности. К таким пороговым показателям относят: максимально допустимая сумма расходования средств, кредитования, заемных средств и др. Лимитирование имеет место в политике работы с потребителями при предоставлении

рассрочек, кредитования. Такой метод характеризуется наименьшими затратами [6, с. 34].

В основу метода уклонения от риска положено то, что предприятия в своей деятельности заранее реализуют отдельные мероприятия, которые в дальнейшем не приведут к рисковым ситуациям. Примером таких мероприятий является отказ от использования заемных источников средств, либо их минимальное использование, снижение уровня низколиквидных активов, сохранение свободных денежных средств и др. Однако акцентирование внимание на потерях вследствие возникновения рисков приводит к тому, что предприятие не получает дополнительный объем прибыли, кроме того, не все риски могут быть приняты во внимание. Данный метод целесообразен для рисков со значительным масштабом.

Поглощение представляется как принятие возможности потерь и отказ от страхования. Такой метод имеет место в случае, когда потери для предприятия не являются существенными. При этом предприятие заранее планирует источники перекрытия потерь.

Диверсификация представляется как деятельность по вложению финансовых ресурсов в отдельные объекты. Такой метод является целесообразным при снижении негативного влияния специальных видов рисков. Он может значительно снизить часть риска. Такой метод приобрел широкое использование, так как характеризуется минимальными затратами.

Метод хеджирования используется при реализации купли или продажи чего-либо с фиксированной ценой будущей сделки.

Посредством данного метода происходит снижение риска роста незапланированных расходов покупки. Следовательно, стороны заранее застрахованы от непредвиденных колебаний стоимости объекта сделки [6, с. 34].

Под методом распределения рисков подразумевается частичная передача рисков партнерам при осуществлении отдельных сделок. Метод основывается на том, что передается только та часть риска, которая может быть минимизирована с наибольшей эффективностью. Методы нейтрализации риска партнер определяет на свое усмотрение.

Самострахование представляется как метод, в котором используются внутренние источники средств, которые применяются для снижения влияния отрицательных факторов. При использовании данного метода формируются различные фонды, запасы, сохраняется часть

прибыли, которая может быть использована на перекрытие потерь. Данному методу присуща скорость, но одновременно происходит замораживание части средств предприятия. Именно поэтому предприятия проводят анализ и оптимизацию суммы финансовых средств.

Также применяется такой метод как страхование риска. Данный метод предполагает страхование рисков сторонними организациями, в свою очередь предприятие перечисляет часть средств как оплату услуги страхования. Страховые возмещения при этом определяются исходя из стоимости объекта страхования, страховой суммой и размером оплачиваемой страховой премии [1, с. 15].

К системам управления финансовыми рисками предприятия также целесообразно установить совокупность необходимых требований. Среди таких требований можно выделить:

- постоянное отслеживание ситуации в сфере финансовых рисков;
- определение и использование инструментария по управлению рисками;
- распределение обязанностей на предприятии по управлению финансовыми рисками;
- формирование системы внутренней документации, необходимой при управлении рисками;
- определение пороговых значений финансовых показателей, при которых велика вероятность возникновения финансовых рисков;
- формирование вариантов источников покрытия потерь;
- регламентация деятельности сотрудников по управлению финансовыми рисками и др. [3, с. 56].

Таким образом, управление финансовыми рисками имеет важное значение в деятельности предприятий сферы «строительство и обустройство детских игровых зон».

Целью управления финансовыми рисками предприятия является приведение потерь, возникающих вследствие возникновения финансовых рисков, к минимальному значению.

Выделяют следующие методы управления финансовыми рисками: лимитирование, уклонение, поглощение, диверсификация, хеджирование, распределение рисков, самострахование (внутреннее страхование), страхование риска.

В зависимости от субъектной обусловленности негативные воздействия рисков финансово-экономической безопасности могут быть

объективными и субъективными. Объективными считаются такие негативные воздействия, появление которых не обусловлено собственной деятельностью предприятия и его работников. Субъективные же воздействия, напротив, возникают из-за неправильной и неэффективной работы работников. Ответственность при этом находится на руководящем составе предприятия.

Основные функциональные цели обеспечения снижения степени воздействия рисков финансово-экономической безопасности предприятия:

1. Обеспечение высокой финансовой эффективности работы, финансовой устойчивости и независимости предприятия.

2. Обеспечение технологической независимости и достижение высокой конкурентоспособности технического потенциала предприятия.

3. Достижение высокой эффективности менеджмента, оптимальной и эффективной организационной структуры управления предприятием.

4. Достижение высокого уровня квалификации персонала и его интеллектуального потенциала; минимизация разрушительного влияния результатов производственно-хозяйственной деятельности на состояние окружающей среды.

5. Обеспечение высокой защиты всех направлений функционирования предприятия и всех структурных составляющих посредством использования нормативно-правовых актов; обеспечение защиты информационного поля, коммерческой тайны.

Литература

1. Глотова И.И. Управление финансовыми рисками корпорации в современных условиях // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2022. № 44. С. 14-24.

2. Максимова О. Управление финансовыми рисками // Теория и практика финансового учета. 2021. № 3. С. 24-28.

3. Мамедов О.А. Финансовые риски // Экономический вестник Сибирской финансовой школы. 2022. № 4. С. 56-58.

4. Марков О.А. Особенности развития проектного управления и управление рисками в инновационной деятельности // Актуальные проблемы экономики и управления. 2023. № 9. С. 25-30.

5. Сысоев А.А. Финансовые риски предприятия в современных условиях // Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ». 2021. № 1. С. 141-146.

6. Жакишева К.М. Управление финансовыми рисками. – Нур-Султан: КАТУ им. С. Сейфуллина, 2021. – 128 с.

DAVYDENKO Yana Dmitrievna

student, MIREA – Russian Technological University, Russia, Moscow

REVIN Dmitry Alekseevich

student, MIREA – Russian Technological University, Russia, Moscow

METHODOLOGICAL APPROACHES TO FINANCIAL RISK MANAGEMENT

Abstract. *The article examines the essence of financial risk management of enterprises in the field of "construction and arrangement of children's play areas". The main methods used to manage financial risks are studied.*

Keywords: *financial risk, management methods, limitation, evasion, absorption, diversification, hedging, risk allocation, self-insurance (internal insurance), risk insurance.*

КИМ Денис Александрович

студент, МИРЭА – Российский технологический университет, Россия, г. Москва

*Научный руководитель – доцент кафедры финансового учёта и контроля
МИРЭА – Российского технологического университета, канд. эконом. наук*

Дыхова Алла Леонидовна

МЕСТО ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается роль внутреннего контроля в системе обеспечения экономической безопасности организации. Было определено понятие внутреннего контроля, рассмотрены компоненты, функции, цели и задачи внутреннего контроля. Особое внимание уделяется компонентам внутреннего контроля. Целью исследования является определение места внутреннего контроля в системе обеспечения экономической безопасности организации. Методами исследования выступают: описание, обобщение, классификация, метод структуризации и теоретического анализа. В результате исследования выявлено, что внутренний контроль является неотъемлемой частью системы обеспечения экономической безопасности организации, поскольку помогает предотвратить финансовые потери, уменьшить риск мошенничества и ошибок, обеспечивает соблюдение законодательства и стандартов, а также способствует эффективному управлению ресурсами, защите активов и обеспечивает достоверность финансовой отчетности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, внутренний контроль, организация, функции внутреннего контроля, задачи внутреннего контроля, цель внутреннего контроля.

Обеспечение экономической безопасности предприятия является одной из важнейших задач любого экономического субъекта. Целью каждой организации является получение максимально возможной прибыли, но в условиях нестабильного финансового состояния это становится труднодостижимым. Это объясняется тем, что на современном этапе развития существует ряд угроз, которые могут

отрицательно повлиять на экономическую безопасность предприятия. Чтобы минимизировать риски, каждое предприятие должно обеспечить грамотный и профессиональный внутренний контроль в экономической сфере своей деятельности.

Рассмотрим основные определения внутреннего контроля организации, представленные в таблице (табл. 1).

Таблица 1

Определения понятия «Внутренний контроль организации»

Автор	Понятие
Колодин Д. М.	Внутренний контроль – это система мер, организованных руководством предприятия и осуществляемых на предприятии с целью наиболее эффективного выполнения всеми работниками своих обязанностей при совершении хозяйственных операций» [3, с. 16].
Мельник М. В.	Внутренний контроль – одна из основных функций управления, представляющая собой систему постоянного мониторинга и проверки хозяйственной деятельности организации, необходимый для оценки правильности и эффективности принятых управленческих решений, выявления отклонений и своевременного их устранения, снижения рисков его деятельности и управлению ими [4, с. 45].
Волков А. Г.	Внутренний контроль – это процесс, который направлен на достижение целей организации и который является результатом действий руководства по планированию, организации, контролю деятельности компании в целом и ее отдельных подразделений [2, с. 60].

Обобщая приведённые выше определения, можно определить, что внутренний контроль является основополагающей управленческой функцией в организациях, который позволяет сопоставлять фактические показатели деятельности с плановыми, выявлять отклонения, определять их причины и оценивать влияние на предприятие. Целью внутреннего контроля является оценка рисков и предотвращение негативных последствий для организации.

Внутренний контроль направлен на обеспечение законности и достоверности хозяйственных решений, а также включает прямое воздействие на производственные процессы для достижения оптимальных конечных результатов. Контроль в организации, желающей стабильно функционировать, должен включать в себя несколько основных функций, представленных в таблице (табл. 2).

Таблица 2

Функции внутреннего контроля

Функции	Характеристика
Диагностическая	Позволяет оценивать ключевые тенденции, анализировать и предотвращать возможные риски, связанные с экономической безопасностью организации.
Стимулирующая	Направлена на повышение как человеческого потенциала, так и на совершенствование профессиональных навыков работников, что в последствии оказывает влияние на качество выполняемых работ, независимо от подразделения организации.
Корректирующая	Предполагает использование контроля, как инструмента, стимулирующего внесения необходимых изменений и поправок в систему управления денежными потоками предприятия.

В настоящее время основным нормативным документом, который дает разъяснения и помогает в построении системы внутреннего контроля в организации, является информационный документ Министерства финансов Российской Федерации № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» [1].

В соответствии с указанным документом Минфин России дает следующее определение понятию внутренний контроль и определяет его суть в следующем: «Внутренний контроль –

процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает:

- эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов;
- достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) иной отчетности;
- соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета».

Основные компоненты представлены на рисунке ниже (рис. 1).

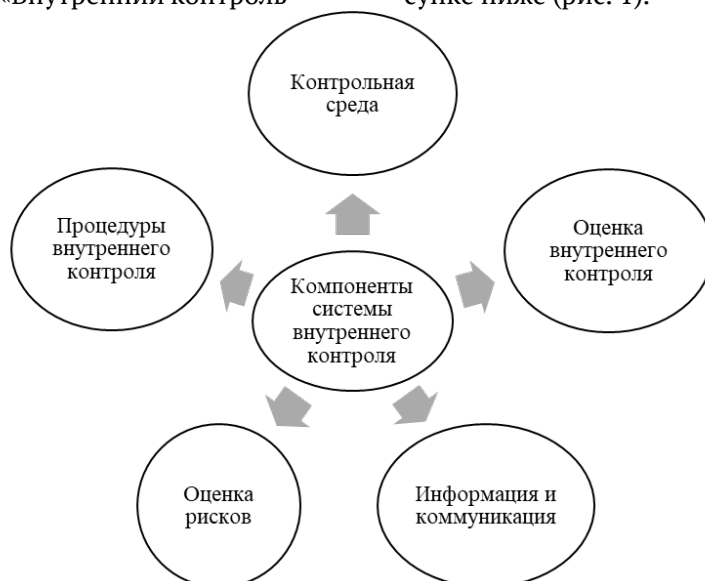


Рис. 1. Компоненты системы внутреннего контроля

Оценка рисков, как элемент внутреннего контроля заключается в идентификации, анализе и оценке рисков, которые могут повлиять на достижение целей организации. Оценка рисков помогает определить потенциальные угрозы и возможности, которые могут возникнуть в результате внешних или внутренних факторов.

Процедуры внутреннего контроля включают в себя установление и поддержание стандартов, процессов и процедур, которые направлены на соблюдение политик и достижение целей организации. Процедуры внутреннего контроля включают стратегии по управлению рисками, контролю и мониторингу бизнес-процессов.

Информация и коммуникация, как компонент внутреннего контроля связан с

обеспечением доступности, достоверности и своевременности информации, необходимой для принятия управленческих решений. Кроме того, он также включает в себя обеспечение того, чтобы информация о внутренних контрольных процедурах была доступна и понятна соответствующим сотрудникам.

Оценка внутреннего контроля представляет собой процесс непрерывной оценки эффективности внутренних контрольных мероприятий, чтобы обеспечить их соответствие целям организации и адекватное управление рисками.

Контрольная среда – это обстановка, в которой функционируют внутренние контрольные процедуры. Внутренний контроль включает в себя факторы, такие как этика, обязательства, структура управления, уровень компетентности и мотивация персонала (рис. 2).



Рис. 2. Место внутреннего контроля в обеспечении экономической безопасности организации

Внутренний контроль является неотъемлемой частью функциональной области системы экономической безопасности и в то же время является самостоятельной областью каждого направления и этапа процесса управления. Каждая управленческая функция интегрируется с внутренним контролем, основной целью которого является поддержание органов управления и обеспечение экономической безопасности организации.

К основной цели внутреннего контроля следует отнести проведение независимых проверок и консультаций по вопросам надежности и

эффективности функционирования системы управления рисками, системы экономической безопасности, корпоративного управления, текущей деятельности и информационных систем организации для обеспечения достоверности информации о финансово-хозяйственной деятельности организации, повышения эффективности, сохранности активов организации и соответствия требованиям законодательства, внутренних нормативных актов организации.

Цель раскрывается в задачах внутреннего контроля, к которым следует отнести:

- соответствие деятельности организации принятым целевым установкам и стратегии;
- обеспечение финансовой, экономической, рыночной устойчивости организации;
- прогноз состояния и поведения объекта или его части на определенный будущий период;
- модификация состояния и поведения объекта (или его части) таким образом, чтобы в случае изменения внешних условий в допустимых рамках были бы обеспечены необходимые и оптимальные значения показателей объекта (или его части);
- полнота и точность первичных учетных документов, а также гарантия качества первичной информации для обеспечения успешности руководства и принятия рациональных управленческих решений;
- рациональность и экономичность использования всех видов ресурсов;
- соблюдение работниками организации установленных руководством требований, правил и процедур (при наличии кодекса корпоративного управления организации, соответствующих номенклатур дел, положений о подразделениях, трудовых договоров и должностных инструкций, правил безопасности, этических норм и правил поведения, учетной политики, оформленной в соответствии с законодательством и потребностями бизнеса);
- соблюдение требований законодательства.

Таким образом, внутренний контроль представляет собой процесс, который направлен на подтверждение того, что деятельность экономического субъекта позволяет достигать финансовых целей, операционных целей, сохранять активы, предоставлять верную и своевременную финансовую отчетность, а также соблюдать законодательство. Целью внутреннего контроля является проведение независимых проверок и консультаций по вопросам надежности и эффективности функционирования

системы управления рисками, системы экономической безопасности, корпоративного управления, текущей деятельности и информационных систем организации для обеспечения достоверности информации о финансово-хозяйственной деятельности организации, повышения эффективности, сохранности активов организации и соответствия требованиям законодательства, внутренних нормативных актов организации.

Внутренний контроль является неотъемлемой частью экономической безопасности организации, поскольку помогает предотвратить финансовые потери, уменьшить риск мошенничества и ошибок, а также обеспечивает соблюдение законодательства и стандартов. Внутренний контроль способствует эффективному управлению ресурсами, защите активов и обеспечивает достоверность финансовой отчетности, что важно для сохранения доверия со стороны инвесторов, партнеров и клиентов.

Литература

1. Приказ Министерства транспорта РФ «Об утверждении Перечня должностей, замещение которых влечет за собой размещение сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера работников организаций, созданных для выполнения задач, поставленных перед Министерством транспорта Российской Федерации, а также сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера их супруг (супругов) и несовершеннолетних детей на официальных сайтах данных организаций» от 5 марта 2019 г. № 71.
2. Волков А.Г. Контроль и ревизия: Учебное пособие / А.Г. Волков, Е.Н. Чернышева. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2019. 224 с.
3. Колодин Д.М. Внутренний контроль: Практические рекомендации / Д.М. Колодин. М.: Техносфера, 2019. 194 с.
4. Мельник М.В. Ревизия и контроль: Учебное пособие / М.В. Мельник, А.С. Пантелеев. М.: ИД ФВК-ПРЕСС, 2023. 520 с.

KIM Denis Alexandrovich

Student, MIREA – Russian University of Technology, Russia, Moscow

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Chair of Financial Accounting and Control of MIREA – Russian University of Technology, Candidate of Economics Sciences
Dykhova Alla Leonidovna*

PLACE OF INTERNAL CONTROL IN THE SYSTEM OF ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION

Abstract. *In the article the role of internal control in the system of ensuring the economic security of an organization is considered. The concept of internal control was defined, the components, functions, goals and objectives of internal control were considered. The purpose of the study is to determine the place of internal control in the system of ensuring the economic security of the organization. The research methods are: description, generalization, classification, method of structuring and theoretical analysis. As a result of the study, it was revealed that internal control is an integral part of the organization's economic security system, as it helps to prevent financial losses, reduce the risk of fraud and errors, ensures compliance with legislation and standards, and also contributes to effective resource management, asset protection and ensures the reliability of financial statements.*

Keywords: *economic security, internal control, organization, functions of internal control, tasks of internal control, purpose of internal control.*

НАЗИПОВА Диана Танзиловна

студентка, Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Россия, г. Казань

*Научный руководитель – доцент кафедры регионоведения и цифровой гуманитаристики
Казанского (Приволжского) федерального университета Иликова Лилия Эрнстовна*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ МЕКСИКИ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА, ВЫЗВАННОГО ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

Аннотация. Экономические последствия пандемии COVID-19 ощущаются во всем мире, включая Мексику. Несмотря на меры, принятые правительством Мексики, такие как поддержка инфраструктуры здравоохранения, работа с вооруженными силами, увеличение бюджета на социальные программы и выделение кредитов, экономическая ситуация была нестабильной. В статье рассматривается экономическое состояние Мексики во время пандемии.

Ключевые слова: экономические факторы, пандемия, кризис.

Мир уже столкнулся с опытом, связанным с заболеваниями, которые вызвали беспокойство среди населения, такими как тяжелый острый респираторный синдром (ТОРС) и грипп АН1N1. Естественно рассматривать эти заболевания с экономической точки зрения. Атипичная пневмония распространилась по меньшей мере в 28 странах, включая Австралию, Бразилию, Канаду, Южную Африку, Испанию и Соединенные Штаты, и ее экономические последствия оцениваются в 40 миллиардов долларов.

С тех пор как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ, 2020 г.) объявила вспышку пандемией, многие страны закрыли границы, чтобы попытаться предотвратить заражение; они сократили потоки товаров и услуг, а большинство предприятий и компаний временно закрылись. Экономический эффект начал ощущаться во всем мире.

Пандемия COVID-19 – одна из серьезнейших проблем, с которыми человечество столкнулось в последнее время. Одновременно с гибелью людей и глубоким кризисом в области здравоохранения мир переживает экономический коллапс, который окажет серьезное влияние на благополучие широких слоев населения в течение следующих нескольких лет [1, с. 6].

В Мексике пандемия также затронула различные секторы экономики. Например, в период с марта по апрель было потеряно более полумиллиона рабочих мест [2]; Банк Мексики [3] прогнозировал падение ВВП на 9% за последние четыре месяца. Карантинные меры, принятые правительством Мексики для борьбы с пандемией, привели к резкому сокращению национального производства. В сочетании с этим падение экспорта и импорта привело к удорожанию товаров на рынках, что привело к росту инфляции. Сильно пострадал туристический сектор, не говоря уже о сокращении денежных переводов и росте насилия как в семье, так и в организованной преступности.

На рисунке 1 показана динамика ВВП с 1980 по 2020 год. Медленное падение наблюдается с 2020 года. В пресс-релизе INEGI говорится, что ВВП в первом квартале 2020 года снизился 1,6% по сравнению с предыдущим кварталом. В разбивке по компонентам ВВП от Вторичной и Третичной деятельности снизился на 1,4% по отдельности, в то время как ВВП от Первичной деятельности увеличился на 0,5% за отчетный период по отношению к кварталу.

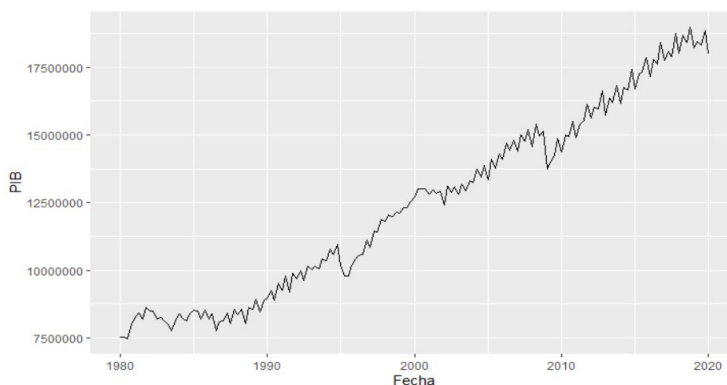


Рис. 1. Валовой внутренний продукт Мексики за квартал 1980–2020 гг.

На рисунке 2 показан индекс потребительских цен. В период с января по февраль наблюдается устойчивый рост, первые спады и восстановление наблюдаются в период с конца

февраля по начало марта. Затяжное падение наблюдается с 6 по 25 марта. После этого периода наблюдаются восходящие и нисходящие движения до 6 апреля.

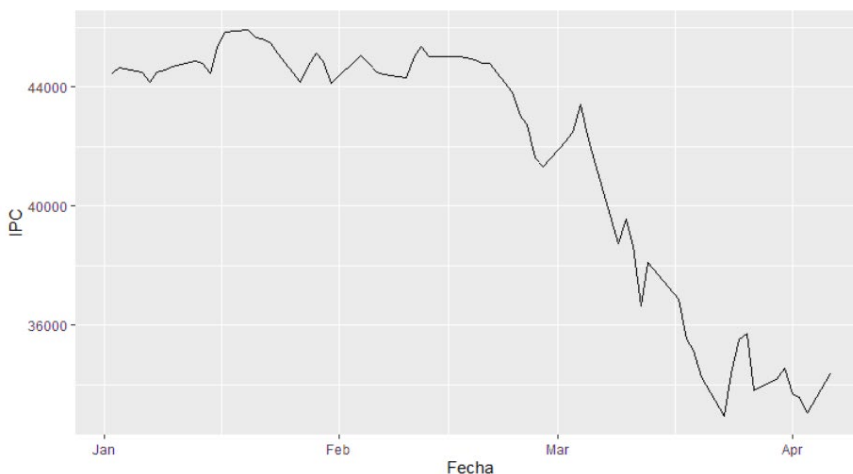


Рис. 2. Индекс потребительских цен за первый квартал 2020 года

На рисунке 3 показана динамика обменного курса мексиканского песо по отношению к доллару. Сокращение чистого экспорта Мексики, вызванное пандемией COVID-19 и падением цен на нефть в результате спора между Российской Республикой и Саудовской Аравией, привело к снижению курса песо по отношению к доллару. 2 февраля доллар торговался на уровне 18,84 песо, а во вторник, 24 марта, на

уровне 25,02 песо за доллар. Постепенное открытие некоторых основных предприятий и других, таких как автомобильный сектор, а также повышение мобильности внутри страны способствовали повышению курса валюты таким образом, что к понедельнику 01 июня стоимость упала до 22,01 песо по данным Банка Мексики.

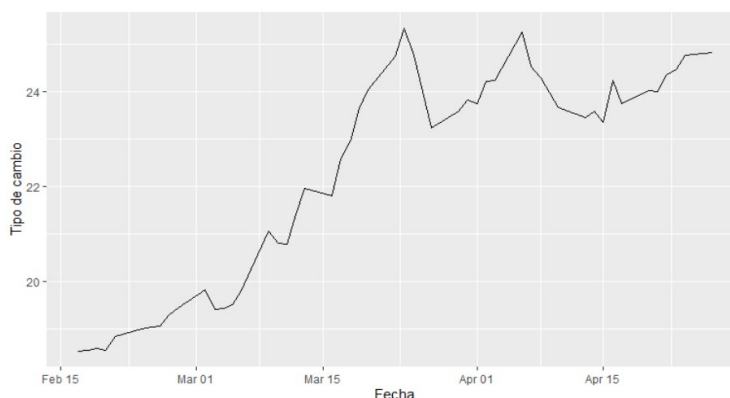


Рис. 3. Обменный курс песо к доллару в период с февраля по 17 апреля 2020 года

На рисунке 4 показан уровень безработицы в Мексике. Отмечается, что с февраля по март было потеряно около 130 593 рабочих места. Этот рост безработицы неизбежен, потому что многие люди остались без работы во время чрезвычайных ситуаций, а также не ищут ее из-

за изоляции. К апрелю ситуация становится более сложной, учитывая стагнацию экономической активности в различных секторах, таких как туризм, малый бизнес, транспорт. INEGI отмечает, что было потеряно более 555 тысяч рабочих мест.

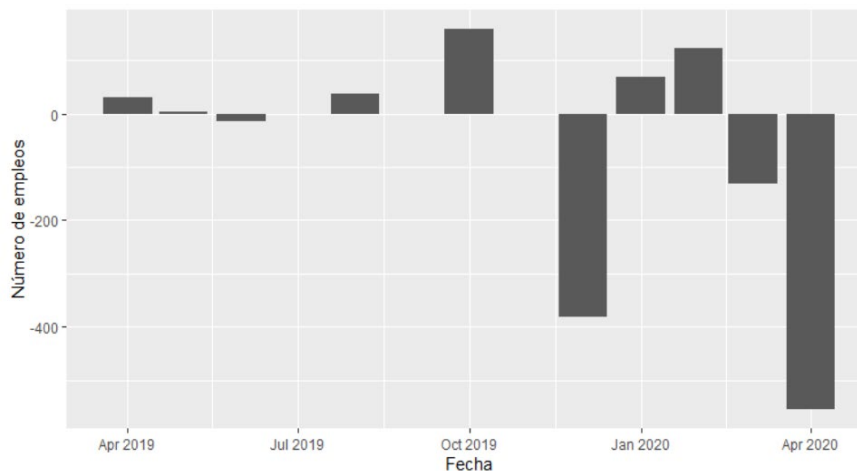


Рис. 4. Динамика безработицы в 2019 и 2020 годах

Пандемия COVID-19 привела к серьезному экономическому коллапсу в Мексике, вызвав потерю рабочих мест, ухудшение финансового положения населения и рост инфляции. Особо пострадали секторы туризма, малого бизнеса и транспорта. Это привело к значительному увеличению безработицы и обострению экономической и социальной напряженности. Необходимы комплексные меры поддержки населения и восстановления экономики для преодоления последствий пандемии и обеспечения будущего роста.

Литература

1. Hevia, C.Y Neumeyer, A. Un marco conceptual para analizar el impacto económico del COVID-19 y sus repercusiones en las políticas, PNUD LAC C19 PDS № 1, 2020.
2. Flores, Z. (2020) Se perdieron 753 mil empleos en mes y medio. El Financiero. URL: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/se-perdieron-555-mil-empleos-formales-en-abril-su-man-mas-de-685-mil-contando-marzo/>.
3. INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). URL: <https://www.inegi.org.mx/>.

NAZIPOVA Diana Tanzilovna

Student, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia, Kazan

Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Regional Studies and Digital Humanities of Kazan (Volga Region) Federal University Ilikova Lilia Ernstovna

THE ECONOMIC STATE OF MEXICO DURING THE CRISIS CAUSED BY THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. *The economic impact of the COVID-19 pandemic is being felt all over the world, including Mexico. Despite the measures taken by the Mexican Government, such as support for health infrastructure, work with the armed forces, an increase in the budget for social programs and the allocation of loans, the economic situation was unstable. The article examines the economic state of Mexico during the pandemic.*

Keywords: *economic factors, pandemic, crisis.*

ТИМЕРБАЕВ Сергей Юрьевич

аспирант, Международный инновационный университет, Россия, г. Сочи

*Научный руководитель – доцент Международного инновационного университета,
кандидат экономических наук Сочнева Елена Николаевна*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Аннотация. В статье автор анализирует проблемы и перспективы развития строительной отрасли в Красноярском крае. Автор приходит к выводу, что строительная сфера относится к отрасли, занимающейся различными видами гражданского строительства или архитектурного строительства, включает в себя строительную деятельность, такую как строительство зданий, монтаж оборудования и техническое обслуживание зданий, и представляет собой отдел производства материалов, который принимает конечные строительные продукты в качестве объекта производства. Однако, автором отмечены ряд проблем, тормозящих развитие строительной отрасли в современных условиях.

Ключевые слова: строительство, строительная отрасль, жилищное строительство, экономика региона, строительные организации, стратегия строительства.

Строительная отрасль играет ведущую роль в развитии национальной экономики. Большое значение имеет качественное выполнение строительных задач и повышение повторного использования общественной рабочей силы.

Красноярский край, занимающий значительную территорию в Сибири, всегда отличался активным строительством. Строительная отрасль края показывает впечатляющие результаты, благодаря чему регион привлекает инвестиции и новых жителей. Основные параметры деятельности в этой сфере варьируются от объемов строительства до внедрения инновационных технологий.

Важно отметить, что строительная отрасль Красноярского края тесно связана с другими экономическими секторами, такими как производство строительных материалов и транспорт. Это создает дополнительные возможности для развития всего региона и улучшения качества жизни его жителей.

Строительный сектор Красноярского края играет значительную роль в экономике региона, обусловленную активным развитием промышленности и инфраструктуры. В последние годы наблюдается стабильный рост основных показателей отрасли. По данным Росстата, объем выполненных строительных работ в Красноярском крае в текущем году увеличился на 7% по сравнению с предыдущим годом и составил более 200 млрд рублей [4].

Основную долю строительной продукции составляют объекты жилищного строительства и капитального ремонта. За прошедший год введено в эксплуатацию около 2 млн квадратных метров жилья, что на 10% больше, чем годом ранее. Это подчеркивает активное развитие жилищного сектора региона.

Вместе с тем значительные объемы инвестиций направляются на строительство промышленных объектов и объектов инфраструктуры. В частности, в Красноярском крае успешно реализуются крупные проекты в энергетическом секторе и транспортной инфраструктуре, что также способствует увеличению объемов строительных работ.

Согласно статистике, в структуре строительной отрасли региона заметен рост числа предприятий и организаций, занятых в данном секторе. К настоящему моменту их численность превышает 3 тысячи, что на 5% больше, чем в прошлом году. Это указывает на развитие конкуренции и укрепление рынка строительных услуг в крае.

Кроме того, регион активно привлекает инвестиции на строительство социальных объектов, таких как школы, больницы и культурные учреждения, что важно для повышения качества жизни населения и устойчивого развития Красноярского края в целом.

Одним из ключевых факторов, влияющих на развитие строительной отрасли в

Красноярском крае, является его географическое положение и климатические условия. Этот регион характеризуется суровыми зимами и коротким летом, что влечет за собой определенные трудности: сезонные ограничения в строительстве, необходимость использования специализированных технологий и материалов, устойчивых к экстремальным температурам.

Экономическая ситуация также оказывает значительное влияние на строительный сектор края. Например, инвестиции в крупные промышленные и инфраструктурные проекты поддерживают спрос на строительные работы и материалы. Реализация таких проектов, как строительство новых энергетических объектов или разработка транспортной сети, приводит к увеличению общего объема строительных работ в регионе.

Демографическая ситуация, включая миграционные процессы, тоже играет важную роль [1, с. 43-58]. Прирост населения, в том числе за счет приезжающих на постоянное место жительства и временных работников на крупных строительных объектах.

Не последнее место занимает и экологическая составляющая. Стремление к сокращению воздействия на окружающую среду приводит к внедрению новых строительных норм и стандартов, что, в свою очередь, требует адаптации и инноваций в строительных технологиях и материалах.

Таким образом, различные социально-экономические, климатические и экологические факторы в совокупности оказывают значительное влияние на развитие строительной отрасли Красноярского края, требуя от бизнеса и регионального управления гибкого подхода и постоянной адаптации к изменяющимся условиям.

Строительная отрасль Красноярского края сталкивается с рядом существенных проблем, которые замедляют её развитие и снижают эффективность. Одной из главных трудностей является удалённость и транспортная недоступность многих районов края, что значительно увеличивает стоимость и сроки доставки строительных материалов. К тому же, сложные климатические условия Красноярского края требуют использования специфических технологий и материалов, устойчивых к суровым морозам, что также ведет к удорожанию строительства.

С другой стороны, край обладает значительными природными и человеческими ресурсами, которые могут быть использованы для развития отрасли. Рост численности населения и экономическая активность в регионе создают благоприятные условия для развития жилищного строительства и инфраструктурных проектов.

Перспективой развития строительной отрасли в Красноярском крае может стать освоение новых технологий, направленных на снижение затрат и повышение эффективности строительства. Введение модернизированных строительных норм и правил, учитывающих особенности региона, также окажет положительное влияние на отрасль. Кроме того, улучшение транспортной доступности путём развития дорожной инфраструктуры может значительно сократить стоимость и время доставки материалов.

Также важным аспектом является привлечение инвестиций не только для крупных, но и для средних, мелких строительных проектов, что может стимулировать развитие строительной индустрии в целом. Реализация данных мер может способствовать решению существующих проблем и будет содействовать дальнейшему устойчивому развитию строительной отрасли Красноярского края.

Строительная отрасль Красноярского края привлекает внимание инвесторов благодаря своему динамичному развитию и широкому спектру возможностей для вложения капитала. В последние годы наблюдается значительный рост инвестиций в данную сферу, что обусловлено как внутренними, так и внешними экономическими факторами. Проводимые региональными властями меры по стимулированию строительной активности, такие как снижение налоговой нагрузки для строительных компаний и предоставление земельных участков под застройку на льготных условиях, создают благоприятный климат для привлечения инвестиций.

Особенно активно развиваются инфраструктурные проекты. Инвестиции в строительство объектов транспортной инфраструктуры, таких как дороги и мосты, и социальной инфраструктуры, включая школы, больницы и жилые комплексы, имеют важное значение для улучшения качества жизни населения и дальнейшего экономического роста региона. Строительство

больших промышленных объектов также поддерживается через привлечение федеральных и частных инвестиций, что способствует созданию новых рабочих мест и повышению промышленного потенциала края.

Прогнозы на будущее остаются оптимистичными. Планируется увеличение объема привлеченных инвестиций на 20% в ближайшие пять лет, что должно стимулировать дальнейшее развитие строительной отрасли в Красноярском крае. При этом особое внимание уделяется экологически чистым и энергоэффективным технологиям в строительстве, что позволит не только снизить воздействие на окружающую среду, но и уменьшить долгосрочные операционные расходы объектов.

Поддержка со стороны государства, комбинированная с привлекательными инвестиционными предложениями, делает Красноярский край одним из лидеров по темпам роста в строительной отрасли на всероссийском уровне.

Красноярский край активно интегрирует инновации и новые технологии в строительную отрасль, стремясь повысить эффективность и сократить затраты на реализацию проектов. Одним из заметных новшеств стала применение BIM-технологий (Building Information Modeling) [1, с. 43-58], которые позволяют управлять данными о здании на всех этапах его жизненного цикла, начиная от проектирования и заканчивая эксплуатацией. Это приводит к уменьшению ошибок на стадии проектных работ, снижению времени и стоимости строительства.

Еще одним важным направлением является использование передовых материалов, таких как ультра-высокопрочный бетон, который обладает повышенной долговечностью и стойкостью к внешним воздействиям. Кроме того, активно развиваются технологии зеленого строительства, которые включают в себя создание энергетически эффективных и экологически чистых зданий. Применение таких технологий помогает сократить потребление энергии на 30–40% по сравнению с традиционными строительными методами [2], что является значительным преимуществом в условиях повышения стоимости энергоресурсов.

В области строительной механизации края отмечается растущее применение

автоматизированных систем, таких как дроны для проведения землеустроительных работ, а также роботизированные комплексы для выполнения высотных работ, что позволяет повысить безопасность труда и снизить трудозатраты.

Для поддержки этого курса на инновации региональное правительство запускает специальные программы финансирования и налоговые льготы для строительных компаний, внедряющих передовые технологии. Эти меры позволяют не только совершенствовать отрасль, но и способствуют привлечению инвестиций, что ведет к устойчивому развитию строительного сектора в регионе.

Подводя итог, отметим, что изменчивые рыночные преимущества позволяют государственной и частной строительной экономике развиваться вместе, способствовать занятости, увеличивать рыночные экономические выгоды, повышать конкурентоспособность, и способствовать долгосрочному устойчивому развитию экономики России.

Литература

1. Борисов В.Н., Почукаева О.В. Анализ и прогноз конкурентоспособности российской инвестиционной техники на рынках дальнего зарубежья // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14. № 2. С. 43-58.
2. Департамент жилищной политики Министерства строительства России: официальный сайт. – URL: <http://www.minstroyrf.gov.ru/about/d/departament-zhilishchnoy-politiki/> (дата обращения 10.04.2024).
3. Колечков Д.В., Тимушев Е.Н. Отрасль строительства в регионах России: состояние, факторы и следствия // Проблемы развития территории. 2022. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otrasl-stroitelstva-v-regionah-rossii-sostoyanie-factory-i-sledstviya> (дата обращения: 23.03.2024).
4. Комарова А.В. Развитие строительной отрасли на современном этапе // Экономика нового мира. 2020. № 3 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-stroitelnoy-otrasli-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 23.03.2024).

TIMERBAEV Sergey Yurievich

Postgraduate student, International Innovation University, Russia, Sochi

*Scientific Advisor – Associate Professor of the International Innovation University,
Candidate of Economic Sciences Sochneva Elena Nikolaevna*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY IN THE KRASNOYARSK TERRITORY

Abstract. *In the article, the author analyzes the problems and prospects of development of the construction industry in the Krasnoyarsk Territory. The author concludes that the construction sector refers to an industry engaged in various types of civil engineering or architectural construction, includes construction activities such as building construction, installation of equipment and maintenance of buildings, and represents a materials production department that accepts final construction products as an object of production. However, the author notes a number of problems that hinder the development of the construction industry in modern conditions.*

Keywords: *construction, construction industry, housing construction, regional economy, construction organizations, construction strategy.*

ШТОЛЬ Кристина Сергеевна

студентка, Алтайский государственный университет,
Россия, г. Барнаул

СМОКОТНИНА Татьяна Евгеньевна

студентка, Алтайский государственный университет,
Россия, г. Барнаул

ТИТОВА Ольга Викторовна

научный руководитель, доцент, кандидат экономических наук,
Алтайский государственный университет,
Россия, г. Барнаул

ПРОБЛЕМНЫЕ СТОРОНЫ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. В представленной статье освещаются актуальные вопросы, связанные с современной налоговой политикой в Российской Федерации. Авторы анализируют воздействие экономического кризиса на эффективность принципов налогообложения в данном государстве, осуществляют оценку сильных и слабых сторон российского экономического сектора по сравнению с другими странами. Также в статье рассматривается структура налогового законодательства с учетом федеративного устройства Российской Федерации.

Ключевые слова: налоги, денежные средства, налоговая безопасность.

Налоговая политика и система налогообложения в различных странах формировались под влиянием разнообразных исторических, культурных, экономических, политических, социальных и других факторов. В последние годы особую значимость получил экономический сектор развития. Пандемия COVID-19 привела к финансовым потерям многих стран, что требует кардинальных изменений не только в области налогообложения, но и в бюджетной политике. В результате каждое государство вынуждено было вносить коррективы и поправки в свою налоговую систему, систему налогообложения и налоговое законодательство.

На сегодняшний день, налоговая система, установленная в соответствии с действующим Налоговым кодексом Российской Федерации (далее - НК РФ), представляет собой масштабную и сложную структуру. Однако следует отметить, что каждый налог обладает уникальной правовой основой и занимает определенное положение не только в налоговом законодательстве, но и в общей экономической и

финансовой системе страны. В контексте этого принцип правовой урегулированности в области налогообложения признается приоритетным, поскольку отсутствие ясных норм в налоговом законодательстве может вызвать трудности при его применении.

Налоговая политика представляет собой неотъемлемый компонент социально-экономической стратегии государства, нацеленный на формирование системы налогообложения, которая поощряет накопление и эффективное использование национальных ресурсов, способствуя согласованию интересов экономики и общества с целью обеспечения социально-экономического развития общества.

В современных условиях наблюдается значительное увеличение налоговой нагрузки на налогоплательщиков, что приводит к серьезным последствиям. Эта проблема выражается в том, что большая часть доходов как юридических лиц, так и индивидуальных предпринимателей, переходит в сферу государственных поступлений в виде налогов, вместо того чтобы быть инвестированной в развитие и

расширение бизнеса или компаний. В контексте обеспечения эффективной налоговой политики ключевую роль играет определение приоритетных направлений её формирования.

Дополнительные налоговые льготы, превышающие разумные пределы, становятся источником существенных убытков для бюджетов различных уровней в системе государственных финансов в России. В настоящее время имеется достаточное количество льгот как для малого, так и для среднего бизнеса, однако не все налогоплательщики используют их честно и законно: некоторые пытаются обойти законные требования, игнорируют уплату налогов и так далее.

Итак, можно сделать вывод о том, что управление налоговыми рисками на федеральном уровне является крайне важным вопросом. Следует отметить, что налоговая политика представляет собой тщательно проработанный механизм, оказывающий существенное влияние на уровень экономического развития. Сами налоговые системы, в свою очередь, требуют постоянного анализа и совершенствования с целью обеспечения эффективного функционирования экономики.

Сама по себе система налогообложения играет значимую роль в экономическом и социальном развитии общества, представляя собой один из ключевых инструментов стимулирования социально-экономической активности. Это способствует формированию эффективной налоговой системы, которая создает благоприятные условия для взаимодействия между налоговыми органами и налогоплательщиками, а также способствует укреплению уровня правовой грамотности в этой сфере.

В целях повышения эффективности налоговой политики рекомендуется реализация следующего изменения: консолидация всех

процессов по сбору и анализу информации о налогах и сборах в единый орган. В настоящее время эти функции выполняются Федеральной налоговой службой России, Федеральной таможенной службой России, казначейством, Центральным банком, местными органами власти и прочими. Основная идея заключается в устранении дублирования функций и стандартизации процессов налогового учета, что приведет к упрощению процедур как для налогоплательщиков, так и для налоговых органов.

Для достижения этих целей рекомендуется:

- Сосредоточить все процессы по сбору информации о налогах в едином ведомстве;
- Предоставить этому ведомству функции контроля;
- Установить единый способ уплаты всех налогов на счет (счета) указанного налогового ведомства с использованием различных удобных для налогоплательщиков методов оплаты (наличные, кредитные карты и др.);
- Разгрузить вышеупомянутые органы от ответственности за расчеты.

Литература

1. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/>.
2. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://minfin.gov.ru/>.
3. Официальный сайт Алтайского Края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.altaregion22.ru/>.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации 31 июля 1998 года № 146-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.

STOLL Kristina Sergeevna

student, Altai State University, Russia, Barnaul

SMOKOTNINA Tatyana Evgenievna

student, Altai State University, Russia, Barnaul

TITOVA Olga Viktorovna

Scientific Advisor, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences,
Altai State University, Russia, Barnaul

PROBLEMATIC ASPECTS OF TAX POLICY IN MODERN RUSSIA

Abstract. *The article highlights topical issues related to modern tax policy in the Russian Federation. The authors analyze the impact of the economic crisis on the effectiveness of taxation principles in this state, assess the strengths and weaknesses of the Russian economic sector in comparison with other countries. The article also examines the structure of tax legislation, taking into account the federal structure of the Russian Federation.*

Keywords: *taxes, money, tax security.*

ЮЩЕНКО Иван Николаевич

студент, МИРЭА – Российский технологический университет, Россия, г. Москва

*Научный руководитель – доцент кафедры финансового учета и контроля
МИРЭА – Российского технологического университета,
кандидат экономических наук Дыхова Алла Леонидовна*

КОРПОРАТИВНОЕ МОШЕННИЧЕСТВО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Аннотация. Экономические преступления вызывают серьёзное беспокойство в РФ. 50% российских компаний малого и среднего бизнеса, столкнулись с корпоративным мошенничеством в 2023 году. В статье рассматривается корпоративное мошенничество в деятельности российских компаний, схемы и меры противодействия.

Ключевые слова: корпоративное мошенничество, служба экономической безопасности, хозяйствующий субъект, картельный сговор, коррупция, кибермошенничество, риски, комплаенс-отделы.

Корпоративное мошенничество – это разноплановое понятие в сфере современных финансов и предпринимательства и на раннем этапе дать нормативно-правовую характеристику очень сложно. Опираясь на существенные свойства и экономическую природу, можно сформулировать следующее определение.

Корпоративное мошенничество – это умышленное, продуманное неправомерное действие сотрудников компании, связанное непосредственно с их должностным положением и обязанностями, направленное на получение личной выгоды и удовлетворения собственных интересов, вопреки интересам компании, путём воздействия на финансово-хозяйственную деятельность, хищение её активов, несанкционированное использование преимуществ на рынке [1].

Основными причинами корпоративного мошенничества в РФ являются: агентский конфликт между собственником и топ-менеджментом, желание мажоритарного акционера лишиться миноритарных их долей прибыли, введение в заблуждение банков и инвесторов путём искажения финансовой отчётности и растраты средств с целью присвоения кредитов инвестиций. А также финансовые проблемы сотрудников, «семейные обстоятельства», плохая организация, отсутствие экономической службы безопасности предприятия.

Ежегодно как России, так и во всем мире возрастает количество корпоративных преступлений. Мошенники разрабатывают

различные схемы и применяют их на практике. Это коррупция, картельные сговоры, незаконное присвоение активов, манипулирование финансовой отчетностью, кибермошенничество, махинации при осуществлении подрядных работ и другие.

Коррупция – одна из достаточно серьёзных угроз для развития компании и экономики страны в целом. Причинами распространения коррупции в России являются: насаждение обществу новый чуждых ценностей (культ индивидуализма и личное обогащение); несовершенство законодательной системы; монополизация экономики в условиях олигархического капитализма, конфликт интересов между компаниями (а также акционерами, которые распределяют прибыль) и представителей менеджмента различных уровней, которые, будучи непосредственно вовлечены в процесс «зарабатывания» доходов, сами в их распределений не участвуют [2, с. 44].

К наиболее распространённым преступлениям коррупционной направленности относится дача взятки (ст. 209 УК РФ), получение взятки (ст. 291 УК РФ), совершенные лицом с использованием своего служебного положения (ч. 3 ст. 159, ч. 3 ст. 160 УК РФ), злоупотребление и превышение должностными полномочиями.

Одним из видов корпоративного мошенничества остается незаконное присвоение активов (86% случаев). Это кража активов хозяйствующего субъекта, которое может быть совершено различными способами, включая

присвоение финансовых поступлений, кражу активов или побуждение организации платить за товары или услуги, которые не были получены.

Картельный сговор – это отстранение компаний-конкурентов от участия в торгах путем подкупа их руководства или подкупа организаторов торгов. Цель данных действий проста: устранить конкуренцию и получить выгодный заказ от государств. Чаще всего эта схема применяется в строительной отрасли [3].

Манипулирование финансовой отчетностью это практика изменения финансовой отчетности компании с целью представления ложной картины ее финансового состояния. Российские компании теряют огромные суммы денег из-за подделки финансовой отчетности.

Киберпреступность становится одной из наиболее серьезных проблем современного российского общества, наносящей огромный урон российской экономике и благосостоянию граждан [4, с. 553-561].

В современном цифровом мире организации стали часто подвергаться атакам хакеров и киберпреступников. Это компьютерные взломы, воровство личных данных сотрудников и клиентов, кража интеллектуальной собственности.

Легкой жертвой киберпреступности являются предприятия малого и среднего бизнеса (МСБ). Такие предприятия в силу малого бюджета, отсутствия квалифицированных кадров, пробелов в познаниях сотрудников не могут на должном уровне обеспечить качественную информационную безопасность.

Одной из основных форм корпоративного мошенничества является фальсификация документов. Злоумышленники создают поддельные контракты, счета или другие документы, чтобы получить необоснованную прибыль или обмануть партнеров, что влечет репутационные риски для компании.

Потери от корпоративного мошенничества не только финансовые. Так, компания рискует утратить налаженные деловые связи, испортить репутацию, снизить темпы собственного развития. Кроме того, фирмы, замешанные в корпоративном мошенничестве, становятся менее конкурентно- и кредитоспособными, их инвестиционная привлекательность стремится к нулю.

Бороться с корпоративным мошенничеством не просто. Можно выделить четыре этапа работы по данному направлению:

- Проведение профилактических мероприятий. В их числе – установление четкого перечня полномочий сотрудников, ограничение доступа некоторых работников и третьих лиц к коммерческой тайне, принятие соответствующих локальных актов и т. д. Можно установить и технические средства контроля, например видеорекамеры (однако об этом необходимо обязательно уведомить сотрудника).

- Выявление случаев корпоративного мошенничества. Руководству следует обратить внимание на поведение своих сотрудников, также необходимо отслеживать появление судебных решений в отношении организации по базам судебных решений в открытом доступе. Если кто-либо из них активно склоняет руководство к заключению контракта с определенным контрагентом, владеет ценным имуществом, явно не соответствующим уровню его зарплаты, следует насторожиться.

- Если факт противозаконной деятельности был выявлен, необходимо обратиться с заявлением о совершении преступления в правоохранительные органы в целях возбуждения уголовного дела и производства следствия. На данной стадии идет сбор данных, их анализ, опрос свидетелей, выстраивание рабочей гипотезы.

- Принятие решение о наказании нарушителей. Если действия сотрудника не нанесли ущерба компании, он может «отделаться» дисциплинарным взысканием. Если ущерб есть, необходимо передать информацию в правоохранительные органы для решения вопроса о привлечении к уголовной ответственности.

Многие компании, желая предотвратить корпоративное мошенничество, учреждают так называемые комплаенс-отделы. В этих отделах работают, как правило, обычные юристы, программисты и бухгалтеры. Разрабатывается комплаенс-программа – комплекс мер, направленных на предотвращение коррупционных проявлений. Реализация такой программы позволяет компаниям не только защитить себя от возможных рисков, но и повысить свой имидж в глазах клиентов, партнеров и государственных органов.

Одним из ключевых моментов при борьбе с корпоративным мошенничеством является создание культуры честности и ответственности внутри организации. Это можно достичь через проведение тренингов, обучения сотрудников компании, создание эффективной системы внутреннего контроля и аудита, а также через

стимулирование честного поведения и наказание за мошеннические действия.

Важным аспектом борьбы с корпоративным мошенничеством является создание внутреннего комитета по борьбе с мошенничеством. Это позволит усилить контроль, проводить анализ мошеннических действий, разрабатывать новые меры для их предотвращения и борьбы с ними. В целом, борьба с корпоративным мошенничеством является сложной и многогранной проблемой, которая требует скоординированных усилий со стороны всех заинтересованных сторон – компаний, правительства, общественности. Только совместными усилиями можно снизить уровень корпоративного мошенничества в России и создать благоприятные условия для развития бизнеса и экономики в целом.

Подытоживая вышеизложенное, стоит сказать, что, ограничивая сотрудников путем повышения эффективности методов выявления (у работников будет отсутствовать возможность совершения преступления, поскольку пресекать эти желания будут постоянный контроль и анализ деятельности) и системы наказаний (то есть, у сотрудника сформируется понимание о неотвратимости наказания, будь то

привлечение к уголовной ответственности или на корпоративном уровне), борьба, в рамках деятельности по обеспечению экономической безопасности предприятия, с корпоративным мошенничеством станет более эффективной.

Литература

1. Скипин Д.Л. и др. Корпоративное мошенничество: понятие, сущность, риски, влияние на экономическую безопасность / Экономические отношения / журнал № 3'2020 (июль-сентябрь).
2. Коррупция и антикоррупционная политика: словарь / И.И. Бикеев и др.; под ред. Р.Р. Газимзянова. – Казань, 2019. – С. 44.
3. Румянцева Е.Е. Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент» 2021. Противодействие коррупции как угрозе финансовой безопасности компании.
4. Циклаури В.Ю., Афанасьева Л.В. Киберпреступность в России: новый вызов для общества и государства // Управленческий учет. 2022. № 6–3. С. 553–561. <https://doi.org/10.25806/uu6-32022553-561>; EDN BZOTQH.

YUSHCHENKO Ivan Nikolaevich

student, MIREA – Russian Technological University, Russia, Moscow

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Financial Accounting and Control of MIREA – Russian Technological University,
Candidate of Economic Sciences Dykhova Alla Leonidovna*

CORPORATE FRAUD IN THE ACTIVITIES OF RUSSIAN COMPANIES

Abstract. *Economic crimes are of serious concern in the Russian Federation. 50% of Russian small and medium-sized businesses faced corporate fraud in 2023. The article examines corporate fraud in the activities of Russian companies, schemes and counteraction measures.*

Keywords: *corporate fraud, economic security service, business entity, punitive conspiracy, corruption, cyber fraud, risks, compliance departments.*

ПСИХОЛОГИЯ

КУРБАНОВА Наргиз Ирфавовна

студентка, Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева,
Россия, г. Астрахань

СТИЛИ МЫШЛЕНИЯ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Аннотация. Мышление – высшая ступень человеческого познания, позволяющая получать знания о таких объектах и свойствах реального мира, которые не могут быть восприняты на чувственной ступени познания. Механизмы мышления изучаются психологией и нейрофизиологией. Понятие «стиль мышления» практически отражает тот факт, что все люди думают по-разному об одном и том же.

Ключевые слова: когнитивный стиль, мышление, стиль мышления, юношеский возраст.

На протяжении XX века многие выдающиеся психологи обращались к теме психологического исследования мышления, каждый в избранной им теоретической модели. Среди них – Дж. Уотсон, Ж. Пиаже, Вертгеймер, О. Зельц, З. Фрейд и др. Среди отечественных ученых можно назвать С. Л. Рубинштейна, Л. С. Выготского, П. Я. Гальперина, А. Н. Леонтьева и др.

Под мышлением Л. С. Выготский понимает процесс мышления, познавательную деятельность, посредством чего субъект формирует понятие о мире и научается при помощи его решать проблемы.

А. Н. Леонтьев охарактеризовал мышление как высшую ступень познания, которая дает человеку знание существенных свойств, связей и отношений объективной реальности. Мышление есть не прямое и сложно опосредствованное отражение действительности, преодолевающее ограничения чувственного познания через переход от явления к сущности. Мышление генетически и функционально укоренено в практике.

Психологи разделяют людей по стилям мышления. Каждый стиль имеет свои особенности. Стиль мышления представляет собой набор способностей, черт, которые приемлемы для конкретного индивида, это своего рода «образ жизни», индивидуальный «путь» логики, размышлений и обдумывания, который приводит к конечному результату.

Дж. Уотсон выделял три основные формы мышления:

1. Простое развертывание речевых навыков (воспроизведение стихов или цитат без изменения порядка слов);
2. Решение задач не новых, но редко встречающихся, так что они требовали бы пробного словесного поведения (попытки вспомнить полузабытые стихи);
3. Решение новых задач, требующие словесного решения до того, как будет предпринято какое-нибудь открыто выраженное действие.

В отечественной психологии попытка развития теории когнитивного стиля по отношению к мышлению была предпринята Г. А. Берулава. Ею был выделен интегративный когнитивный стиль дифференциальность – интегральность, который репрезентирует индивидуальные особенности понимания. Позиция Г. А. Берулава заключается в том, что необходимо исследование интегративных стилей, отражающих не только особенности отдельных познавательных процессов, но и особенности понимания. Второе направление в исследовании стиля мышления выводит в область психофизиологических механизмов, определяющих индивидуальное своеобразие мышления. В этом направлении можно выделить 2 линии развития. Первая связана с исследованием психофизиологических механизмов индивидуальности человека, в рамках которых подчеркиваются типологические и стилевые особенности мышления, их обусловленность свойствами нервной системы и конституционными особенностями человека. К. Юнг, выделяя

различные социотипы, связал общительность или необщительность человека с рациональным (практическим) или абстрактным (аналитическим) стилем познавательных процессов. В известной типологии Э. Кречмера подчеркиваются индивидуальные отличия мышления шизотимов и циклотимов. Вторая линия исследования стилей мышления также выводит в область изучения психофизиологических механизмов индивидуальных различий в их обусловленности межполушарной асимметрией. Так, D. Dunivin, R. Zenhouzern выделяют два стиля мышления в зависимости от доминирования полушарий. Н. Н. Данилова, А. Л. Крылова отмечают, анализируя результаты исследований по проблеме межполушарной асимметрии, что за различными полушариями закрепляются различные способы познания. Левое полушарие связывается с аналитическим (логическим) мышлением, а правое – с интуитивным (конкретно-образным). Выделить стили мышления в рамках теории ведущих тенденций пытается Л. Н. Собчик, связывая стиль мышления прежде всего с эмоционально динамическими показателями и доминированием полушарий. Третье направление связано с выделением и изучением собственно стилей мышления. Большую популярность и распространение в нашей стране, благодаря работе А. А. Алексеева, Л. А. Громовой, получила теория А. F. Harrison, R. M. Bramson. Ими выделено 5 стилей мышления: синтезатор, идеалист, прагматик, аналитик, реалист. В основе данной типологии лежат различные философские системы познания, предложенные методологом теории систем С. W. Churchman. В соответствии с системой познания, господствовавшей в исследовательской деятельности ученых, А. F. Harrison, R. M. Bramson выделили и стиль мышления: диалектика (Гегель) – синтезатор; философский идеализм (Кант) – идеалист; философский прагматизм (Э. А. Синглер) – прагматик; символическая логика (Лейбниц) – аналитик; эмпиризм (Локк) – реалист. Таким образом, в основе данной типологии положены различия в системах и методах познания, осуществляемых различными учеными, по аналогии с которыми и была разработана характеристика стилей.

На основании многочисленных исследований Аллен Харрисон и Роберт Брэмсон пришли к выводу, что таких стилей мышления пять: синтетический, идеалистический, прагматический, аналитический и реалистический.

1. Синтетический стиль мышления проявляется в создании чего-то нового, оригинального, комбинировании несходных, часто противоположных идей, взглядов, осуществлении мысленных экспериментов. Синтезаторы стремятся создать по возможности более широкую, обобщенную концепцию, позволяющую объединить разные подходы, снять противоречия, примирить противоположные позиции.

2. Идеалистический стиль мышления проявляется в склонности к интуитивным, глобальным оценкам без осуществления детального анализа проблем. Особенность Идеалистов – повышенный интерес к целям, потребностям, человеческим ценностям, нравственным проблемам.

3. Прагматический стиль мышления опирается на непосредственный личный опыт, на использование тех материалов и той информации, которые легкодоступны, стремясь как можно быстрее получить конкретный результат (пусть и ограниченный), практический выигрыш.

4. Аналитический стиль мышления ориентирован на систематическое и всестороннее рассмотрение вопроса или проблемы в тех аспектах, которые задаются объективными критериями, склонен к логической, методичной, тщательной (с акцентом на детали) манере решения проблем. Прежде чем принять решение, Аналитики разрабатывают подробный план и стараются собрать как можно больше информации, объективных фактов, используя и глубокие теории.

5. Реалистический стиль мышления ориентирован только на признание фактов, и «реальным» является только то, что можно непосредственно почувствовать, лично увидеть или услышать, потрогать и т. п. Реалистическое мышление характеризуется конкретностью и установкой на исправление, коррекцию ситуаций в целях достижения определенного результата.

Юношеский возраст – период жизни человека между подростковым возрастом и взрослостью. Принятой специалистами по проблемам возрастной морфологии, физиологии и биохимии юношеский возраст был определен как 17 – 21 г. – для юношей и 16–20 лет – для девушек.

Как указывает П. М. Якобсон, у школьников юношеского возраста мышление становится более систематическим и критическим. Возрастной уровень мыслительной деятельности,

развитие приёмов размышления и рассуждения, рост умения обобщать проявляется и в том, что старшие школьники глубже понимают социально-исторические явления и естественнонаучные вопросы. Как пишет М. В. Ермолаева, в эти моменты, характеризующие развитие старшего школьника: совершенствование его моторики, развитие его мышления, его общий интеллектуальный рост – создаются предпосылки для усвоения довольно сложных умений и навыков.

Как отмечает Д. И. Фельдштейн, в юношеском возрасте растёт сознательное отношение к труду и учению, познавательные интересы приобретают широкий, устойчивый и действенный характер. Мыслительная деятельность приобретает такой уровень развития процессов анализа и синтеза, который создает предпосылки для самостоятельной творческой деятельности в определённых областях.

Для юношей и девушек становятся характерными: критичность мышления, причинное объяснение явлений, умение аргументировать и доказывать.

Говоря о познавательной деятельности, Л. И. Божович отмечает, что «нет ни одной интеллектуальной операции в познавательной деятельности старшего школьника, которой не было бы у подростка». В самом деле старший школьник так же, как и подросток, мыслит понятиями, пользуется различными мыслительными операциями, рассуждает, логически запоминает, хотя в этом отношении есть сдвиги. М. В. Гамезо и М. В. Матюхина указывают некоторые из них:

1. Если в подростковом возрасте ещё заметен разрыв в определениях конкретных и абстрактных понятий (подростки легче справляются с определением конкретных понятий), то в старшем школьном возрасте этот разрыв сглаживается. Как показывает исследование, при определении конкретных понятий подростки только в 53% случаев указывают как видовые, так и родовые признаки, в то время как старшие школьники справляются с этим в 92% случаев. При определении абстрактных понятий только 16% подростков указали на видовые и родовые признаки, в то время как среди старших школьников таких учащихся было 83%.

2. Аналогичная ситуация наблюдается и в развитии и таких мыслительных операций, как сравнение и обобщение. Подросток находит сходство и различие при сравнении конкретных понятий в 69% случаев, то старшие

школьники – в 100% случаев, а при сравнении абстрактных понятий подросток соответственно в 22% случаев, а старшие школьники в 92% случаев. Важный показатель умственной деятельности – способность выделять существенное. В исследовании получены в этом отношении следующие данные. Подростки, производя группировку предметов, делали это по существенным признакам в 44% случаев, а старшие школьники в 70% случаев.

3. Показателем умственного развития является также умение пользоваться рациональными приёмами запоминания. Если подросток пользуется такими приёмами, как многократное чтение и чтение и воспроизведение, то старшие школьники наряду с этими приёмами использовали и такие приёмы, как конспектирование и подчёркивание, выделение главной мысли, сравнение с другим изученным материалом и составление плана.

Однако всё это – количественные изменения. Говоря о качественном изменении, Л. И. Божович указывает на изменение содержательной и мотивационной стороны познавательной деятельности. Если подросток хочет знать, что собой представляет то или иное явление, то старшие школьники стремятся разобраться в разных точках зрения на этот вопрос и составить собственное мнение. Старшие школьники всегда хотят установить истину. Старших школьников привлекает сам ход анализа, способы доказательства не меньше, чем конкретные сведения.

Важно и то, что в юношестве увеличивается степень индивидуализации в интересах и способностях, причем часто разница дополняется, компенсируется негативными поведенческими реакциями. Поэтому в старших классах учитель легко выделяет группу интеллектуалов-отличников, группу способных, но безалаберных учеников (может, но не хочет), группу «хронических троечников» и т. д.

Таким образом, формирование стилей мышления в юношеском возрасте является очень важным, потому как их отсутствие является проблемной ситуацией в процессе обучения и профессиональной деятельности. Основным проявлением такой несформированности считается отсутствие умения правильно подобрать подходящий способ решения теоретических и практических задач. Это часто является причиной различных проблемных ситуаций при обучении.

Литература

1. Абдиева Г.И. Возрастные особенности юношеского периода. // Научный журнал АРХИВАРИУС. – 2021. – С. 31-33.
2. Александрова Ю.В. Характеристика психологических особенностей подростков и юношей: учебное пособие // Современный гуманитарный университет – 1999. – С. 4-57.
3. Белоусова А.К., Пищик В.И. Стиль мышления: учебное пособие: Ростов-на-Дону // Южный федеральный университет. – 2010. – 152 с.
4. Донцов Д.А. Психологические особенности юношеского (студенческого) возраста // Образовательные технологии. – 2013. – № 2. – С. 34-42.
5. Казаринова Д.Н. Особенности стиля мышления у старших школьников. Глава II. Теоретические аспекты исследования стилей мышления в психологии // Южный Федеральный университет. – 2015. – С. 3-25.
6. Курс лекций по возрастной психологии // Самарский Государственный Педагогический Университет – 2007. – 50 с.
7. Шемелина О.С. Познавательные стили и творчество // Новосибирский государственный технический университет – 2005. – 7 с.

KURBANOVA Nargiz Irfanovna

student, Astrakhan State University named after V. N. Tatishchev,
Russia, Astrakhan

THINKING STYLES IN ADOLESCENCE

Abstract. *Thinking is the highest stage of human cognition, which allows us to gain knowledge about such objects and properties of the real world that cannot be perceived at the sensory stage of cognition. The mechanisms of thinking are studied by psychology and neurophysiology. The concept of "style of thinking" practically reflects the fact that all people think differently about the same thing.*

Keywords: *cognitive style, thinking, thinking style, adolescence.*

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

БУХТИЯРОВ Валерий Михайлович

магистрант, Новосибирский государственный педагогический университет,
Россия, г. Новосибирск

НЮНЯЕВ Иван Валерьевич

преподаватель, кандидат педагогических наук,
Новосибирский военный институт им. генерала армии И.К. Яковлева войск
национальной гвардии Российской Федерации, Россия, г. Новосибирск

ИЛЬИНЫХ Сергей Николаевич

старший преподаватель,
Новосибирский военный институт им. генерала армии И.К. Яковлева войск
национальной гвардии Российской Федерации, Россия, г. Новосибирск

ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ НА УМСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

***Аннотация.** В статье рассматривается положительное влияние регулярных физических упражнений на структуру тканей организма и особенно на структуру мозга.*

***Ключевые слова:** регулярные физические упражнения, структура тканей, уменьшение жировых отложений, увеличение мышечной массы, влияние на мозг, защита здоровья мозга, оптимальное функционирование мозга.*

Регулярные физические упражнения изменяют структуру тканей нашего тела очевидным образом, например, уменьшают размер жировых отложений и увеличивают мышечную массу. Менее заметным, но, возможно, даже более важным является глубокое влияние физических упражнений на структуру нашего мозга – влияние, которое может защитить и сохранить здоровье и функции мозга на протяжении всей жизни. Сегодня многие эксперты считают, что человеческий мозг может зависеть от регулярной физической активности для оптимального функционирования на протяжении всей нашей жизни.

Упражнения влияют на мозг разными способами. Это увеличивает частоту сердечных сокращений, что накачивает больше кислорода в мозг. Он способствует высвобождению гормонов, которые обеспечивают прекрасную среду для роста клеток головного мозга. Упражнения также способствуют пластичности мозга, стимулируя рост новых связей между клетками во

многих важных областях коры головного мозга. С точки зрения хорошего самочувствия, те же антидепрессантные эффекты, связанные с «кайфом бегуна», коррелируют со снижением уровня гормонов стресса. Исследование, проведенное в Стокгольме, показало, что антидепрессивный эффект бега также связан с увеличением роста клеток в гиппокампе – области мозга, отвечающей за обучение и память.

Аэробные упражнения, такие как ходьба, бег трусцой или работа в саду, могут помочь росту гиппокампа мозга – части, связанной с памятью и обучением. Это также может замедлить сокращение гиппокампа, что может привести к потере памяти с возрастом [1, с. 257-262].

Аэробные упражнения настолько хорошо облегчают симптомы депрессии и беспокойства, что врач или терапевт может предложить их в качестве лечения. Это может быть связано с тем, что физические упражнения замедляют повреждение и разрушение клеток головного мозга. Чтобы получить полную пользу, может

потребоваться много месяцев, поэтому стоит взять за привычку вести активный образ жизни [2, с. 58].

Ученые считают, что как аэробные упражнения, так и силовые тренировки помогают сделать мозг более гибким или «пластичным» [3, с. 315-316]. Исследования показывают, что упражнения улучшают способность организовывать и интерпретировать информацию, а также действовать осмысленно – то, что называется «исполнительной функцией». Всего один сеанс упражнений может запустить процесс. В долгосрочной перспективе физические упражнения, по-видимому, изменяют структуру белого вещества в вашем мозгу, помогая клеткам мозга соединяться друг с другом [4, с. 82].

В последнее время все большее количество исследований сосредоточено на микроглии, которая является резидентными иммунными клетками головного мозга. Их основная функция – постоянно проверять мозг на наличие потенциальных угроз со стороны микробов, умирающих или поврежденных клеток и устранять любые обнаруженные повреждения. С возрастом иммунная функция снижается, и в органах тела, включая головной мозг, возникает хроническое слабовыраженное воспаление, которое увеличивает риск нейродегенеративных заболеваний, таких как болезнь Альцгеймера.

С возрастом микроглия становится менее эффективной в устранении повреждений и менее способна предотвращать заболевания и воспаления. Это означает, что нейровоспаление может прогрессировать, нарушая функции мозга, в том числе память. Однако, занятия физическими упражнениями могут перепрограммировать эту микроглию в стареющем мозге. Было показано, что упражнения делают микроглию более энергоэффективной и способной противодействовать нейровоспалительным изменениям, нарушающим функцию мозга. Упражнения также могут модулировать нейровоспаление при дегенеративных состояниях, таких как болезнь Альцгеймера и рассеянный склероз [4, с. 82].

Пока у ученых нет достаточно убедительных данных для разработки конкретных рекомендаций для физических упражнений, направленных на здоровье мозга, хотя полученные на сегодняшний день данные свидетельствуют о том, что наибольшую пользу приносят аэробные упражнения, такие как ходьба, бег или езда

на велосипеде. Взрослым рекомендуется уделять не менее 150 минут в неделю аэробным упражнениям умеренной интенсивности в сочетании с занятиями, поддерживающими силу и гибкость, для поддержания хорошего общего состояния здоровья.

Аэробные упражнения помогают крови добраться до мозга. Отчасти это связано с тем, что физические упражнения укрепляют сердце и кровеносные сосуды, от крупных сосудов, несущих кровь к голове, до крошечных микрососудов в головном мозге. Сильные кровеносные сосуды и лучший кровоток, который они создают, помогают остановить накопление бляшек, связанных с деменцией. Ученые также считают, что сильный кровоток помогает питать мозг таким образом, что замедляет снижение умственных способностей. Ученые продолжают пытаться выяснить, как именно это работает.

Следует также отметить, что исследователи не всегда обнаруживают благотворное влияние упражнений на мозг в своих исследованиях – вероятно, потому что в разных исследованиях используются разные программы тренировок и показатели когнитивной функции, что затрудняет прямое сравнение исследований и результатов. Но, несмотря на это, множество исследований показывают, что физические упражнения полезны для многих аспектов нашего здоровья.

Таким образом, обычные физические упражнения полезны для когнитивных функций и здоровья мозга большинства людей. Эта точка зрения не удивительна, поскольку упражнения – это настоящая «полипилюля», основанная на периферических факторах, индуцированных органом [5]. В целом считалось, что воздействие привычных упражнений на организм человека является результатом повторяющихся упражнений и, таким образом, может быть связано с кумулятивными острыми реакциями на упражнения. Точно так же может быть разумно сказать, что однократные упражнения, благоприятные для улучшения функции мозга, хотя это и является временной реакцией, также полезны для здоровья мозга при постоянном повторении посредством регулярных тренировок.

В эпидемиологических исследованиях и рандомизированных контролируемых испытаниях было определено, что обычные физические упражнения полезны для здоровья мозга и его нормального функционирования.

Некоторые механизмы улучшения функции мозга с помощью хронических упражнений остаются не до конца изученными, поскольку предполагается, что такие механизмы являются многофакторными, например, адаптация к повторяющимся интенсивным упражнениям.

Однако, уже доказано, что регулярная физическая активность является важной частью здорового образа жизни. Это не только полезно для мышц и костей, но и поддерживает здоровье мозга. Физическая активность может улучшить когнитивное здоровье, помогая думать, учиться, решать проблемы и сохранять эмоциональный баланс. Это может улучшить память и уменьшить тревогу или депрессию. Любая физическая активность может помочь. Независимо от возраста или уровня физической подготовки, физическая активность может помочь улучшить сон, здоровье мозга и качество жизни.

Литература

1. Михайлов, А.С. Формирование профессионально-прикладных умений и навыков в области оздоровительной деятельности обучающихся / А.С. Михайлов, Р.А. Солоницин,

А.Н. Шарипов // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2023. № 4 (218). С. 257-262.

2. Bieniek K.F., Ross O.A., Cormier K.A., Walton R.L., Soto-Ortolaza A., Johnston A.E. Chronic traumatic encephalopathy pathology in a neurodegenerative disorders brain bank (англ.) // ActaNeuropathologica, 2018. – P. 58.

3. Шамгунов, Э.Р. Актуальные проблемы физического воспитания обучающихся образовательных организаций ФСИН России / Шамгунов Э.Р., Михайлов А.С. // В сборнике: Пермский период. Сборник материалов VIII Международного научно-спортивного фестиваля курсантов и студентов образовательных организаций в 3-х томах. ФКОУ ВО Пермский институт ФСИН России, 2021. С. 315-316.

4. Willey J.Z., Gardener H., Caunca M.R., Yeseon Park Moon, Dong C., Cheung Y.K., Sacco R.L., Elkind M.S.V., Wright C.B. Leisure – time physical activity associates with cognitive decline (англ.) // Neurology, 2016. – P. 82.

5. Зайцева, И. Спорт как ритм жизни. О спорте в цитатах и афоризмах / Ирина Зайцева. – URL: <https://irinazaytseva.ru/sport-kak-ritm-zhizni.html/>.

BUKHTIYAROV Valery Mikhailovich

Graduate Student, Novosibirsk State Pedagogical University,
Russia, Novosibirsk

NYUNYAEV Ivan Valeryevich

Teacher, Candidate of Pedagogical Sciences,
Novosibirsk Military Institute of the Internal Troops named after general of the Army
I.K. Yakovlev of the Ministry of the Interior of the Russian Federation, Russia, Novosibirsk

ILYINYKH Sergey Nikolaevich

Senior Lecturer,
Novosibirsk Military Institute of the Internal Troops named after general of the Army
I.K. Yakovlev of the Ministry of the Interior of the Russian Federation, Russia, Novosibirsk

THE EFFECT OF PHYSICAL EXERCISE ON HUMAN MENTAL ACTIVITY

Abstract. *The article examines the positive effect of regular physical exercise on the structure of body tissues and especially on the structure of the brain.*

Keywords: *regular physical exercise, tissue structure, reduction of body fat, increase in muscle mass, effect on the brain, protection of brain health, optimal brain functioning.*

ГЕРТЕР Евгений Алексеевич

студент, Кубанский государственный аграрный университет имени А. И. Трубилина,
Россия, г. Краснодар

ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

***Аннотация.** Физическая активность является очень важным аспектом здоровой, счастливой и активной жизнедеятельности и благоприятно влияет как на различные процессы, так и на организм в целом. В рамках данной статьи мы рассмотрим, как спорт и физическая активность влияют на продолжительность и качество жизни человека.*

***Ключевые слова:** физическая активность, спорт, долголетие, выносливость, здоровье.*

Регулярная физическая активность важна для поддержания здоровья и благополучия человека, помогая ему предотвратить развитие различных заболеваний и сохранить активный образ жизни на более долгие сроки. Движение способствует укреплению мышц, улучшению работы сердечно-сосудистой и дыхательной систем, повышению иммунитета и общему самочувствию. Включение физической активности в повседневную жизнь поможет сохранить здоровье и энергию на долгие годы.

Важность физической активности объясняется тем, что она благоприятно влияет на все органы и системы организма и является необходимой для каждого человека. Регулярные тренировки помогают организму лучше приспособиться к внешним условиям. Под воздействием мышечных нагрузок увеличивается сердечный ритм, улучшается сократительная функция сердца, возрастает артериальное давление, что способствует улучшению работы системы кровообращения. Интенсивное дыхание поддерживает легкие в здоровом состоянии и помогает предотвратить возможные заболевания.

Физическая активность является важным физиологическим процессом, который присущ каждому человеку. Для продления активной и здоровой жизни необходимо уделить особое внимание тренировке сердца, поскольку с возрастом его функции могут ухудшаться. А также важно помнить о состоянии сосудов, так как эластичность артерий с возрастом уменьшается, что может увеличить риск сердечно-сосудистых заболеваний. Регулярная физическая активность помогает сохранить здоровье сердечно-сосудистой системы, улучшить

кровообращение, снизить артериальное давление и сопротивление сосудов. Поэтому двигательная активность играет ключевую роль в замедлении процесса старения, поддержании физической формы и общего здоровья организма. Как отмечает М. Р. Могендович [2, с. 48-54] в своей работе о моторно-висцеральных рефлексах, исследование показало взаимосвязь деятельности двигательного аппарата, скелетных мышц и вегетативных органов. Отсутствие достаточного уровня физической активности может нарушить нервно-рефлекторные связи в организме, что может привести к нарушениям работы сердечно-сосудистой и других систем, нарушениям обмена веществ и развитию дегенеративных заболеваний.

Можно выделить основные преимущества, которые дарит физическая активность. Вот некоторые из них:

1. Повышение выносливости и энергии. Физически активные люди имеют более высокий уровень энергии и выносливости, чем те, кто ведет сидячий образ жизни.

2. Снижение риска сердечно-сосудистых заболеваний. Регулярные занятия спортом укрепляют сердце, снижают давление и уровень холестерина в крови.

3. Улучшение психического состояния. Физическая активность способствует выработке эндорфинов – гормонов счастья, которые улучшают настроение и снимают стресс.

4. Снижение риска ожирения. Регулярные тренировки помогают сжигать лишние калории и держать вес под контролем.

5. Укрепление костей. Физическая активность способствует увеличению плотности

костей и уменьшению риска развития остеопороза.

6. Повышение иммунитета. Регулярные тренировки укрепляют иммунную систему, делая организм более устойчивым к инфекциям и вирусам.

Всемирная организация здравоохранения [1] рекомендует уделять внимание аэробным упражнениям умеренной интенсивности в течение 150 минут в неделю или упражнениям высокой интенсивности в течение 75 минут в неделю. Даже если ваш уровень физической активности ниже рекомендованного, любая активность все равно будет полезнее, чем ее полное отсутствие. Начинать заниматься спортом в умеренном темпе можно в любом возрасте, и тренировки будут полезны даже для тех, кто ранее не вел активный образ жизни. Хотя физическая активность не является единственным фактором, определяющим продолжительность жизни, она является существенным компонентом для поддержания здоровья и снижения риска развития серьезных заболеваний.

На продолжительность жизни человека влияют пол, наследственность, уровень доступности здравоохранения, качество питания, образ жизни, социальную среду. Доказано, что физическая активность на 30–35% снижает риск развития многих заболеваний, которые часто становятся причиной ранней смерти. Например, артериальной гипертензии, сахарного диабета второго типа, ишемической болезни сердца, онкологии [3]. Снижение физической активности частично связано с бездействием в свободное время и малоподвижным образом жизни на работе и дома. Аналогичным образом, увеличение использования «пассивных» видов транспорта также способствует недостаточной физической активности.

При этом занятия спортом связаны с травматизмом. Чрезмерная нагрузка и неграмотный подход к тренировкам могут нанести ущерб общему состоянию здоровья и, как следствие, сократить продолжительность жизни. Поэтому в занятиях важны мера и контроль квалифицированного тренера. Начало тренировок слишком резко может быть опасно для здоровья, увеличивая риск развития сердечных проблем, таких как аритмия, гипертрофия сердца и ишемическая болезнь. При интенсивных тренировках существует опасность нарушений ритма сердца и увеличения размеров сердечной мышцы. Преждевременное прекращение интенсивных тренировок также может

негативно повлиять на здоровье, возможно вызывая артериальную гипертензию, гипертрофию сердца и сердечную недостаточность. Поэтому важно начинать тренировки постепенно, учитывая свои физические способности и здоровье, чтобы избежать серьезных осложнений. Главное – подходить к тренировкам ответственно и разумно, следуя рекомендациям специалистов и прислушиваясь к своему организму.

В зависимости от воздействия на организм и характера движений, все виды физической активности можно разделить на циклические и ациклические упражнения. Циклические упражнения представляют собой повторяющиеся движения, продолжающиеся длительное время без четкого завершения цикла. К ним относятся такие виды как ходьба, бег, велосипед, гребля, плавание и лыжи. Ациклические упражнения характеризуются изменением структуры движений в процессе выполнения, не имеют стабильного цикла. К таким видам относятся прыжки, метание, силовые тренировки и аэробная нагрузка. Оба вида физической активности положительно сказываются на работе опорно-двигательного аппарата, улучшают структуру мышц, гибкость и подвижность в суставах, способствуют общему укреплению здоровья и физической формы. Важно подбирать соответствующие упражнения и комбинировать их для достижения наилучших результатов.

Человеку, подготовленному недостаточно для выполнения того или иного упражнения, имеющего проблемы со здоровьем и, в связи с этим определенные ограничения, следует относиться к занятиям спортом с большей осторожностью и правильно подбирать упражнения в зависимости от их интенсивности. Стоит отметить, что реакция организма каждого человека на различную реакцию уникальна. Для кого-то небольшая пробежка может являться большой нагрузкой. Поэтому к тренировкам стоит подходить с умом.

Литература

1. World Health Organization. (5 October 2022). A report about Physical activity [Электронный ресурс] – URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity> (дата обращения: 04.05.2024 г).
2. Могендович М.Р. Современное состояние учения о моторновисцеральной регуляции

(по данным зарубежной литературы): обзор работ М.Р. Могендовича и его учеников / М.Р. Могендович // ЛФК и массаж. Спорт. медицина. – 2008. – № 10. – С. 48-54.

3. National Library of Medicine. (2012 July 1) Does physical activity increase life expectancy? A review of the literature [Электронный ресурс] – URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22811911> (дата обращения: 04.05.2024 г).

4. Вахтин В.Е., Давыдов М.В., Шенин К.А., Нестеров Д.Р. Влияние спортивных нагрузок различной интенсивности на здоровье сердечно-сосудистой системы / Вахтин В.Е.,

Давыдов М.В., Шенин К.А., Нестеров Д.Р // «Актуальные исследования» #31(161), август 23 [Электронный ресурс] – URL: <https://apni.ru/article/6836-vliyanie-sportivnikh-nagruzok-razlichnoj-inte> (дата обращения: 04.05.2024 г).

5. Янченко, С.В. Как влияет физическая активность на здоровье и продолжительность жизни современного человека / С.В. Янченко, В.В. Вольский. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 15 (253). – С. 80-83. – URL: <https://moluch.ru/archive/253/57641/> (дата обращения: 04.05.2024).

GERTER Evgeny Alekseevich

Student, Kuban State Agrarian University, Russia, Krasnodar

PHYSICAL ACTIVITY AS A MEANS OF INCREASING THE DURATION AND QUALITY OF LIFE

Abstract. *Physical activity is a very important aspect of a healthy, happy and active lifestyle and has a beneficial effect on both various processes and the body as a whole. In this article, we will look at how sports and physical activity affect the duration and quality of a person's life.*

Keywords: *physical activity, sports, longevity, endurance, health.*

ЗАЙЦЕВА Валерия Павловна

студентка, Российская таможенная академия – Санкт-Петербургский филиал,
Россия, г. Санкт-Петербург

*Научный руководитель – старший преподаватель кафедры физической подготовки
Российской таможенной академии – Санкт-Петербургского филиала Рысев Юрий Львович*

ПОЛЬЗА ФИЗИЧЕСКИХ УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ЖЕНСКОГО ЗДОРОВЬЯ

Аннотация. В условиях современного мира, где стандарты красоты активно пропагандируются в средствах массовой информации, девушкам и женщинам приходится доводить свой характер до устоявшихся массовых идеалов. С экранов телевизоров время от времени можно услышать информацию о том, что обладательницы идеального персонажа без проблем достигают всех своих целей: успеха в общении с противоположным полом, продвижения по карьерной лестнице, отличного самочувствия. Отсюда возникает непоколебимое желание женщины изменить себя, чтобы добиться успеха во всем. Но одного желания, несомненно, недостаточно для формирования и поддержания необходимой физической формы – стоит постоянно заниматься спортом, работать над собой, совершенствовать свое тело.

Ключевые слова: физическая культура, физические упражнения, спорт, здоровье, психическое здоровье.

Регулярная физическая активность жизненно важна для хорошего физического и психического здоровья. Она помогает улучшить ваше общее состояние здоровья и физическую форму, поддерживать здоровый вес, снизить риск многих хронических заболеваний и укрепить хорошее психическое здоровье.

Австралийские рекомендации по физической активности и малоподвижному образу жизни рекомендуют, для хорошего самочувствия требуется не менее 30 минут физической активности средней интенсивности, предпочтительно во все дни. Это одинаково для женщин и мужчин. Однако только 54 процента австралийских женщин соответствуют этим рекомендациям.

Некоторые препятствия на пути к физическим упражнениям, с которыми сталкиваются женщины, включают семейные обязанности, образ тела и представления о безопасности.

Новое исследование, проведенное Институтом сердца имени Шмидта в Сидарс-Синай, показывает, что между женщинами и мужчинами существует разрыв в том, что касается физических упражнений.

Результаты, опубликованные в *Журнале Американского колледжа кардиологии (JACC)*, показывают, что женщины могут заниматься спортом реже мужчин, но при этом получают

большой прирост сердечно-сосудистой системы.

По словам Марты Гулати, доктора медицинских наук, директора профилактической кардиологии отделения кардиологии Института сердца им. Шмидта в Сидарс-Синае, заведующей кафедрой женской сердечно-сосудистой медицины и исследований Анита Данн Фридман и соавтора исследования, женщины исторически и статистически отставали от мужчин в выполнении значимых физических упражнений. Прелесть этого исследования, по ее мнению, заключается в том, что женщины могут получать больше пользы от каждой минуты умеренной или интенсивной активности, чем мужчины.

Исследователи проанализировали данные 412 413 взрослых американцев, используя базу данных Национального опроса о состоянии здоровья. Участники в период с 1997 по 2019 год, 55% из которых составляли женщины, предоставили данные опроса о физической активности в свободное время. Исследователи изучили результаты, зависящие от пола, в зависимости от частоты, продолжительности, интенсивности и типа физической активности.

По словам Сьюзан Ченг, доктора медицинских наук, MPH, председателя Erika J. Glazer Женское сердечно-сосудистое здоровье и популяционные науки, директора Института

исследований здорового старения отделения кардиологии Института сердца им. Шмидта и старшего автора исследования, для всех взрослых, занимающихся какой-либо регулярной физической активностью, по сравнению с неактивным состоянием, риск смертности был ожидаемо ниже, однако риск смертности был снижен на 24% у женщин и на 15% у мужчин.

Исследовательская группа изучила аэробную физическую активность от умеренной до интенсивной, такую как быстрая ходьба или езда на велосипеде, и обнаружила, что мужчины достигли максимальной пользы для выживания, выполняя упражнения такого уровня в течение примерно пяти часов в неделю, в то время как женщины достигли такой же степени пользы для выживания, занимаясь чуть менее 2 1/2 часов в неделю.

Аналогичным образом, когда дело доходило до занятий по укреплению мышц, таких как тяжелая атлетика или упражнения для основного тела, мужчины достигали максимальной пользы от трех занятий в неделю, а женщины получали такую же пользу примерно от одного занятия в неделю.

Ченг сказала, что у женщин был еще больший прирост, если они занимались аэробной активностью от умеренной до интенсивной более 2 1/2 часов в неделю или занимались двумя, или более тренировками для укрепления мышц в неделю. Исследователи отмечают, что их результаты помогают перевести давнее признание физиологии, зависящей от пола, наблюдаемое в лаборатории физических упражнений, в расширенное представление о половых различиях в клинических результатах, связанных с физическими упражнениями.

Учитывая все виды упражнений и переменные, Гулати утверждает, что рекомендации, основанные на результатах исследования, имеют силу.

Физические упражнения приносят множество преимуществ для здоровья, особенно когда речь идет о вашем психическом здоровье. Регулярные физические упражнения могут вылечить депрессию и снизить тревожность, укрепить здоровье мозга и являются ключевым фактором, помогающим сбалансировать гормональный фон. Систематический обзор влияния физических упражнений на психическое здоровье показал, что всего 2,5 часа быстрой ходьбы в неделю снижают риск депрессии по сравнению с теми, кто не занимается физической активностью. Исследования постоянно

изучают эту область, и все они показывают многообещающие результаты.

Что касается питания, то на физическое и психическое здоровье женщин это может повлиять по-разному. Что касается макроэлементов, то рафинированные углеводы с высоким гликемическим индексом могут быть виновниками развития депрессии. Вполне возможно, что это связано с комплексным воздействием на тех, у кого резистентность к инсулину и воспалительные процессы. Из-за связи между кишечником и мозгом продукты, негативно влияющие на микрофлору кишечника, могут пагубно сказываться на старении. В одном интервенционном исследовании изучалось влияние средиземноморской диеты на хрупкость у пожилых людей в возрасте 65–79 лет. К слабости относятся состояния, которые могут развиваться из-за продолжающегося низкокачественного воспаления, такие как диабет, атеросклероз и снижение когнитивных функций. Результаты показывают, что такое соблюдение диеты положительно влияет на микробиом, тем самым снижая риск развития слабости. Что касается здоровья женщин, то недостаточное потребление макроэлементов и микроэлементов может быть фактором риска развития послеродовой депрессии, а также когнитивных расстройств и расстройств настроения в менопаузе.

Воздействие токсинов в окружающей среде может подвергнуть риску здоровье женщин. Воздействие на эндокринную систему химических веществ, таких как пестициды, тяжелые металлы и промышленные химикаты, может нарушить женскую фертильность и вызвать раннюю менопаузу, нанося вред гипоталамусу, гипофизу, надпочечникам и яичникам.

Оптимальная продолжительность и качество сна могут улучшить гормональный фон, поддержать настроение и уменьшить стресс. Известно, что недостаток сна в большей степени негативно влияет на женщин, чем на мужчин, в первую очередь из-за гормональных колебаний, факторов образа жизни и репродуктивных стадий, таких как беременность и менопауза.

Усталость может быть результатом неправильного питания, недостатка физической активности, чрезмерной физической нагрузки или признаком беспокойства по поводу психического здоровья. В зависимости от типа переутомления – вторичного, физиологического или хронического, вы можете испытывать негативное влияние на свою личную и

профессиональную жизнь или на свой выбор образа жизни, например, здорового питания и регулярных физических упражнений.

Движение необходимо для поддержания вашего здоровья в целом. Рекомендуется уделять умеренно интенсивным аэробным упражнениям не менее 150 минут в неделю. Проводя меньше времени сидя и больше времени занимаясь спортом в течение пяти с лишним часов в неделю, вы получите больше пользы. Если вы работаете над оптимизацией уровня гормонов, существуют особые режимы упражнений, методы синхронизации циклов и уровни нагрузки, которые могут принести вам наибольшую пользу.

Физические упражнения, психическое и психофизическое здоровье неразрывно связаны. Создание сбалансированного образа жизни, включающего адекватные аэробные и силовые упражнения, является ключом к улучшению вашего здоровья.

Литература

1. Влияние физических упражнений на организм человека [Электронный ресурс]:

<http://pereroidenie.info/aktivnaya-zhizn/vliyanie-fizicheskix-uprazhnenij-na-organizm-cheloveka.html>.

2. Физические тренировки как средство укрепления здоровья // Обзоры по важнейшим проблемам медицины. М. – 1988.

3. Польза физических упражнений для здоровья женщин [Электронный ресурс]: <https://www.rupahealth.com/post/the-benefits-of-exercise-for-womens-health>.

4. Половые различия в связи физической активности со смертностью от всех причин и сердечно-сосудистых заболеваний [Электронный ресурс]: <https://www.jacc.org/doi/10.1016/j.jacc.2023.12.019>.

5. Губанихина, Е.В. Применение физических упражнений для коррекции женской фигуры / Е.В. Губанихина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 1 (105). – С. 840-842. – URL: <https://moluch.ru/archive/105/24292/> (дата обращения: 16.05.2024).

ZAITSEVA Valeria Pavlovna

Student, Russian Customs Academy – St. Petersburg Branch, Russia, St. Petersburg

Scientific Advisor – Senior Lecturer at the Department of Physical Training of the Russian Customs Academy – St. Petersburg branch Rysev Yuri Lvovich

THE BENEFITS OF PHYSICAL EXERCISE FOR WOMEN'S HEALTH

Abstract. *In the modern world, where beauty standards are actively promoted in the media, girls and women have to bring their character up to established mass ideals. From time to time, you can hear information from TV screens that the owners of the ideal character achieve all their goals without problems: success in communicating with the opposite sex, career advancement, and excellent well-being. Hence, there is an unwavering desire of a woman to change herself in order to succeed in everything. But desire alone is undoubtedly not enough to form and maintain the necessary physical shape-it is worth constantly exercising, working on yourself, improving your body.*

Keywords. *physical education, physical exercise, sports, health, mental health.*

ХАБИБУЛЛИН Ирек Раисович

преподаватель, Уфимский государственный нефтяной технический университет,
Россия, г. Уфа

АХМЕТОВ Дамир Ринатович

студент, Уфимский государственный нефтяной технический университет, Россия, г. Уфа

СПОРТ КАК СРЕДСТВО УКРЕПЛЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ

Аннотация. В статье рассмотрено необходимость повсеместного перехода к массовым формам физкультурно-оздоровительной и спортивной работы среди населения.

Ключевые слова: здоровье, физическая культура, эмоциональность, подвижность, развитие, формирование.

Современному человеку сложно идти в ногу с требованиями научно-технического прогресса, а также сложно справляться с потоками информации даже в узкой области своей профессиональной деятельности, что в большей степени относится к вузам. Для большинства из них работа по специальности связана со значительным снижением двигательной активности и повышением роли внимания, точности движений и скорости реакции. Сочетание физической растренированности организма и повышения нервно-эмоционального напряжения организма человека в условиях интенсификации производства и ускоряющегося ритма жизни приводит к преждевременной утомляемости, ошибкам в производственной деятельности, которые тем серьёзнее, чем более сложной техникой управляет человек, а также к различным заболеваниям и ранней потере трудоспособности. Однако этих неизбежных негативных последствий можно избежать. Чтобы добиться этого, нужно постоянно работать над собой, изучать особенности своего тела, учиться использовать ранее скрытые способности, вести здоровый образ жизни и систематически использовать средства физического воспитания в самом широком смысле этого слова. Перед высшей школой стоит задача придать студенческому спортивному движению массовый характер и создать научно обоснованную систему студенческого спорта.

Постоянная и напряженная работа одних и тех же клеток мозга может привести к их истощению. Поэтому физические упражнения и работа в разумных пределах, а также доступные виды спорта, отвлекающие от других занятий,

являются сильными факторами, укрепляющими нервную систему. Молодёжи особенно необходимо осознавать, насколько важен спорт для улучшения их здоровья. Часто болеют люди, которые не занимаются спортом и малоподвижны. Нервная система этих людей также значительно ослаблена, ее тонус понижен, из-за чего они часто без видимых причин жалуются на плохое настроение, рассеянность, плохую память и снижение работоспособности.

Систематические спортивные занятия являются средством тренировки процессов возбуждения и торможения, способствуют развитию их силы и подвижности, взаимному уравновешиванию и тем самым предотвращают развитие неврозов. Занятия футболом, баскетболом, теннисом, греблей, лыжами и другими видами спорта значительно улучшают работу коры головного мозга и предотвращают быстрое появление утомления, поскольку в активную деятельность вовлекаются разные участки мозга.

Большинство спортивных мероприятий проходят на открытом воздухе. Это положительно влияет на дыхательную систему человека, укрепляет организм и предотвращает многие заболевания. Спорт формирует выносливость, скорость, ловкость, силу, внимание и волю к победе. Спорт всегда пользовался неизменной любовью среди молодежи и считался одним из важнейших средств в различных системах физического воспитания.

Мы не можем забывать о положительных эмоциях, которые сопровождают спортивные игры. Из физиологии известно, что эмоциональное состояние, вызванное игрой, является результатом раздражения центральной

нервной системы, а также ее сигналов симпатической нервной системе. Сила и степень проявления эмоций зависят от самой игры, а также от того, насколько человек вовлечен в этот физиологический процесс. К видам спорта относятся бег, прыжки, метание и координация движений, которые влияют на работу мышечной, кровеносной и дыхательной систем. Большинство спортивных игр повышают нервно-мышечное напряжение, которое сохраняется в течение длительного времени. Есть много популярных игр, таких как футбол, теннис, волейбол, баскетбол и другие. Все большее значение приобретают военно-технические виды спорта.

Футбол формирует ловкость, выносливость и креативность, тактические навыки и мобилизует волю к победе. Это требует много усилий и энергии. Преобладают быстрые движения, поэтому требуется большая мышечная сила, особенно в ногах.

Баскетбол развивает организм человека во многом, укрепляет мышцы, тренирует сердечно-сосудистую систему, развивает скорость реакции, силу, ловкость и навыки навигации. Игра развивает выносливость.

Волейбол оказывает умеренное влияние на развитие сердечно-сосудистой системы и легких. Развивает легкость и скорость реакции. Он способствует развитию двигательных навыков, которые чрезвычайно важны в жизни человека. Навыки развиваются путем отработки механизма создания новых условных рефлексов. Важнейшим проявлением умения является развитие координации движений. При выработке навыка условные рефлексы укрепляются и движения становятся автоматическими.

Теннис требует большого внимания и точности. Для игры характерен короткий, интенсивный бег, прыжки и различные движения руками. При этом все мышцы развиваются пропорционально, укрепляется нервная система, появляются положительные эмоции, что положительно влияет на функции вегетативной нервной системы.

Легкая атлетика характеризуется упражнениями, требующими силы и гибкости. К ним относятся такие виды спорта, как ходьба, бег, прыжки. Он вселяет в человека стойкость, ловкость, силу, выносливость, решительность и волю к победе. Бег лежит в основе легкой атлетики и является одним из способов всестороннего физического развития человека, поскольку в работу вовлекается большое

количество крупных мышц, значительно повышается активность всего организма. Бег предъявляет большие требования к сердечно-сосудистой и дыхательной системам. Бег укрепляет тело, развивает выносливость и скорость. Бегуны – физически сильные, выносливые люди с хорошей емкостью легких.

Забег требует специальной подготовки. При ходьбе активно работают мышцы нижних конечностей и таза, менее активно – мышцы рук и мышцы живота. Резко возрастает деятельность сердечно-сосудистой системы и легких, усиливается обмен веществ, укрепляется нервная система. Суть этого вида спорта заключается в том, чтобы научиться правильно ходить.

Прыжки развивают гибкость, тонизируют мышцы, укрепляют связки и координацию движений. Есть прыжки в длину, высоту и прыжки с шестом. При прыжках в высоту и длину особенно напрягаются мышцы нижних конечностей, т. е. мышцы живота. Мышцы рук очень важны в прыжках с шестом.

Легкоатлетическое метание – это упражнение, в котором нужно толкать и бросать специальные снаряды. Есть метание ядра, диска, копья, молота и гранаты. Эти упражнения развивают силу, скорость, ловкость и точность рук и ног, а также координацию движений.

Лыжи – исконный русский зимний вид спорта. Катание на лыжах зачастую является единственным способом передвижения по дикой природе тайги. Лыжные батальоны сыграли огромную роль в разгроме фашистских полчищ в годы Отечественной войны. Многие люди, особенно молодежь, любят кататься на лыжах. Этот вид спорта развивает выносливость, силу, ловкость, решительность и смелость.

Гимнастика, включающая в себя утреннюю гигиеническую гимнастику, повышает работоспособность, предотвращает многие заболевания и сохраняет здоровье. На протяжении многих веков лучшие представители медицины занимались гимнастикой – вечным источником здоровья. В целом занятия гимнастикой в первую очередь помогают человеку развить способность выполнять быстрые и точные, скорректированные движения, развить гибкость в силовых упражнениях, способствуют развитию правильной осанки, повышают устойчивость организма к перегрузкам, укачиванию и невестомости, укрепляют организм и помогают предотвратить простуду и другие заболевания.

Говоря о физической подготовке, необходимо сказать, что она может быть общей и специальной. Общеразвивающие тренировки служат развитию основных физических качеств и под их влиянием улучшают работу системы кровообращения и дыхания. Под специальной тренировкой мы понимаем процесс формирования физических качеств, обеспечивающих первичное развитие тех двигательных навыков, которые необходимы в конкретной спортивной дисциплине или виде труда.

Вам необходимо развивать мышечную силу посредством силовых упражнений и уметь заставлять себя выполнять эти упражнения, т. е. демонстрировать силу воли. Под влиянием физической активности увеличивается мышечная масса, увеличивается приток крови к мышцам, улучшается обмен веществ и увеличиваются энергетические запасы.

Технические спортивные дисциплины имеют практическое значение. Затем эти виды можно разделить на более узкие группы, например, военно-технические виды спорта.

Если присмотреться, то каждый день мы видим нечто подобное. На территории Российской Федерации технические виды спорта с каждым годом интенсивно развиваются и постепенно включаются в программы Олимпийских игр.

Литература

1. Алхасов Д.С. Преподавание физической культуры по основным общеобразовательным программам. – М.: Директ-Медиа, 2015.
2. Алексеев С.В., Гостев Р.Г. Физическая культура и спорт в Российской Федерации: новые вызовы современности. – М.: Теория и практика физической культуры, 2016.
3. Ашмарин Б.А. Теория и методика физического воспитания. – М.: Просвещение, 1990.
4. Багнетова Е.А. Гигиена физического воспитания и спорта. – М.: Феникс, 2016.
5. Бароненко В.А. Здоровье и физическая культура студента: – М.: Альфа-М, 2018.
6. Бердинков Г.И. Массовая физическая культура в ВУЗе. – М.: Высшая школа, 1991.
7. Боген М.М. Обучение двигательным действиям. – М.: Физкультура и спорт, 2015.
8. Быков В.С. Развитие двигательных способностей учащихся. – М.: Просвещение, 1998.
9. Былеева Л.В., Коротков И.М. Подвижные игры: – М.: Физическая культура и спорт, 2017.
10. Визитей Н.Н. Физическая культура личности. – М.: Штиница, 2019.
11. Викулов А.Д. Плавание. – М.: ВЛАДОС – ПРЕСС, 2014.

KHABIBULLIN Irek Raisovich

Lecturer, Ufa State Petroleum Technical University, Russia, Ufa

AKHMETOV Damir Rinatovich

Student, Ufa State Petroleum Technical University, Russia, Ufa

SPORT AS A MEANS OF IMPROVING HEALTH

Abstract. *The article discusses the need for a widespread transition to mass forms of physical education, health and sports work among the population.*

Keywords: *health, physical culture, emotionality, mobility, development, formation.*

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 20 (202)

Часть IV

ISSN 2713-1513

Подготовка оригинал-макета: Орлова М.Г.

Подготовка обложки: Ткачева Е.П.

Учредитель и издатель: ООО «Агентство перспективных научных исследований»

Адрес редакции: 308000, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135

Email: info@apni.ru

Сайт: <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».

Номер подписан в печать 21.05.2024г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 40