



КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
ФГБОУ ВО
"РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА"

**СФЕРА УСЛУГ:
ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО**

**SERVICES SECTOR:
INNOVATION AND QUALITY**

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



Сфера услуг: инновации и качество **Services sector: innovation and quality**

№ 58, 2022

Научно-практический журнал

Периодичность – 6 раз в год

Доступ к электронной версии <http://journal.kfrgteu.ru>

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Эл № ФС77-80740

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Издатель:

Краснодарский филиал ФГБОУ ВО "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Главный редактор:

Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор

Зам. главного редактора:

Е.О. Горецкая, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет:

Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор

Г.Л. Баяндурян, доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Белкина, доктор экономических наук, доцент

В.В. Бондаренко, доктор экономических наук, доцент

Л.А. Воронина, доктор экономических наук, профессор

А.А. Воронов, доктор экономических наук, профессор

Е.В. Горшенина, доктор экономических наук, профессор

Т.А. Джум, кандидат технических наук, доцент

А.В. Петровская, кандидат экономических наук, доцент

А.З. Рысьмятов, доктор экономических наук, профессор

Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент

З.А. Шарудина, кандидат экономических наук, доцент

Верстка: А.С. Гимадеева

Корректор: Е.В. Бондарева

Редакция журнала: 350002 Краснодар, ул. Садовая, 23, телефон/факс (861) 201-10-71

Адрес в Internet: <http://journal.kfrgteu.ru/> e-mail: reakf_publicaciya@mail.ru

© РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

©Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

Возрастные ограничения: 16+

Статьи рецензируются

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Сфера услуг: инновации и качество», допускается только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>1. Александров С.Г., Клушина Е.С.</i> Значение бадминтона в физическом воспитании студентов	4-13
<i>2. Александров С.Г., Гусева Е.С.</i> Нормализация нервно-психических состояний студентов с использованием потенциала физической культуры и спорта	14-22
<i>3. Александров С.Г., Колесник А.В., Потапова А.Д., Гирская К.А.</i> Об организации реабилитации студентов, перенёсших коронавирусную инфекцию, средствами физической культуры	23-33
<i>4. Балашова И.В., Терещенко Т.А.</i> Основные направления государственной социальной политики субъекта Российской Федерации (на примере Краснодарского края)	34-48
<i>5. Горецкая Е.О., Горецкий В.В.</i> Роль иностранных инвестиций в мировой экономике и их влияние на экономику России	49-56
<i>6. Горецкая Е.О.</i> Развитие интеграционных связей в Евразийском экономическом союзе	57-65
<i>7. Горецкая Е.О.</i> Усиление взаимосвязей России и Азиатско-Тихоокеанского региона в международных экономических отношениях	66-76
<i>8. Данилевская Е.Н., Нам Т.А.</i> Инновации в розничной торговле.....	77-86
<i>9. Данилевская Е.Н., Нам Т.А.</i> Применение бенчмаркинга в торговле.....	87-95
<i>10. Данилевская Е.Н., Нам Т.А.</i> Цифровой мерчандайзинг.....	96-102
<i>11. Савельева О. В.</i> Цифровизация в сфере туризма в Российской Федерации	103-112
<i>12. Терещенко Т.А., Колесникова О.А.</i> Развитие экономического потенциала субъектов малого предпринимательства.....	113-123

УДК 796.011

*Александров С.Г.**к.п.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Клушина Е.С.**обучающаяся 3 курса, направления**подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***ЗНАЧЕНИЕ БАДМИНТОНА В ФИЗИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНТОВ****THE ROLE OF BADMINTON IN THE PHYSICAL EDUCATION OF STUDENTS**

Аннотация: Бадминтон является универсальным средством, способствующим совершенствованию физического воспитания студентов вузов. Введение его в учебный процесс в университете позволит улучшить физическое состояние студентов, а также активизировать их вовлеченность в занятия по физической культуре. В статье рассматривается значение бадминтона в системе физического воспитания студентов, особенности его проведения на практических занятиях по физической культуре. Приводятся результаты анкетного опроса среди студентов Краснодарского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова по соответствующему вопросу.

Annotation: Badminton is a universal tool that contributes to the development of students' physical education. Its introduction into the educational process at the university will improve the physical condition of students, as well as involve them in physical education. This article discusses the importance of badminton in the system of physical education of students, its features in practical classes in physical culture, the results of a questionnaire survey among students of the Krasnodar branch of the Russian Economic University named after G.V. Plekhanov.

Ключевые слова: бадминтон, физическое воспитание студентов, физическая культура, физическое здоровье, оздоровление организма.

Keywords: badminton, physical education of students, physical culture, physical health, health improvement.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящие дни из-за большой нагрузки на учебу физическое состояние студентов ухудшается, в результате чего снижается их физическая подготовленность. Основными причинами ухудшения здоровья молодежи является их малоподвижный образ жизни, вредные привычки, неправильное питание и т.д. [2]

Поэтому одной из важнейших задач улучшения их здоровья является формирование интереса у студентов в занятиях физической активности во время учебного процесса [5]. Одним из прекраснейших инструментов, который решит эту задачу, является всеми известный вид спорта – бадминтон.

Бадминтон имеет все шансы обрести популярность и массовость и стать привлекательным для подавляющей части студентов вузов. Его развитие сделает его великолепным помощником для преподавателей вуза в эффективном решении задач по физическому воспитанию обучающихся, организации их досуга, в укреплении здоровья, пропаганде здорового образа жизни.

История бадминтона повествует о том, что данный вид спорта произошел от игры в волан и берет начало с древних времен. В нее играли в Древнем Китае, Греции, Японии, Индии и в ряде других стран Африки. В Древней Японии эта игра называлась «ойбане», что означает «летающее перо». Ракетки были сделаны из дерева, а волан – из семян сакуры. Во Франции схожая игра называлась «же-де-пом» – «игра ладонью», а в Индии - «пуна» [9]. Английский герцог Бофорт считается зачинателем современного бадминтона. В 1873 году он привез с собой в Бадминтон-хаус инвентарь, предназначенной для индийской игры с воланом. Он приобщил к этой игре своих родственников и окрестных аристократов. Благодаря этому игра развилась и получила широкое распространение.

Бадминтон – «соперническая игра» между двумя и более игроками, задача которых забить ракеткой большее количество воланов на сторону противника. Посередине поля расположена сетка, которая делит площадку на две части. Игра называется одиночной, если играют два игрока, если играют четыре – парной. Могут играть девушка и парень, против девушки и парня. Такая игра называется «микст», что в переводе с английского означает «смешанный». Бадминтон относят к ациклическому виду спорта, т.е. во время игры игроки могут менять темп своей двигательной активности, в отличие от плавания, в котором присуще многократное повторение

упражнения (движения) [6]. Его характерными чертами, как ациклического вида спорта, являются:

- 1) скорость передвижения и мышления;
- 2) характер ударов ракеткой по волану;
- 3) темп выполнения технических приемов с минимальным временем на их подготовку.

Бадминтон прост в изучении и является универсальным инструментом для всестороннего развития организма. Быстрота, сила, ловкость, скорость и выносливость – физические качества, которые могут развиваться у студентов благодаря данному виду спорта.

Бадминтон способствует укреплению здоровья, развитию силы воли и координации движений, благотворно влияет на психическое здоровье и трудоспособность студентов.

Данный вид спорта станет прекрасной альтернативой для девушек-студенток, желающих подтянуть фигуру и скинуть несколько ненужных килограммов. В отличие от однообразного и быстро наводящего скуку бега, бадминтон - очень увлекательная игра, требующая большого движения. Как правило, люди, увлеченной этой игрой, не чувствуют усталость, и как следствие, теряют лишний вес. Это хорошо проявляется, когда игрокам удастся ударить ракеткой по волану и держать его в игре, а также при появлении затяжных соревнований.

Спортивная игра «бадминтон» - доступная игра для регулярных занятий. Для этой игры требуется гораздо меньше места, чем для тенниса: один теннисный корт включает в себя пять бадминтонных площадок. Бадминтон – игра, где технические элементы может освоить каждый студент. Благодаря возможности комбинировать движения и сочетать нагрузку по-разному, бадминтон является средством оздоровления и используется в разных группах общей физической подготовленности. Прежде чем использовать бадминтон в таких группах, преподавателю необходимо знать, к какой медицинской группе относятся студенты.

В физическом воспитании студентов различают три группы здоровья [1].

В первую группу входят студенты со здоровьем без отклонений, и называют ее основной. У обучающихся наблюдается хорошее функциональное состояние, и они физически развиты. В этой медицинской группе студенты допускаются к занятиям бадминтоном в полном объеме, а также в качестве бонусов при зачете принимать

участие в различных спортивных мероприятиях и соревнованиях по данному виду спорта.

Вторая группа — подготовительная. К ней относятся практически здоровые студенты. Они имеют незначительные морфофункциональные отклонения, низкий уровень физической подготовки, длительные по времени заболевания в стадии клинико-лабораторной ремиссии более 3 лет. В данной группе студенты осваивают бадминтон при умеренной физической нагрузке и исключений противопоказанных движений.

Третья — специальная группа здоровья. К ней относят студентов с более серьезными заболеваниями. Ей нужно предоставить оптимальное количество двигательной активности. Поэтому в процессе занятий по бадминтону в группе проводится обязательный контроль со стороны преподавателя и медработника. Кроме того, для анализа и контроля состояния своего здоровья занимающемуся необходимо вести дневник самоконтроля. В нем он отмечает показатели сна, аппетита, работоспособности, частоту дыхания и сердечного ритма [11].

По заключению врача преподаватель распределяет студентов по группам и подбирает для них нагрузки, которые они могут применять во время тренировки. Обучающиеся могут переходить из одной медицинской группы в другую, как только у них улучшилось здоровье во время тренировочных занятий по бадминтону.

Основной задачей занятий бадминтоном в группах общей физической подготовки является укрепление здоровья занимающихся, повышение их возможностей адаптации. В целях распространения бадминтона в общие массы рекомендуется проводить соответствующие соревнования для студентов [12].

Бадминтон может применяться в оздоровительно-реабилитационных целях. Например, в курорте города Кисловодска он применяется для лечения людей с заболеваниями сердечно-сосудистой системы, обмена веществ и нервной системы, отлично снимая общую усталость и улучшение зрения.

Обучение бадминтону в вузе на начальном этапе начинается с формирования теоретических знаний в технике и тактике игры, а затем закрепление их на практике. Учебные занятия по данной игре могут проводиться в форме элективных дисциплин по физической культуре и спорту по выбору.

Задачи элективных дисциплин по физической культуре и спорту для студентов, которые занимаются бадминтоном, проявляются в следующем:

- укрепить здоровье и всестороннее развить физические качества;
- обучить базовой технике игры и тактическими навыками;
- сформировать потребность и желание в формировании здорового образа жизни.

Игра является прекрасным инструментом в освоении двигательных навыков. Чем больше студент изучит навыков, тем легче и быстрее он сможет справиться с незнакомыми для него двигательными задачами [3, 4].

Ни в одном другом виде спорта нет такого большого количества движений рук и тонких движений пальцев, как в бадминтоне.

«Микродвижения пальцев» – достаточно сложный вид движения, который требует большей сосредоточенности и контроля со стороны нервной системы, по сравнению с простыми упражнениями для рук. Во время движения пальцев развивается тонкая моторика кисти.

Изучение технических и тактических навыков в бадминтоне проходит в четыре этапа.

Первый этап включает в себя освоения навыков с использованием только ракетки. Особое внимание уделяется хвату ракетки, а также работе кисти и стойки при выполнении подачи, выполняющейся открытой стороной ракетки. В начале обучения отрабатываются «высокая» и «короткая» подачи. Высокая подача – подача, при которой волан устремляется к задней части поля соперника, короткая – к передней, т.е. рядом с сеткой [14].

В ходе высокой подачи ракетка движется по дуге сверху вниз с поворотом кисти. Туловище обучающегося увлекается за движением руки, держащей ракетку, и на левую ногу перемещается центр тяжести, при условии, что студент – правша. Когда кисть завершает поворот и спортсмен наносит мощный удар по волану, рука устремляется вверх, сопровождая «летающее перо» (рис.1).

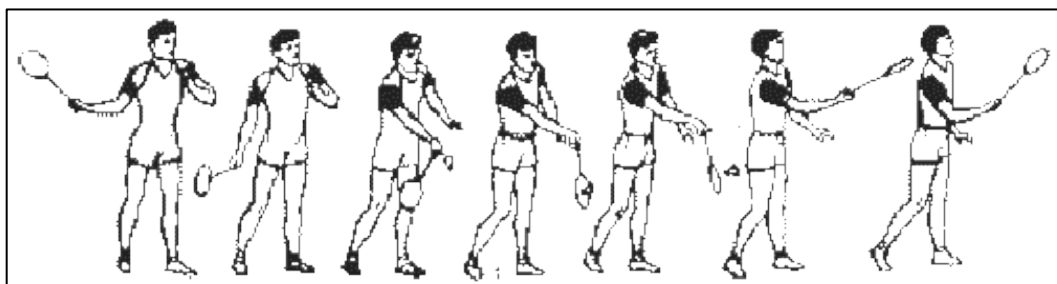


Рис. 1. Техника выполнения высокой подачи в бадминтоне

Низкая подача на начальном этапе выполняется аналогично, как и при высокой подаче. Однако перед тем, как ударить ракеткой по волану, учащийся замедляет движение руки и делает небольшой поворот кисти. Волан летит низко над сеткой в переднюю часть поля противника [8].

На втором этапе студенты отрабатывают удары с использованием воланом. Его подбрасывает партнер вверх на высоту 5м от пола. Удары по волану могут выполняться сверху, снизу и сбоку. Все зависит от высоты полета волана при прикосновении его с ракеткой.

Третий этап включает ряд упражнений на площадке для игры в бадминтон. Обучающиеся учатся передвигаться по площадке, выполнять выпады в разные стороны. Удары выполняются ими после их перемещения. Работа ног во время перемещения студентов включает элементы аэробики: приставные и перекрестные шаги, шаг вперед-назад, прыжки в разные стороны. Это эффективные средства для отработки перемещения в бадминтоне, способствующие улучшению координации учащихся во время игры.

Непосредственно сама игра проводится после трех предыдущих этапов. Это и есть четвертый этап обучения навыков в бадминтоне.

Для подготовленных студентов можно организовывать внутривузовские, межвузовские и всероссийские соревнования. Соревнования среди студентов — это важный элемент в проведении спортивно-массовой работы [13]. Они помогают студентам отрабатывать сложно-технические приемы и ускоряют закрепление полученных умений и навыков. Во время соревнования у участника интенсивно функционирует дыхательная и сердечно-сосудистая системы, а также расходуется много энергии.

Для студентов с различным уровнем подготовленности существуют соревнования в форме эстафет, что еще больше увеличит интерес обучающихся в освоении данной дисциплины. Эстафету можно проводить парами. Студенты делятся на две равные команды. У каждой команды есть две ракетки, которые будут переходить из одной пары в другую [7].

1 упражнение. В каждой команде игроки стоят лицом друг к другу. При передаче волана ракеткой первый игрок движется назад. Когда волан летит в обратном направлении, первый игрок и второй меняются местами.

2 упражнение. Техника выполнения такое же, как и в первом упражнении, только игроки двигаются вперед.

3 упражнение. Игроку необходимо пронести волан с закрытыми глазами. В случае потери волан второй игрок команды быстро возвращает на ракетку партнеру.

Парную эстафету можно дополнить третьим человеком и соревноваться в «тройках». Третий игрок становится между его двумя товарищами с ракетками и держит обруч на вытянутой и отведенной в сторону руке. Задача игроков с ракетками – перебросить определенное количество волан сквозь обруч.

Развить интерес к бадминтону у студентов также помогут подвижные игры.

«Салки с воланами». Выбираются два водящих, держащих в руках ракетку и волан (можно играть без ракетки). Их задача попасть воланом в игроков. В случае промаха, водящий подбегает к участку поля, где лежит волан, и уже с этого места салит других игроков. Водящий меняется ролями с игроком в том случае, если он в него попадет.

«Закинь волан». Учащиеся делятся на две команды и встают в одну линию по обе стороны от сетки. Одна команда с воланами, и по команде преподавателя перекидывает их через сетку. Задача другой команды — подобрать воланы и повторить действия, которые выполнила предыдущая команда. Команда, набравшая большее количество воланов, получает одно очко. При этом каждый раз игроки отходят от сетки на один шаг и делают это до тех пор, пока никто из них не сможет перебросить волан.

«Очисти сад от камней». Похожа на предыдущую игру, но у всех игроков есть воланы. По сигналу тренера участники перебрасывают воланы и стараются освободить от них свою половину поля, при условии, что волан может быть брошен только с той части поля, где игрок его подобрал и поймал. Игра продолжается до тех пор, пока преподаватель не подаст сигнал. Побеждает та команда, у которой на поле осталось меньше воланов.

«Сбей волан». Данная игра является парной. У каждого игрока по волану. Первый игрок подбрасывает волан вверх. Задача второго игрока – коснуться своим воланом волана первого. Если у него получилось это сделать, он получает одно очко. Затем игроки меняются местами.

«Кто выше и быстрее». Не менее интересная подвижная игра, развивающая у студентов ловкость, быстроту, скорость реакции. Делается в парах. Первый игрок подбрасывает волан ракеткой вверх и выполняет на большее количество раз

упражнение до тех пор, пока волан не упадет на пол. Упражнение может быть любым, например, прыжки вверх, глубокие приседания, бег с высоким подниманием бедра и т.д. Одно очко равно выполненному одному разу упражнению. Затем волан подбрасывает второй игрок. Побеждает тот, кто наберет наибольшее количество очков [10].

Для определения отношения студентов к внедрению бадминтона в учебный процесс в вузе был проведен анонимный опрос, в котором приняли участие студенты третьего курса Краснодарского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. Результаты опроса проанализированы, получены следующие результаты.

1. «Как Вы относитесь к введению бадминтона в программу элективных занятий физической культуре и спорту в университете»? 69,7% отнеслись положительно к этой идее, 18,4 % - безразлично, а 11,9 % затруднились ответить на данный вопрос (рис.2).

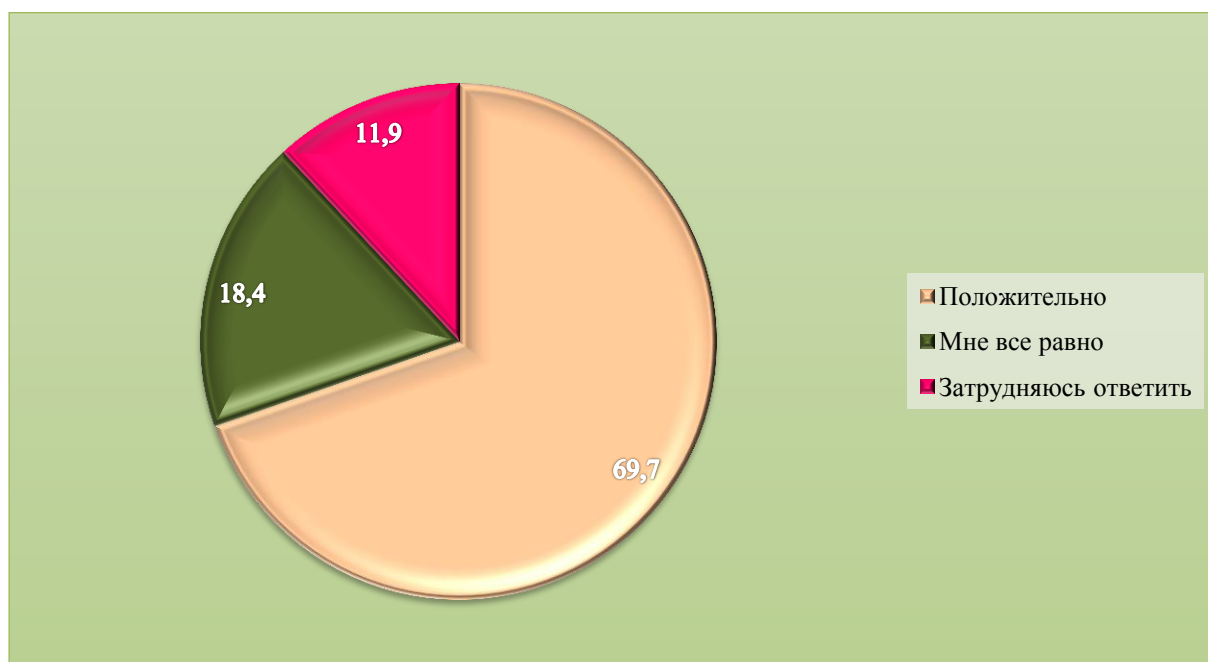


Рис.2. Отношение студентов к введению бадминтона в образовательный процесс в вузе

2. На вопрос «Что же побуждает студентов заниматься бадминтоном»? получены следующие процентные соотношения ответов: 47,3% студентов отметили, что бадминтон – увлекательная и зрелищная игра; 17,0 % респондентов считают бадминтон доступным для людей любой категории физической подготовленности и возраста; 13,2 % респондентов заявили о лечебно-оздоровительном эффекте от игры с

воланом; 15,3 % - бадминтон улучшает общее самочувствие и вызывает положительные эмоции; 4,0% студентов указали, что бадминтон является прекрасным инструментом общения с друзьями; 3,2% респондентов ответили получить зачет (рис.3).

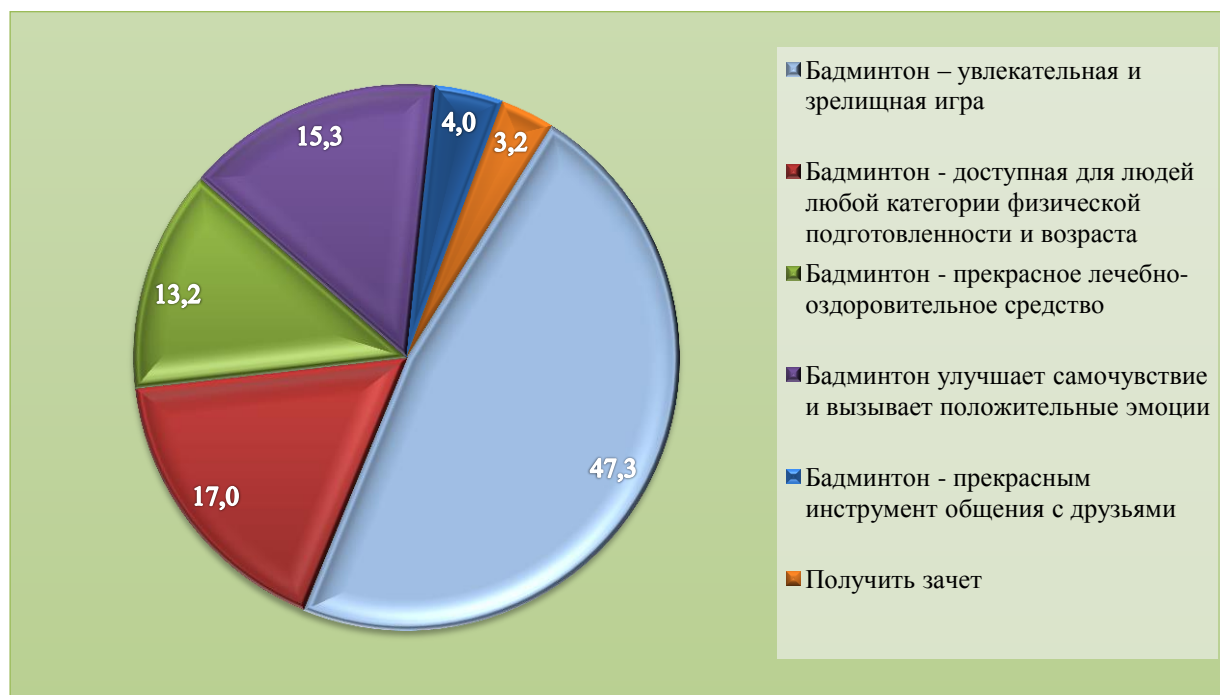


Рис.3. Факторы, побуждающие студентов заниматься бадминтоном

Заключение. Таким образом, введение бадминтона в процесс обучения в вузе сыграет важную роль в физическом воспитании студентов. Бадминтон прост и доступен в освоении. Благодаря ему студенты могут улучшить свои физические показатели, эмоционально отдохнуть от учебы, повысить двигательную активность и работоспособность. Для преподавателя, бадминтон станет прекрасным инструментом в решении задачи в формировании потребности у студентов в занятиях физической культурой и формировании здорового образа жизни.

Список литературы:

1. Александров С.Г., Белинский Д.В. Физическая культура и спорт: Сборник лекций. – Краснодар: Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – Ч. 2. – 207 с.
2. Александров С.Г., Киселева Е.А. Влияние образа жизни на здоровье студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова): социологическое исследование // Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. Сборник научных трудов

Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. - С. 129-136.

3. Александров С.Г., Колмыков Д.А. Об олимпийском образовании в физическом воспитании студентов вузов // Актуальные вопросы современных научных исследований: теория и практика: Сборник научных трудов V Международной научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2021. - С. 31-36.

4. Александров С.Г. Организация самостоятельных занятий физической культурой и спортом студентов вузов: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 87 с.

5. Александров С.Г., Проскурякова И.П. Теоретико-методические основания организации физического воспитания и здоровьесбережения студентов вуза // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 4-8.

6. Бадминтон. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бадминтон>

7. Бадминтон на уроке URL: <http://sportfiction.ru/articles/badminton-na-uroke/>

8. Бадминтон. Технические приемы. - URL: <https://www.dvorsportinfo.ru/articles/badminton-tehnicheskie-priemy>

9. История бадминтона URL: <https://badm-store.ru/istoriya-badmintona>

10. Начинаем играть в бадминтон: Методическая разработка. - URL: <https://infourok.ru/metodicheskaya-razrabotka-nachinaem-igrat-v-badminton-1837677.html>

11. Организация занятий по физическому воспитанию в вузе. - URL: https://studbooks.net/672523/turizm/raspredelenie_uchebnym_otdeleniyam

12. Особенности использования бадминтона в группах общей физической подготовки. - URL: <https://studfile.net/preview/9733938/page:52/>

13. Особенности организации студенческих соревнований по настольному теннису и бадминтону в вузе. - URL: http://pravmisl.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1097

14. подача в бадминтоне. - URL: <https://xbadm.ru/news/podacha-v-badmintone>

УДК 796.011

*Александров С.Г.**к.п.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Гусева Е.С.**обучающаяся 3 курса очной формы**обучения по направлению «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

НОРМАЛИЗАЦИЯ НЕРВНО-ПСИХИЧЕСКИХ СОСТОЯНИЙ СТУДЕНТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОТЕНЦИАЛА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

NORMALIZATION OF STUDENTS' NEUROPSYCHIC STATES USING THE POTENTIAL OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS

Аннотация. В статье рассматриваются возможности нормализации нервно-психических состояний студентов с использованием потенциала физической культуры и спорта на организм студентов. В настоящее время известно положительное влияние физической культуры на повышение уровня качества жизни, но специалистами, не используется в этом процессе весь потенциал физической культуры. Для многих студентов, ведущих напряжённый и активный образ жизни, именно физическая культура зачастую является единственным способом получить полноценные эмоции, повысить уровень стрессоустойчивости и сопротивляемости организма негативным факторам «студенческой жизни». Данный материал также рассматривает особенности «психорекреационного» влияния занятий физической культурой на нервно-психическую напряженность студентов-«экономистов», занятых учебным интеллектуальным трудом.

Abstract. The article discusses the possibilities of normalization of students' neuropsychic states using the potential of physical culture and sports on the students' body. Currently, the positive impact of physical culture on improving the quality of life is known, but experts do not use the full potential of physical culture in this process. For many students who lead a stressful and active lifestyle, physical culture is often the only way to get full-fledged emotions, increase the level of stress resistance and resistance of the body to negative factors of "student life". This material also examines the features of the "psychorecreational" influence of physical education classes on the neuropsychic tension of students-"economists" engaged in educational intellectual work.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, студенты вузов, физическая активность, стресс, психопрофилактика, нервно-психическая напряженность, адаптация.

Keywords: physical culture, sports, university students, physical activity, stress, psychoprophylaxis, neuropsychic tension, adaptation.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время многочисленными исследованиями выявлено, что любая работа человека сопровождается ответной реакцией его психических и физиологических функций [3, 4]. Она проявляется в адаптации организма к реальному или ожидаемому воздействию, влиянию окружающей среды, эмоциональным переживаниям. Любая профессиональная деятельность особенно уязвима для стресса. «Стрессогенные» факторы профессиональной работы напрямую связаны с изменением общественных стереотипов и растущей конкурентной борьбой. При любой профессиональной психологически напряженной социальной деятельности внутреннее состояние студента будет характеризоваться наличием стресс-факторов. Стрессоустойчивость является важнейшим фактором, когда речь заходит об успешном выполнении и решении профессиональных задач повышения работоспособности. Современная научно-техническая революция отразилась не столько на технологии производства, сколько на характере выполняемых трудовых задач [5, 6].

Доминирующей формой труда становится работа умственная, что в конечном итоге приводит к существенному повышению сложности решаемых задач для психики, функционированию высших отделов мозга.

Возникшая высокая умственная напряженность студентов приводит к ухудшению общего состояния организма, снижению внимания, ухудшению точности движений, понижению «рабочих показателей». Это свидетельствует о запуске процессов торможения в головном мозге, снижении продуктивности ЦНС, подвижность нервных процессов [10, 12].

Поэтому вопрос совершенствования нервно-психической сферы человека в условиях развития техники и психического напряжения, приобретает важное теоретическое и научно-практическое значение [1, 2].

Увеличение общих энергетических издержек при интеллектуальной работе, обычно зависит от сложности выполняемой работы и степени напряжения во время её

выполнения. Дневное потребление энергии при интеллектуальном труде составляет 2500-3000 ккал. При чтении вслух энергозатраты организма повысятся на 50%, при публичном выступлении будут выше на 94%, а при работе операторов ЭВМ возрастут на 60-180%.

Неоправданно затратная и плохо организованная интеллектуальная деятельность способна привести к повышению риска заболеваний органов и систем организма.

Если заняться физической деятельностью после длительного и сложного интеллектуального труда, то это способно дать человеку, как выразился И.П. Павлов, «мышечную радость». Рациональное сочетание интенсивной творческой деятельности с физическим трудом обеспечивает полное интеллектуальное и физическое долголетие [7, 8].

Для определения факторов, определяющих нервно-психическую напряженность экономистов, было проведено эмпирическое исследование сотрудников ОАО «Юнити», г. Москва, в возрасте 25-40 лет с использованием следующих методик:

- «Методика диагностики самооценки тревожности» Ч.Д. Спилбергера - Ю.Л. Ханина;
- «Шкала самооценки депрессии» Зунге;
- Методика «Определение копинг-поведения в стрессовых ситуациях» С1SS.

В результате проведённого исследования выявлено, что средний уровень присутствия как ситуативной, так и личностной тревоги у большинства испытуемых составил 73% и 90%; у 10% испытуемых присутствовала легкая депрессия невротического или ситуативного характера; большинство испытуемых придерживаются эмоционально-ориентированного стиля поведения.

В результате проведённого исследования выявлено, что для снижения уровня нервно-психической напряженности экономистов должны быть разработаны практические предложения и рекомендации. Это может быть достигнуто разными способами, среди которых мощным психотерапевтическим эффектом является активное привлечение работников предприятия к занятиям физической культурой [13, 14].

Помимо работников экономической сферы деятельности напряженной умственной активности подвержены и подготавливаемые к данному роду занятий студенты.

Многие из них инстинктивно ограничивают нагрузку на организм, подсознательно чувствуя свой предел. Однако они достаточно редко используют физическую активность для облегчения внешнего воздействия на свое нервно-психологическое состояние [9, 11].

В соответствии с тематикой работы был проведен анонимный анкетный опрос среди студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова экономического направления.

В опросе приняли участие более 50 студентов 3 курса очной формы обучения, из них 72% девушек и 28% юношей. Возрастная категория находится в пределах 18-23 лет.

Примерно 70% студентов предпочитают заниматься физическими упражнениями с акцентом не только на укрепление тела, но и помощь в отвлечении от негативных мыслей, «очищении сознания», предоставлении возможности сосредоточиться на конкретных интеллектуальных задачах. Обучаемые признались, что обладают некоторыми комплексами, лишаящими их мотивации к физической активности. Примерно 25% из них преодолевают их через силу, а 15% и вовсе не справляются с «давлением на больные точки».

При занятиях физической активностью большую роль играет их добровольный характер. Физическая культура направлена здесь не только на поддержание организма в форме, но и оказывает существенное влияние на нервную систему человека, позволяя выплескивать «лишнюю энергию» и «даря бодрость» и мотивацию продуктивно продолжать свой рабочий день. Преодоление таких препятствий как «эмоционально-поведенческие комплексы», оказывает оздоравливающий эффект на организм и дарит веру в собственные силы. 87% студентов стремятся преодолеть свой порог физических возможностей и закомплексованности.

Примечательно, что 65% студентов отдают предпочтение самостоятельным занятиям, 29% занимаются индивидуальными и командными тренировками, 6% могут вести физическую активность исключительно вместе с кем-то.

На рисунке 1 отображены виды физической активности, которым студенты отдают предпочтение и довольно часто используют в повседневной жизни.

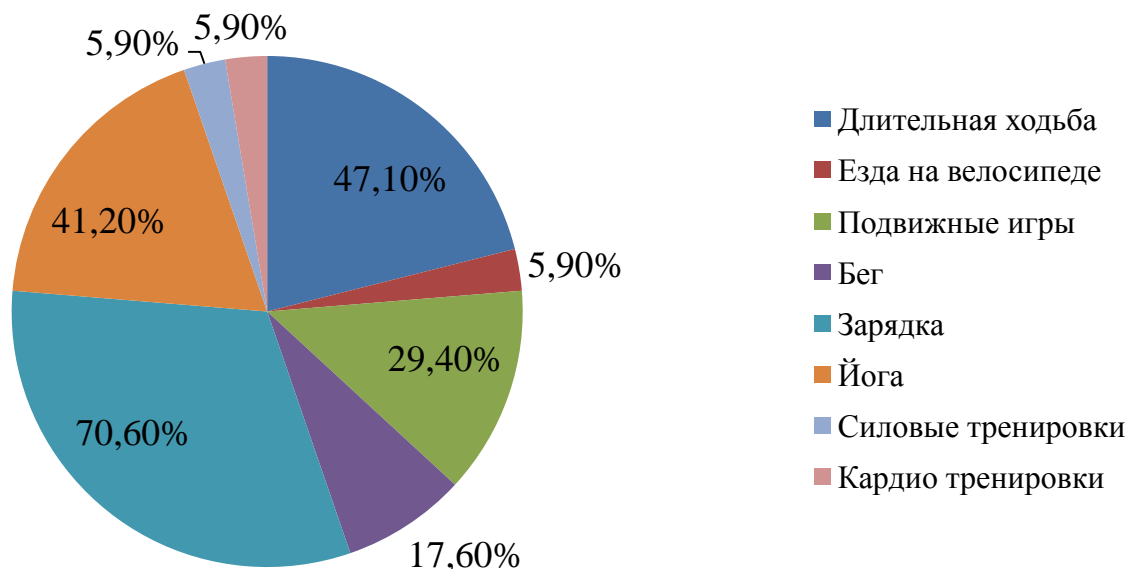


Рис. 1. Виды физической активности студентов

Посещение занятий по физической культуре непосредственно на вузовских спортивных площадках, в том числе на стадионе «Труд», воспринимается студентами не очень позитивно. Лишь 24% активно посещают эти занятия, 18% не присутствуют в связи с хронической болезнью, а остальные предпочитают вести индивидуальные тренировки.

Не смотря на то, что студенты экономической специальности занимаются некоторыми видами физической активности, экономическая специальность, подразумевающая сидячий образ жизни, вызывает у них некоторые негативные симптомы такие, как боли в шее, спине, головные боли, боли в ногах (рисунок 2). Все это вызвано излишней нагрузкой на позвоночник от постоянно согнутого положения тела. Именно поэтому крайне необходимо делать перерывы на разминку, а также проводить комплексные упражнения для улучшения функционирования позвоночника для предотвращения таких болезней, как сколиоз, остеохондроз, грыжа межпозвоночных дисков, артроз позвонков и поясничного отдела и т.д. Для этих целей часто применяются позиции из йоги, например, «Кобра» - упражнение, осуществляемое путем максимального выгибания спины назад из положения лежа, тонизирующее позвоночник.

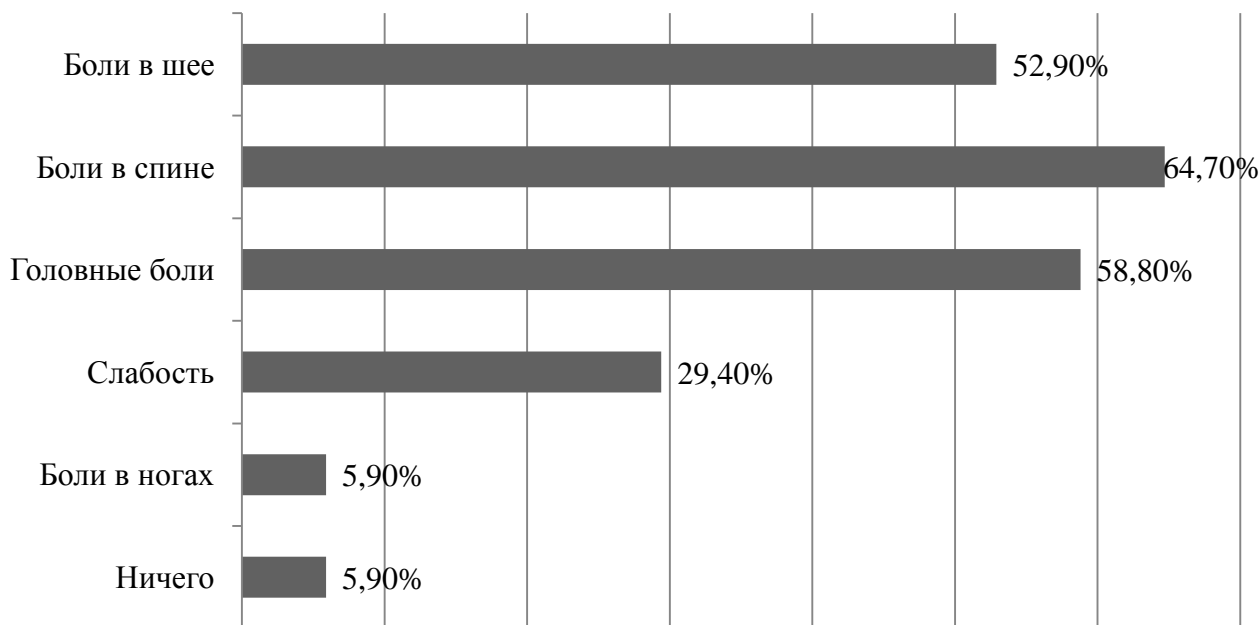


Рис. 2. Виды болей при сидячем образе жизни студентов

Исходя из данных рисунка видно, что наиболее болезненным участком в процессе сидячей работы является спина, чаще всего поясница и область лопаток, и плечевой пояс, захватывающий позвонки в основании шеи. Болезненные ощущения в основном выражаются мышечными спазмами, более серьезные – защемлением нерва в той или иной области позвоночника. Все это объясняет боли в ногах и периодические головные боли, за исключением метеозависимости, а также слабость – верный спутник остеохондроза или, в худшем случае, дегенеративное поражение позвоночника.

Большинство физических проблем организма можно решить профилактическими тренировками, оздоровительно влияющими на «больные участки». Однако частые неприятные болевые ощущения и сильная ограниченность свободного времени лишает многих студентов желания проводить какие-либо упражнения. Тем самым уровень физической активности студентов нерегулярен.

В процессе индивидуальных и групповых командных занятий происходят значимые преобразования, позволяющие пересмотреть многие позиции и способствовать:

- улучшению самочувствия и общего физического состояния, в результате чего наблюдается увеличение работоспособности, гармонизация эмоционального фона;
- способности к продуктивному выполнению значительных нагрузок;

- решению задач в стрессовых ситуациях;
- оформлению отношения к себе как к личности, достойной уважения и признания;
- снижению уровня тревожности;
- формированию и развитию коммуникативных навыков, командных качеств;
- вовлечению в разнообразные формы занятий активного типа с целью увеличения и осознанного использования позитивных возможностей одиночества, во время которого происходит осмысление и анализ наработанного опыта;
- освоению новых социальных ролей и статусов, позволяющих лучше адаптироваться в различных сферах профессиональной активности;
- развитию настойчивости, целеустремленности, а также стремления к самопознанию и саморазвитию;
- навыки в постановке и решении разнообразных задач ради достижения значимой цели, к преодолению себя;
- ориентации на выбор не «эмоционально-ориентированного», а «интеллектуально-ориентированного» стиля поведения.

Очевидно, что на содержание всех компонентов стрессоустойчивости существенное влияние может оказать практика систематических занятий активной двигательной деятельностью.

Во-первых, она дает знания об оптимальном режиме функционирования организма и «маркерах», критериях его здорового и нездорового состояний.

Во-вторых, физическая и двигательная активность приучает чувствовать положительный эмоциональный подъем в моменты наибольшего накопления ресурсов, «мышечную радость» при полноценной тренировке.

В-третьих, регулярная двигательная активность органично включается в режим дня, приучает человека находить время для тренировки. Тем самым, физическая культура становится существенным средством развития здоровья человека, его образа мыслей и здоровьеразвивающей деятельности.

Физическая активность здесь обладает «социально-оздоравливающим эффектом» для достижения положительного эмоционального состояния.

Таким образом, занятия физической культурой и спортом призваны выполнять «психо-оздоровительную» функцию в ситуации нервно-психической напряженности

студентов вузов экономического профиля, позволяя повысить стрессоустойчивость, социальную активность, уверенность в собственных силах.

Список литературы:

1. Александров С.Г. Влияние физических упражнений на умственную деятельность и работоспособность студентов /С.Г. Александров, А.Д. Трофимова, Э.В. Третьякова // Актуальные проблемы развития экономики, права и кооперации: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 190-летию потребительской кооперации России. – Краснодар: ККИ (РУК), 2021. - С. 147-149.
2. Александров С.Г. К вопросу о влиянии пандемии COVID-19 на физкультурно-спортивную деятельность российского студенчества /С.Г. Александров, К.Ю. Балаян, Ш.Г. Шария // Актуальные вопросы современных научных исследований: теория и практика: Сборник научных трудов V Международной научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2021. - С. 23-30.
3. Александров С.Г. Организация занятий по физической культуре со студентами вузов в дистанционном режиме: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 50 с.
4. Александров С.Г. Организация самостоятельных занятий физической культурой и спортом студентов вузов: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 87 с.
5. Александров С.Г. Физическая культура и спорт: Сборник лекций / С.Г. Александров, Д.В. Белинский. – Краснодар: Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – Ч. 2. – 207 с.
6. Александров С.Г., Белинский Д.В. Физическая культура и спорт: Сборник лекций. – Краснодар: Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – Ч. 2. – 207 с.
7. Александров С.Г., Дудникова С.Ю. Отношение студентов к физической культуре и спорту: социологический анализ // Наука и образование: актуальные вопросы, проблемы теории и практики: Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 67-70.

8. Бойко В.В. Синдром выгорания в профессиональном общении. - СПб.: Питер, 2019. - 340 с.

9. Данильчук В.Д., Александров С.Г. К вопросу о применении самобытных казачьих конных состязаний, игр и упражнений в физической подготовке студенческой молодежи Кубани // Россия и мировое сообщество: проблемы демографии, экологии и здоровья населения. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГТУ, 2019. - С. 60-63.

10. Кузьменко Г.А. Методические рекомендации к разработке интегрированных образовательных программ, актуализирующих познавательную активность, интеллектуальные способности и личностные качества обучающихся спортсменов / Г.А. Кузьменко. - М.: Прометей, 2020. - 896 с.

11. Психоэмоциональный стресс / Под ред. К. В. Судакова. - М.: НИИ им. П.К. Анохина, РАМН, 2019. – 212 с.

12. Решетников Н.В. Физическая культура: Учебник / Н.В. Решетников. - М.: Академия, 2019. - 288 с.

13. Ронгинская Т.И. Синдром выгорания в социальных профессиях // Психологический журнал. - 2019.- Т.23. - № 3. – С. 27-29.

14. Чуприянов Н.Е., Александров С.Г. К вопросу о духовном и физическом совершенствовании студентов, занимающихся каратэ-до // Гуманитарные, естественно-научные и технические аспекты современности: Материалы XXXIII Всероссийской научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: РГГУ, 2021. - С. 236-239.

УДК 796.011

*Александров С.Г.**к.п.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Колесник А.В.**обучающаяся 3 курса, направления**подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Потанова А.Д.**обучающаяся 3 курса, направления**подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Гирская К.А.**обучающаяся 3 курса, направления**подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ РЕАБИЛИТАЦИИ СТУДЕНТОВ, ПЕРЕНЁСШИХ КОРОНАВИРУСНУЮ ИНФЕКЦИЮ, СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

ABOUT THE ORGANIZATION OF REHABILITATION OF STUDENTS WHO HAVE SUFFERED A CORONAVIRUS INFECTION BY MEANS OF PHYSICAL CULTURE

Аннотация. В статье описывается процесс восстановления организма студентов, перенёсших коронавирусную инфекцию. Приведены результаты анкетного опроса студентов вуза по соответствующей проблематике. На его основании выделены основные аспекты реабилитации студентов, приведены рекомендации по выполнению физических упражнений, способствующих восстановлению здоровья.

Abstract. The article describes the process of restoring the body of students who have suffered a coronavirus infection. The results of a questionnaire survey of university students on the relevant issues are presented. Based on it, the main aspects of the rehabilitation of students are highlighted, recommendations for performing physical exercises that contribute to the restoration of health are given.

Ключевые слова: COVID-19, студенты вузов, реабилитационный период, физкультура и спорт, восстановление здоровья, иммунитет.

Keywords: COVID-19, university students, rehabilitation period, physical education and sports, health restoration, immunity.

Результаты исследования и их обсуждение. Коронавирусы - семейство вирусов, которые варьируются от обычной простуды до тяжелого острого респираторного синдрома. Самый последний коронавирус (иногда называемый новым коронавирусом) называется COVID-19 и впервые был обнаружен в Ухане, Китай, в декабре 2019 года. Хотя в прошлом мир сталкивался и с другими пандемиями, COVID-19 достаточно быстро распространился по всему миру. Кроме того, вирусу свойственно передаваться между людьми до появления каких-либо симптомов. Беспокойство по поводу вируса возникает из-за отсутствия предыдущего опыта борьбы с ним. Поскольку вирус ранее не был неизвестен, очень заразен и легко передается от одного человека к другому, органы здравоохранения и правительственные чиновники по всему миру прилагают все усилия, чтобы сдержать распространение вируса, пока не созданы высокоэффективные лекарственные средства и вакцины [11].

Одно из самых неприятных осложнений после коронавируса (COVID-19) – это появление фиброзных изменений в легких, которые представляют разрастание соединительной ткани, возникшее в результате воспалительного и дистрофического процесса. Итогом развития патологического процесса является нарушение функции газообмена. У пациентов может появляться одышка при физических нагрузках, а при обильном фиброзе - одышка может возникать и в состоянии покоя. При COVID-19 также повреждается альвеолярный эпителий (внутренняя оболочка альвеол, "пузырьков" легких, осуществляющих газообмен), возникает воспалительный ответ, при котором активизируются клетки - защитники нашего организма, и в том числе клетки-фибробласты. Фибробласты вырабатывают коллаген, что приводит к развитию фиброза.

Со временем часть изменений может пройти. Решающее значение имеет первый год после болезни. Поэтому, важно соблюдать следующие условия.

1. Необходимо избегать респираторных вирусных инфекций (грипп и ОРВИ), которые могут стать триггерами для воспалительного процесса и дальнейшего развития и прогрессирования фиброзных изменений в легких.

2. Необходимо снизить риск бронхолегочных заболеваний с помощью вакцинации. Для этого предназначены прививки от вируса гриппа и от пневмококковой инфекции.

3. Исключить курение, в том числе, электронных сигарет, вейпов, кальянов (так как их употребление увеличивает прогрессирование воспаления и фиброза).

4. Принимать меры для восстановления нарушенной функции легких, используя весь реабилитационный потенциал организма [16].

Для восстановления правильного функционирования важна лечебная и дыхательная гимнастики, позволяющие включить дополнительную дыхательную мускулатуру и увеличить жизненный объем легких. Классические дыхательные упражнения, к примеру, надувание воздушных шариков, - могут быть противопоказаны пациентам с COVID-19, т.к. при уплотненной легочной ткани можно получить дополнительное повреждение [2, 15].

Поэтому, необходим индивидуальный подход, организованный под наблюдением врача-специалиста. Упражнения выбирают с учетом диагноза и особенностей пострадавшего.

Также, важно понимать, что риск возможных побочных эффектов возрастает по причине возраста, хронических заболеваний сердечно-сосудистой и дыхательной системы, ослабленного иммунитета, курения. Продолжительность курса гимнастики зависит от стадии пневмонии и наличия осложнений [12, 14].

Рекомендуется выполнять низкоинтенсивные аэробные физические упражнения: ходьба, прогулки на велосипеде не менее 30 мин в день - 3 раза/неделю на протяжении 8-12 недель [4, 13].

Дыхательная гимнастика нормализует работу легких и оказывает положительное влияние на работу других органов и систем организма. Благодаря основному курсу лечения физкультурой можно добиться более скорейшего устранения недомогания, спровоцированного осложнениями, так как проблемы с дыханием присутствуют в клинической картине дольше, чем признаки интоксикации и повышения температуры тела.

Человек, который перенес инфекцию, еще может долгое время мучиться от поверхностного дыхания, одышки и приступов кашля. Одышка свидетельствует о том, что кислорода в организме недостаточно.

Дыхательная гимнастика способствует:

- улучшению кровообращения и газообмена в легких;
- снижению риска развития эмфиземы, ателектаза и спаяк в легких;
- укреплению мышц брюшного пресса;

- устранению хронической усталости;
- восстановлению метаболизма веществ на клеточном уровне;
- предупреждается деформация грудной клетки.

Польза упражнений связана с тем, что при каждом мышечном сокращении - в легких происходят процессы, которые на уровне рефлексов активизируют дыхательные функции.

Примерный комплекс упражнений приведен в таблице 1.

Таблица 1.

Примерный комплекс упражнений

Часть занятия	№	Исходное положение	Описание упражнения	Число повторений	Методические рекомендации
Вводная	1	Лежа на спине руки вдоль туловища	Одновременное сгибание и разгибание кистей и стоп	8-10	Дыхание свободное
	2	Лежа на спине руки вдоль туловища	Сгибание и разгибание рук в локтевых суставах (движение кистей к плечам и обратно)	8-10	Дыхание свободное
Основная	3	Лежа на спине ладони на груди	Поднять согнутые руки вверх – вдох, опустить вниз - выдох	4-5	Вдох выполняется носом, выдох ртом.
	4	Лежа на спине руки вдоль туловища	Отвести ногу в сторону, скользя по кровати	8-10	Дыхание свободное, поочередно каждой ногой.
	5	Лежа на спине руки вдоль туловища	Кисти к плечам, круговые движения в плечевых суставах	8-10	Дыхание свободное
	6	Лежа на спине руки вдоль туловища	Диафрагмальное дыхание (на вдохе живот надуть, на выдохе максимально втянуть в себя)	5-6	Выдох продолжительный. Для контроля выполнения упражнения, руки положить на живот
	7	Лежа на спине руки вдоль туловища	Поочередный подъем прямой руки вверх вдох, опустить вниз - выдох	4-5	Более протяжный выдох
	8	Лежа на спине руки вдоль туловища	Повороты головы вправо и в лево	5-6	Темп медленный, амплитуда произвольная

Часть занятия	№	Исходное положение	Описание упражнения	Число повторений	Методические рекомендации
	9	Лежа на спине ладони на области нижних ребер	Сделать глубокий вдох, на выдохе слегка надавить кистями на грудную клетку	4-5	Выдох с произнесением звука «Х-Х-Х», насколько возможно продолжительный, не делать промежуточный вдох
	10	Лежа на спине руки вдоль туловища	Поочередное сгибание и разгибание ног в коленных суставах, скользя стопой по кровати	8-10	Дыхание свободное
	11	Лежа на спине руки вдоль туловища	Разведение рук в стороны, скользя по поверхности кровати - вдох, вернуть в ИП - выдох	4-5	Выдох спокойный, более протяжный, произнося звук «У-у»

Необходимо помнить, что активные нагрузки людям, перенесшими коронавирусную инфекцию, противопоказаны. Нельзя сразу идти в тренажерный зал, т.к. возможны разнообразные сосудистые нарушения, нарушения в работе почек. Поэтому пациентам "вхождение" в режим привычных нагрузок надо осуществлять постепенно и проконсультироваться со специалистом [5, 6, 10].

Возвращение коронавирусной инфекции или новое развитие симптомов, включая кашель, сильную одышку и сердцебиение указывают на необходимость остановиться, обратиться за медицинской помощью, если это необходимо, и возобновить процесс, когда симптомов не будет. Таким образом, для безопасного восстановления студентам рекомендуется постепенное увеличение объема (времени выполнения упражнения) и нагрузки (интенсивности).

Важно также осознавать, что студенты должны оставаться на той фазе, в которой они чувствуют себя комфортно, так долго, насколько это необходимо. Они должны следить за любой неспособностью своего организма чувствовать себя восстановившимся уже через час после тренировки и на следующий день, а также появлением аномальной одышкой, аномальным сердечным ритмом, чрезмерной усталостью или вялостью и возникновением признаков психического расстройства. Если это происходит или он не развивается должным образом, как ожидалось, ему следует вернуться к более ранней фазе деятельности и обратиться за медицинской консультацией.

Для того, чтобы чётко отследить, с какого момента появились данные симптомы, студентам также рекомендуется вести, так называемый, дневник самоконтроля, который поможет выявить любые отклонения на пути к выздоровлению [1, 7, 8].

Для оценки влияния физической культуры на студентов при реабилитации после коронавирусной инфекции был проведен анонимный анкетный электронный опрос обучающихся (112 человек) Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Исходя из данных, представленных на рис. 1, видно, что 48,6% опрошенных болели коронавирусом, 31,4% точно не уверены, болели они или нет, и 20% считает, что не сталкивались с данной инфекцией.

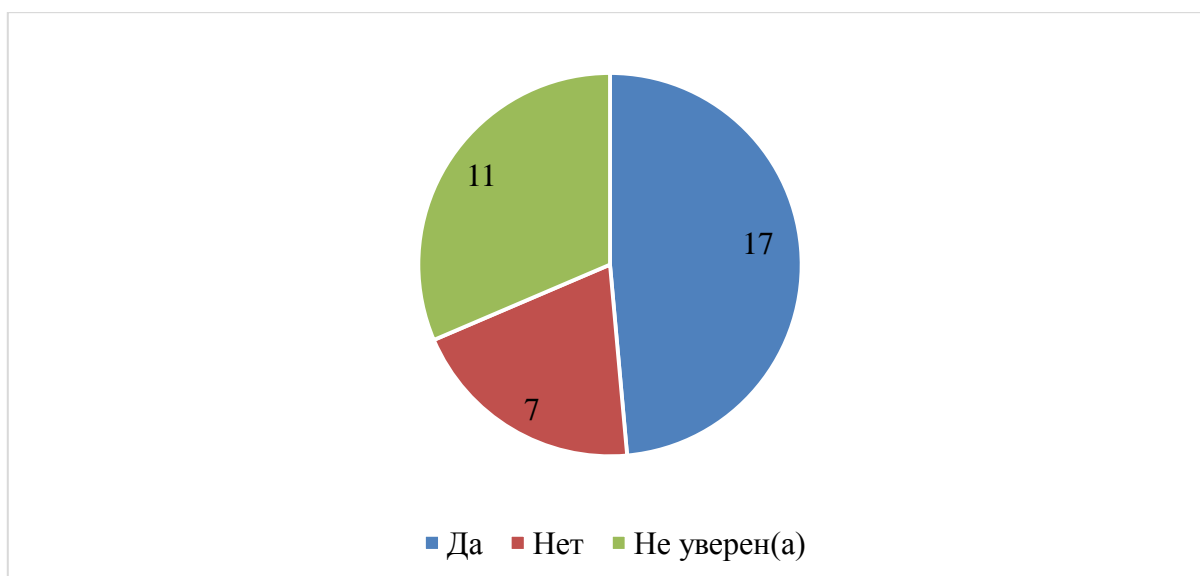


Рис. 1. Ответы студентов на вопрос "Болели ли Вы коронавирусом?"

В связи со спецификой заболевания, множество людей болеет бессимптомно, поэтому многие студенты точно не уверены, перенесли ли они коронавирусную инфекцию или нет.

Помимо того, тесты на антитела отличаются высокой стоимостью, в связи с чем обучающиеся отказываются их делать. Тем не менее, почти половина опрошенных считает, что переболела COVID-19.

Также опрос дал понять, что среди опрошенных 85,7% свою болезнь перенесли легко, и 14,3% – тяжело. Данные позволяют сделать вывод, что молодые люди практически не были подвержены тяжелым формам коронавируса и их организм успешно справлялся с «вирусной атакой», благодаря юному возрасту.

На вопрос «были ли Вы госпитализированы?» большинство студентов (88,6%) ответило «нет» и 11,4% «да».

К сожалению, нельзя предугадать или избежать возможных последствий коронавирусной инфекции. Часто COVID-19 дает осложнения уже существующих хронических заболеваний, о которых студенты могли не знать. Возможно, именно это послужило причиной госпитализации некоторых из них.

Следует отметить, что неправильное питание, плохой сон, сильный стресс также снижают сопротивляемость иммунной системы организма к инфекции. Поэтому необходимо вести здоровый образ жизни, соблюдать полноценный рацион питания, богатый витаминами и микроэлементами, а также заниматься физической активностью, проводить больше времени на свежем воздухе, спать не менее 8 часов в сутки.

Согласно рис. 2, можно сделать вывод, что большинство студентов в равной мере столкнулись с полной или частичной потерей обоняния, с рассеиванием внимания, снижением памяти (по 14,29%, соответственно). Также видно, что немало переболевших студентов отметило повышенную слабость и утомляемость (11,9%), продолжительный кашель, потерю аппетита и сильное выпадение волос (по 8,33%, соответственно). 8,33% студентов выбрали вариант «Последствий не было», что говорит о высокой сопротивляемости их организма к коронавирусной инфекции. Наименьшее количество студентов выбрало варианты ответа «Одышка и боли в грудной клетке» (2,38%), а также «Нарушения сна» (3,57%). Данные последствия действительно не характерны для людей в студенческом возрасте, однако могут возникать в частных случаях.

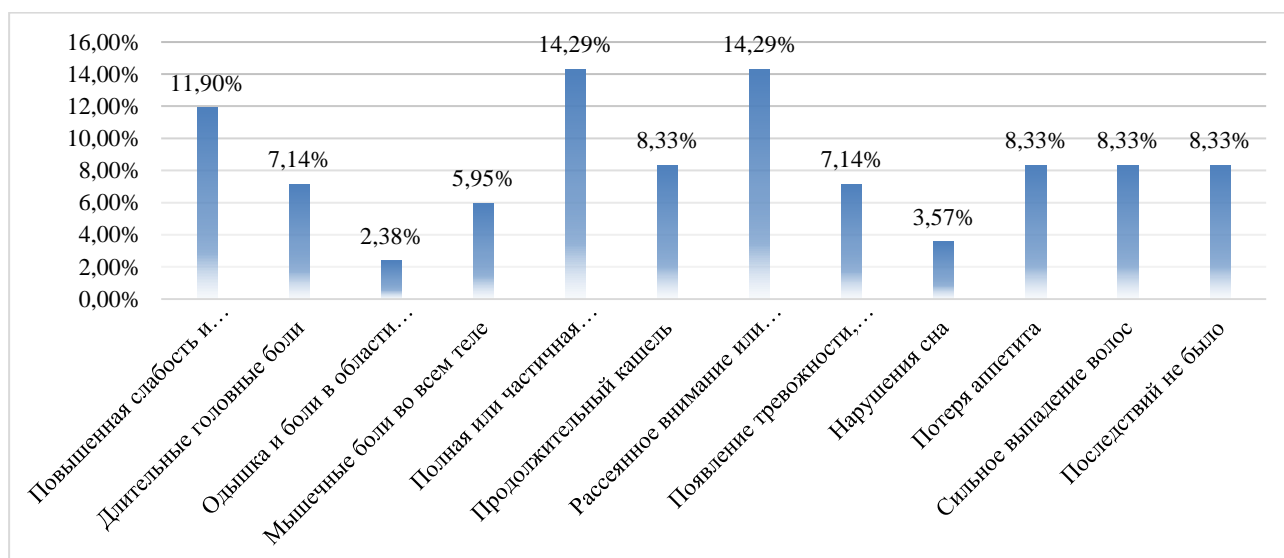


Рис. 2. Ответы студентов на вопрос «С какими последствиями Вы столкнулись после перенесенной инфекции?»

Важным вопросом исследования стало выявление того, как проходила реабилитация после коронавирусной инфекции.

Электронный опрос показал, что большинство студентов ничего не делало для реабилитации, либо внедрило курс витаминов (по 20,97%), что позволяет сделать вывод, что обучающиеся предпочитают либо самый простой вариант оздоровления организма, такой, как прием витаминов, которые действуют гораздо быстрее и эффективнее, чем налаживание питания, либо вовсе не видят необходимости в применении каких-либо мер, направленных на улучшение здоровья.

Несмотря на это, многие студенты выполняли физические упражнения дома и занимались ходьбой на свежем воздухе (по 16,13%), что способствует насыщению легких кислородом, препятствует развитию гиподинамии и повышает иммунитет.

Все это очень важно в борьбе с последствиями, возникающими из-за коронавирусной инфекции. Следует отметить, что студенты недооценивают важнейшие пути преодоления последствий COVID-19 для организма. Проводили корректировку питания 6,45% опрошенных. Столько же - физиотерапевтические процедуры и выполнение дыхательной гимнастики.

Несмотря на то, что физиотерапевтические процедуры показаны далеко не всем, налаживание правильного питания и регулярное выполнение дыхательных упражнений являются фундаментом повышения иммунитета и, в совокупности с другими методами, способны повысить сопротивляемость организма студентов в долгосрочной перспективе [3, 9].



Рис. 3. Ответы студентов на вопрос «Как проходила реабилитация после коронавирусной инфекции?»

Более того, обучающимся был задан вопрос, считают ли они, что физическая культура способна помочь студентам в период реабилитации после перенесенной инфекции.

Среди опрошенных 71,4% ответили «да», 28,6% – нет. Следовательно, некоторые студенты недооценивают роль физической культуры в реабилитации после COVID-19. Однако комплексы дыхательных упражнений, ходьба, короткие активные перерывы, утренняя гигиеническая гимнастика, лечебная физическая культура, езда на велосипеде могут значительно снизить, а в дальнейшем и свести к нулю последствия перенесенной инфекции.

Физические упражнения способствуют улучшению кровообращения и газообмена в легких, укреплению мышц брюшного пресса, устранению хронической усталости, восстановлению метаболизма на клеточном уровне, а также предупреждают нарушения осанки.

Опрос студентов (рис. 4) показал, что большинство из них (42,9%) восстановилось после коронавирусной инфекции за месяц. Несмотря на это, большое количество обучающихся (25,7%) отметило, что их реабилитация заняла 6-12 месяцев, что является достаточно большим периодом восстановления. Возможно, это связано с нежеланием студентов принимать активные оздоровительные меры, их пассивным образом жизни и обучением в дистанционном формате, не мотивирующем выходить из дома и заниматься физической активностью.

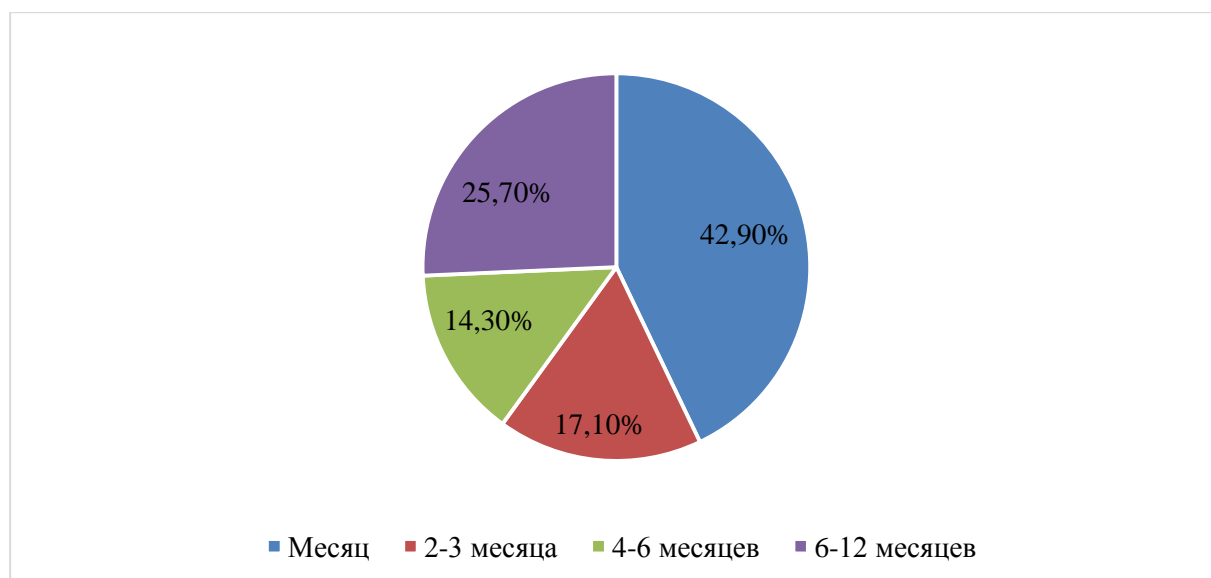


Рис. 4. Ответы студентов на вопрос «За какое время Вы восстановили здоровье после коронавирусной инфекции?»

Вывод: не существует четкого, основанного на широком массиве эмпирических данных способа возвращения студентов, перенесших коронавирусную инфекцию, к «нормальной жизни». В то же время, разумный подход заключается в том, что оно должно быть постепенным, индивидуальным и основываться на высоко мотивированной физкультурной деятельности.

Список литературы:

1. Александров С.Г., Белинский Д.В. Физическая культура и спорт. Сборник лекций. Ч. 2: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров, Д.В. Белинский. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – 207 с.

2. Александров С.Г., Киселева Е.А. Влияние образа жизни на здоровье студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова): Социально-педагогическое исследование // Социально-экономическое развитие России: Актуальные подходы и перспективные решения IV Международная научно-практическая конференция преподавателей и студентов: Сб. научных трудов преподавателей. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 6-13.

3. Александров С.Г., Щекинов В.А. К вопросу о формировании культуры здорового питания у студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова) // Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: Проблемы теории и практики: Сб. научных трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. - С. 137-146.

4. Балвочюс М. Проблемы занятий физической культурой в условиях самоизоляции / М. Балвочюс, А. С. Машичев // Молодой ученый. — 2020. — № 21 (311). — С. 230-232. — URL: <https://moluch.ru/archive/311/70493/>

5. Бегидова, Т. П. Адаптивная физическая культура в комплексной реабилитации лиц с отклонениями в состоянии здоровья: учебное пособие для вузов / Т. П. Бегидова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 210 с.

6. Горелов А. А., Теоретические основы физической культуры: учебное пособие для вузов / А. А. Горелов, О. Г. Румба, В. Л. Кондаков, Е. Н. Копейкина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с.

7. Зайцев А. А. Элективные курсы по физической культуре. Практическая подготовка: учебное пособие для вузов / А. А. Зайцев [и др.]; под общей редакцией

А. А. Зайцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 227 с.

8. Кондакова В. Л. Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие для вузов / В. Л. Кондаков [и др.]; под редакцией В. Л. Кондакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 149 с.

9. Конеева Е. В. Физическая культура: учебное пособие для вузов / Е. В. Конеева [и др.]; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 599 с.

10. Никитушкин, В. Г. Теория и методика физического воспитания. Оздоровительные технологии: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Никитушкин, Н. Н. Чесноков, Е. Н. Чернышева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 246 с.

11. Пандемия COVID-19 [Электронный ресурс] // Википедия. –2021. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пандемия_COVID-19

12. Роль физической культуры в жизни студентов [Электронный ресурс] /Фундаментальные исследования. –2005-2021. – Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=6560>

13. Стеблецов, Е. А. Гигиена физической культуры и спорта: учебник для вузов / Е. А. Стеблецов, А. И. Григорьев, О. А. Григорьев; под редакцией Е. А. Стеблецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 308 с

14. Стриханов, М. Н. Физическая культура и спорт в вузах: учебное пособие / М. Н. Стриханов, В. И. Савинков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с.

15. Примерные комплексы лечебной гимнастики на этапах медицинской реабилитации при COVID19 [Электронный ресурс]. – Иркутск: Городская клиническая больница №8, 2022. – Режим доступа: https://gkb8.ru/page/primernie_kompleksi_lechebnoi_gimnastiki_na_etapah_meditainskoi_reabilitatsii_pri_covid19.html

16. Физическая реабилитация после вирусной инфекции, вызванной коронавирусом [Электронный ресурс]. – Иркутск: Городская клиническая больница №8, 2022. – Режим доступа: https://gkb8.ru/page/fizicheskaya_reabilitatsiya_posle_virusnoi_infektsii_vizvannoi_koronavirusom.html

УДК 658

Балашова И.В.*к.э.н., доцент,**зав. кафедрой экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Терещенко Т.А.***к.э.н., доцент**кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ПОЛИТИКИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)**

**MAIN DIRECTIONS OF THE STATE SOCIAL POLICY OF THE SUBJECT OF
THE RUSSIAN FEDERATION
(BY THE EXAMPLE OF THE KRASNODAR REGION)**

Аннотация: в статье показано, что под социальной политикой понимается система проводимых государством мероприятий в области социального развития и социального обеспечения, в первую очередь направленных на улучшение качества жизни всех слоев населения. У социальной политики есть цели, методы, принципы, приоритеты, направления, субъекты и объекты. Принципы и приоритеты в проведении региональной социальной политики полностью совпадают с принципами и приоритетами социальной политики государства в целом.

Abstract: the article shows that social policy is understood as a system of measures taken by the state in the field of social development and social security, primarily aimed at improving the quality of life of all segments of the population. Social policy has goals, methods, principles, priorities, directions, subjects and objects. The principles and priorities in the implementation of regional social policy fully coincide with the principles and priorities of the social policy of the state as a whole.

Ключевые слова: социальная политика, социальные приоритеты, органы государственной власти, благосостояние населения, социальная сфера.

Keywords: social policy, social priorities, public authorities, welfare of the population, social sphere.

У государства, как у основного института общества, который организует и направляет совместную деятельность и взаимоотношения людей, групп, классов, возникает необходимость по формированию направлений и целей функционирования страны по регулированию социальной сферы. С этой целью ему требуется проводить социальную политику.

Под социальной политикой понимается система проводимых государством мероприятий в области социального развития и социального обеспечения, в первую очередь направленных на улучшение качества жизни всех слоев населения.

У социальной политики есть цели, методы, принципы, приоритеты, направления, субъекты и объекты.

Фундаментальная цель социальной политики заключается в постоянном повышении уровня жизни всех социальных групп (населения) и сокращении социального неравенства, а также в обеспечении основных социальных благ, в частности сюда относится качественное образование и всеобщий доступ к здравоохранению и социальным услугам.

Важно отметить, что на этапе реализации социальной политике государства целесообразно поднять вопрос о социальных приоритетах, которые признаны обществом и нуждаются в безотлагательном решении. К таким решающим приоритетам социальной политики можно отнести следующие:

- обеспечение нормальными условиями существования человека со дня его рождения и до глубокой старости;
- создание необходимых условий жизнедеятельности такого института общества как семья;
- незыблемость и защита прав и свобод граждан страны;
- увеличение качества социальной защиты всех категорий граждан, в том числе охрана здоровья, культурного наследия, улучшение жилищных условий.

Можно выделить ряд принципов, в соответствии с которыми субъекты РФ разворачивают свою деятельность в сфере социальной политики:

- принцип справедливости;
- принцип социальной ответственности;
- принцип социальных гарантий;
- принцип преемственности.

Соблюдать принципы социальной политики необходимо всем членам государства.

К объектам государственной политики же можно отнести различные категории граждан (то есть население), социальные общности, социальные отношения и социальные процессы во всех их многообразиях и проявлениях. Более конструктивно главным объектом социальной политики государства будет считать всю социальную сферу общества, поскольку все упомянутые выше объекты по праву являются её составляющими элементами.

Субъектам социальной политики будут являться законодательные и исполнительные органы власти всех уровней, находящиеся как в государственных, так и в негосударственных секторах экономики работодатели, профсоюзы и так далее. В общем, любые общественные организации участвующие или влияющие на разработку государственной социальной политики. Не вызывает сомнения тот факт, что главным субъектом социальной политики по праву можно считать государство. Поскольку именно оно признано обеспечивать исполнение всех приоритетов и целей социальной политики [3].

Региональную социальную политику можно определить как целенаправленную деятельность органов государственной власти субъектов РФ на обеспечение социального регионального развития, которое способствует прежде всего решению всех вопросов социального характера, за счет чего последует улучшение уровня жизни не только отдельных категорий граждан, но и всех слоев населения в целом [2].

Принципы и приоритеты в проведении региональной социальной политики полностью совпадают с принципами и приоритетами социальной политики государства в целом.

Чтобы достичь главные цели социальной политики государства и обеспечить достаточный уровень исполнения региональной социальной политики органы власти стараются сконцентрировать свои усилия на таких основных направлениях как:

- область обеспеченности населений региона;
- демографическое направление;
- занятость населения;
- социальная защищенность граждан;
- образование и культура;

- здравоохранение;
- обеспечение благоприятной среды жизнедеятельности.

Рассмотрим более подробно, что включает в себя каждое направление.

К области обеспечения благосостояния населения региона можно отнести следующие мероприятия: создание необходимых экономических условий для повышения уровня жизни людей посредством роста доходов населения и снижения реального уровня бедности, гарантированность устойчивых кондиций для выплат всевозможного социального обеспечения, попытки снижения неравенства на уровне доходов населения [6].

Сфера демографии будет характеризоваться созданием необходимых условий для повышения продолжительности жизни людей, уменьшения количества смертей и роста рождаемости. Также вполне уместным здесь будет говорить о государственной поддержке такой первичной ячейки общества как семья, а также материнства и детства.

Сосредоточение сил на направлении занятости населения должно подкрепляться активным использованием всего трудового потенциала того или иного региона, созданием устойчивых условий труда, новых рабочих мест, государственная поддержка в профессиональной подготовке кадров, гарантированность и незыблемость трудовых прав граждан [5].

Сферу социальной защиты населения характеризует, в первую очередь, обеспечение социальной защиты отдельной наиболее уязвимой категории граждан, улучшение условий и качества жизни всех социально незащищенных слоев населения [4].

К образовательному направлению естественно относятся мероприятия, связанные с развитием систем непрерывного доступного образования. Также сюда можно отнести и формирование единого культурного пространства, воспитание культурных ценностей у всех категорий граждан.

Трансформация системы здравоохранения обеспечивается формированием в каждом субъекте многоуровневой системы медицинской помощи, которая будет соответствовать высокому уровню качества и будет доступна всему населению. Улучшение состояния здоровья населения региона характеризуется мероприятиями по развитию спортивной инфраструктуры, а также объектов для отдыха и досуга.

И, наконец, последнее направление создание благоприятной среды населения реализуется через оздоровление экологии региона и благоустройство населенных пунктов [8].

Непосредственно реализация представленных ранее нами направлений региональной социальной политики совершается особенными, нестандартными методами. Относительно эти методы можно представить в совокупности 3 направленностей. К ним относятся:

1. Экономические методы, включающие в себя теоретико-познавательный анализ, прогнозирование и программирование. Теоретико-познавательная деятельность представляет собой совокупный анализ текущей ситуации в отрасли, отождествление региональных проблем, постановка уже конкретных целей для исполнения и, непосредственно, саму организованную деятельность исполнения. Прогнозирование, в свою очередь, учитывает детальный анализ прошлого опыта, зондирование данных необходимой для изучения этого вопроса статистики, исследование мнения общества и экспертов и, конечно, соотнесение всевозможных вариантов для будущего общественного развития. А программирование занимается конструированием программ по каждой отрасли, которые будут в первую очередь направлены на социальную поддержку всех слоев населения.

2. Организационно-правовые методы. К этим методам будет правильным отнести конструирование нормативно-правовых документов, актов и положений законодательных органов.

3. Социальные методы. К методической части этого направления следует отнести исследование общественного мнения, изучение интересов всех групп населения региона, а также оценку экспертов по проводимым социальным мероприятиям в этом регионе.

Краснодарский край в течение ряда лет занимается реформированием социальной политики в регионе концептуальной основе. К основным отраслям социальной сферы относятся: образование, здравоохранение, ЖКХ, социальное обеспечение. Для того, чтобы мы смогли рационально оценить уровень развития социальной сферы региона, стоит рассмотреть некоторые показатели в каждой сфере, выявить динамические изменения и в результате сделать нужные выводы.

Для начала стоит подробно изучить развития образования в Краснодарском крае. В таблице 1 подробно рассмотрены основные показатели образования за 2016-2020 года.

Таблица 1.

Основные показатели по образованию в Краснодарском крае за 2016-2019 гг.

	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020 / 2021
Число организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам дошкольного – всего, единиц	1526	1537	1541	1546	1576
Численность воспитанников, тыс. человек	272,4	275,6	280,8	281,3	269,6
Число дневных организаций, осуществляющих обучение по программам начального, основного и среднего общего образования, единиц	1225	1225	1224	1228	1248
в них обучающихся, тыс. человек	607,1	634,5	662,5	687,6	710,9
Число профессиональных образовательных организаций - единиц	116	121	113	112	112
в них обучающихся, тыс. человек	116,4	120,1	124,8	131,5	132,4
Число образовательных организаций высшего образования – всего, единиц	21	20	20	19	17
в них обучающихся, тыс. человек	119,5	117,4	115,8	109,2	104,9

Нам известно, что в число регионов, лидирующих по количеству обучающихся в образовательных организациях, входит наш Краснодарский край. Свыше 3 тысяч государственных образовательных организаций действует на сегодняшний день в регионе. Это показывает достаточно высокий уровень развития образования [7].

Положительную динамику мы можем наблюдать, в первую очередь, в сфере дошкольного образования, также растет и число дневных организаций, осуществляющих обучение по программам начального, основного и среднего общего образования. За 3-х летний период 2016-2019 годов количество дошкольных организаций увеличилось на 20 единиц. Достаточно хороший показатель, если учесть, что число воспитанников в этих организациях также постепенно увеличивается. Всего за 3 года количество детей в детских садах возросло с 272,4 тысяч до 281,3 тысячи человек.

Стоит отметить, что количество студентов в профессиональных образовательных организациях также имеет тенденцию роста. За 3 года численность возросла на 12,9%.

Государство активно финансирует сферу общего образования, об этом нам говорит увеличение количества общеобразовательных организаций. Число воспитанников этих организаций существенно растет с каждым годом. На рисунке 1 мы можем проследить положительную динамику финансирования расходов на 1 учащегося в год в общеобразовательных организациях.

НОРМАТИВЫ ПОДУШЕВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ РАСХОДОВ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ НА 1 УЧАЩЕГОСЯ В ГОД

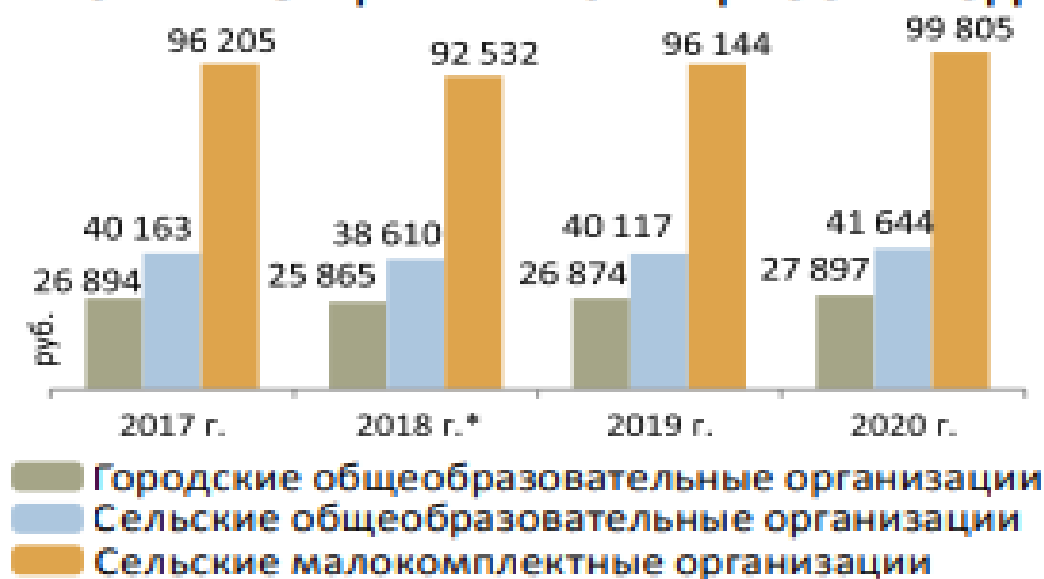


Рис. 1. Нормативы подушевого финансирования расходов в общеобразовательных организациях на 1 учащегося в год

В сфере образования с 2015 года и по сегодняшний день реализуется государственная программа Краснодарского края «Развитие образования».

Её целью является обеспечение высококачественного образования в соответствии с меняющимися запросами населения Краснодарского края и перспективными задачами развития общества и экономики. Объем финансового обеспечения данной государственной программы за счет всех источников составляет 274375 588,8 тысячи рублей. В том числе используются средства федерального бюджета в размере 188707,0 тысячи рублей, средства бюджета Краснодарского края - 273822633,2 тысячи рублей и также средства местных бюджетов - 364248,6 тысячи рублей.

Следующим этапом анализа будет оценка состояния здравоохранения Краснодарского края (таблица 2).

Таблица 2.

Основные показатели здравоохранения Краснодарского края за 2016-2019 гг.
(на конец года)

	2016	2017	2018	2019
Численность врачей, человек всего, тысяч	22,3	24,0	24,5	24,6
на 10000 человек населения	40,1	42,8	43,4	43,3
Численность среднего медицинского персонала, человек всего, тысяч	50,1	51,5	50,2	50,7
на 10000 человек населения	90,0	91,9	88,9	89,4
Число больничных организаций, единиц	133	142	136	143
Число коек в больничных организациях всего, тысяч	41,1	42,0	41,5	41,7
на 10000 человек населения	73,8	74,9	73,5	73,5

По статистическим данным таблицы 2 мы видим, что уровень здравоохранения в нашем регионе имеет положительную динамику. Только за 2019 год на сферу здравоохранения из краевого бюджета было потрачено 30367 млн. рублей. Из них: 19028 млн. рублей на стационарную медицинскую помощь, 2594 млн. рублей на амбулаторную помощь, 228 млн. рублей на скорую медицинскую помощь, 638 млн. рублей на санаторно-оздоровительную помощь, 31 млн. рублей на санитарно-эпидемиологическое благополучие, 7828 млн. рублей на другие вопросы в области здравоохранения.

Вместе с этим за 3 года численность врачей в крае увеличилось на 10,3 %. Пятеро краснодарских врачей вошли в число лучших специалистов в стране, что является хорошим показателем профессионализма кадров организаций здравоохранения региона.

Для более рациональной оценки уровня здравоохранения в Краснодарском крае стоит обратиться к данным демографической ситуации в регионе. По официальным данным Росстата 5677,8 тыс. человек – это численность постоянно проживающего населения в крае на 1 января 2020 года. По сравнению с началом года произошло увеличение на 29,6 тыс. человек, но это увеличение обусловлено таким явлением как миграция.

С 2017 года в крае можно заметить большие показатели естественной убыли населения. Они возросли с 2467 до 8646 человек. За 3 года этот показатель возрос в 3,5 раза. Такая динамика обусловлена значительным снижением рождаемости. За 3 года снижение показателя рождаемости составило целых 10%.

Следующая отрасль социальной сферы, которая необходима для оценки, - это ЖКХ. Именно высокий уровень развития жилищно-коммунального хозяйства требуется для повышения уровня жизни населения и создания благоприятного социального климата.

Таблица 3.

Жилищный фонд Краснодарского края за 2016-2019 гг.
(на конец года; общая площадь жилых помещений)

	2016	2017	2018	2019
Жилищный фонд – всего, тысяч квадратных метров	139191	143946	148956	154372
в том числе:				
государственный	1666	1661	1659	1636
муниципальный	4178	4152	3650	3392
частный	133347	138133	143646	149344

Из таблицы 3 мы можем проследить положительную динамику жилищного фонда Краснодарского края. За три года данный показатель потерпел увеличение на 10,9 %. Особенно растет частная собственность жилищного фонда. Структуру жилищного фонда по формам собственности (в процентах) можно представить следующим образом: лидирующая частная собственность - 96,7 %, муниципальная - 2,2%, государственная - 1,1%.

В Краснодарском крае осуществляется ряд мероприятий в жилищно-коммунальном секторе. На сегодняшний день прослеживается активное повышение оплаты жилья, а также коммунальных услуг. Государство принимает необходимые меры для того, чтобы компенсировать этот рост цен. Здесь в ход идут меры социальной защиты населения, а именно предоставление необходимых субсидий на оплату жилья и коммунальных услуг.

С 2016 году реализуется государственная программа Краснодарского края «Развитие жилищно-коммунального хозяйства». Целью этой программы явилась необходимость создания наиболее комфортных условий для проживания и обеспеченности всего населения региона жилищно-коммунальными услугами. Объем

финансирования данной программы составляет 8399733,3 рублей, в том числе: из краевого бюджета на её реализацию уходит- 7396492,4 тыс. рублей. Государственная программа гарантирует улучшение водопроводно-канализационного комплекса всех населенных пунктов края, улучшение, непосредственно, жилищных условий населения, а также благоустройство населенных пунктов региона.

И наконец, чтобы у нас сложилось полноценное мнение об уровне социального развития региона, следует рассмотреть основные социально-экономические показатели уровня жизни населения Краснодарского края. Они представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Основные социально-экономические показатели уровня жизни населения
Краснодарского края за 2016-2020 гг.

	2016	2017	2018	2019	2020
Денежные доходы населения, млн рублей	2185240	2239565	2320477	2423696	24648363
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), рублей	32857	33403	34372	35673	36165
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций (без выплат социального характера), рублей	28733,9	30342,5	33845,5	36132,9	38498,8
Средний размер назначенных пенсий (на 1 января года, следующего за отчетным), рублей	16408,0	12267,2	13036,5	13835,4	14627,3
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), рублей в месяц все население	9732	10062	10209	10854	11190
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, тысяч человек	639,7	609,6	589,2	606,4	601,5

За 2019 год денежные доходы населения увеличились на 4,4%. Они стали составлять 35673 рублей в месяц. За три года рост произошел на 2816 рублей в месяц.

Все так же неизменно основным источником дохода населения является заработная плата. Среднемесячная заработная плата одного работника без выплат

социального характера в 2019 году составила 36132,9 руб. Это на 6,7 % превышает уровень оплаты труда в предыдущем 2018 году. Рост заработной платы в регионе свидетельствует об улучшении уровня и качества жизни населения и является положительным моментом в социальном развитии.

Положительная динамика прослеживается и в показателях величины прожиточного минимума в среднем на душу населения в месяц. В 2019 году прожиточный минимум составил 10854 рублей в месяц. За 3-х летний период 2016-2019 гг. рост составил 11,5 % (1122 рублей). При этом при сопоставлении величины прожиточного минимума и среднедушевого дохода семьи мы все еще можем наблюдать острую необходимость граждан в социальной поддержке. Численность малоимущих граждан определяется с учетом прожиточного минимума. В соответствии с этим государство назначает отдельной категории граждан особые социальные выплаты, оказывает им государственную социальную помощь.

Государственная социальная помощь малоимущим гражданам на основании социального контракта предоставляется в виде ежемесячного пособия в размере не ниже 7500 руб. в месяц на срок от 3 месяцев до 1 года или в виде единовременного пособия – не более 90000 руб.

Пособие на ребенка назначается малоимущим семьям со среднедушевым доходом, размер которого не превышает установленную в регионе величину прожиточного минимума на душу населения. В 2019 году эта выплата составила 10 698 рублей. Ежегодная выплата многодетным семьям составляет 4 939 рублей. Единовременное пособие при рождении ребенка – 17 479 рублей 73 копейки.

Также осуществляются ежемесячные денежные выплаты ветеранам труда, ветеранам военной службы, жертвам политических репрессий и труженикам тыла.

Всего существует 9 направлений, в которых содержатся всевозможные виды социальной поддержки жителей Краснодарского края.

Итак, проведенный анализ показал нам, что Краснодарский край является динамично развивающимся регионом страны. Власти нашего региона оказывают огромное внимание на социальную сферу и её развитие.

На рисунке 2 рассмотрены расходы бюджета Краснодарского края на социальную сферу в рамках социальной политики с 2018 года по 2021 год и на плановый период 2022 год.

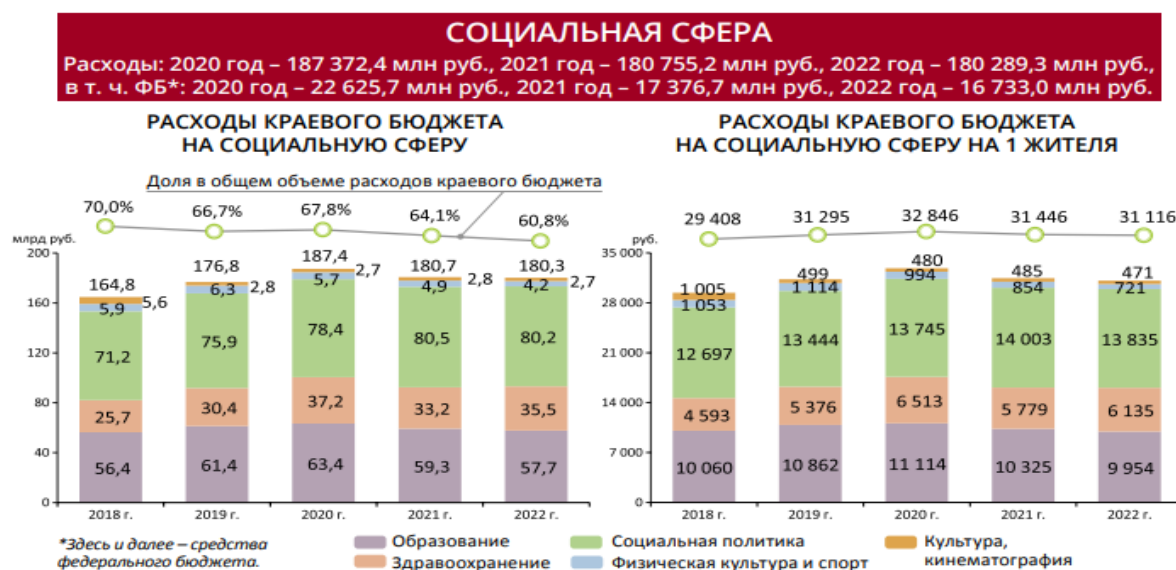


Рис. 2. Расходы краевого бюджета на социальную сферу

Можно сделать вывод, что бюджетная политика нашего региона в социальной сфере, в первую очередь, направлена на сохранение первенства во всевозможном финансовом обеспечении широкого диапазона задач в области образования, здравоохранения, социальной политики, культуры, физической культуры и спорта. Также мы видим, что в среднесрочной перспективе на плановый период сохранится целевая прокламация мер социальной поддержки всех категорий граждан региона. Это будет обеспечено посредством рациональных выплат пособий, компенсаций, субсидий и других социальных категорий, которые гарантируются законодательством.

Все эти мероприятия, безусловно, благоприятно скажутся на уровне и качестве жизнедеятельности всех категорий граждан. Это будет играть позитивную роль в общей оценке социально-экономического положения данного субъекта РФ.

Политика бюджетного регулирования ставит перед собой приоритетную задачу повысить эффективного расходования бюджетных средств, в первую очередь, на оказание услуг обществу [1]. В этом случае главный субъект социальной политики, государство, является гарантом и несет полную ответственность за принятые расходные обязательства. Опираясь на то, что израсходованные средства бюджета дали определенный результат, эффект, государство обязуется приводить доказательства того, что так и произошло.

В Краснодарском крае в настоящее время вопросы долгосрочного бюджетного планирования отражаются в Законе Краснодарского края от 23 декабря 2020 года N 4380-КЗ «О краевом бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов».

В процессе анализа государственной социальной политики Краснодарского края у нас получилось выявить острую необходимость разработки дополнительной системы предложений. Эти меры смогут предоставить возможность повысить эффективности расходов социальной сферы регионального бюджета.

Предложения можно представить в виде схемы (рисунок 3).

Рассмотрим каждую рекомендацию более развернуто.

Первое предложение подразумевает расширение спектра платных услуг в общеобразовательных учреждениях; в медицинских учреждениях также постепенный ввод платной системы лечения. Это позволит перенаправить полученные средства на материально-техническую базу этих организаций. То есть, происходит так называемая экономия выделенных из бюджетных средств.

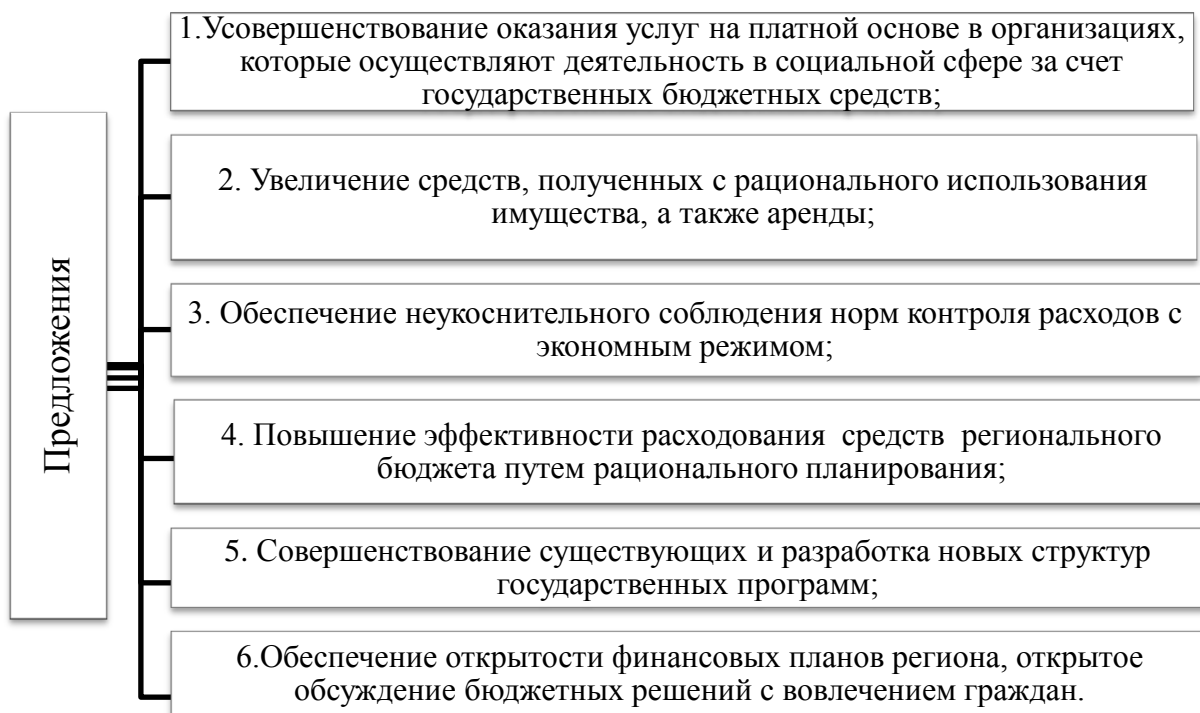


Рис. 3. Предложения по повышению эффективности расходов социальной сферы бюджета Краснодарского края

Второе предложение предполагает создание базы так называемого дополнительного дохода. Это позволит в какой-то части покрыть свои расходы. Достичь этого можно, например, если использовать средства, вырученные с аренды пустующих после занятий спортивных залов в общеобразовательных учреждениях.

Третье предложение подразумевает максимальное сокращение всех расходов, помимо тех, которые идут на обеспечение социальных мероприятий.

Четвертое реализуется путем реформ в системе выплаты заработной платы и премиальных вознаграждений работникам сферы здравоохранения. Сделать это нужно таким образом, чтобы эти выплаты зависели от сложности и качества выполняемой работы.

Пятое предложение предполагает динамическое исполнение государственных социальных программ.

И, наконец, шестое предложение характеризуется прозрачностью и доступностью вопросов бюджетного планирования для обычных граждан, а также возможность для них участвовать в обсуждении планируемых для реализации социальных программ с возможностью голосования и выбора.

Мы уверены в том, что упомянутые выше заключения и предложения в перспективе могут дать свои результаты в совершенствовании социально-экономического положения Краснодарского края, увеличении эффективности, а также оптимизации расходования средств на социальную сферу.

Список литературы:

1. Балашова И.В., Терещенко Т.А. Формирование и использование средств регионального бюджета. Краснодар, 2022.

2. Балашова И.В., Хохлова Т.П., Приходько К.С., Козловская С.А. Совершенствование методов государственной поддержки развития малого бизнеса в Краснодарском крае. Коллективная монография / Краснодар, 2020.

3. Колесникова О.А. Способы создания инвестиционной стратегии. В сборнике: Наука и образование: актуальные вопросы, проблемы теории и практики. Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. 2020. С. 645-653.

4. Колесникова О.А., Григоренко И.С. Классификация населения России по уровням доходов и расходов // Сфера услуг: инновации и качество. 2018. № 39. С. 45-55.

5. Колесникова О.А., Попова О.А. Инвестиции как основа развития экономики региона//Сфера услуг: инновации и качество. 2018. № 38. С. 25-33.

6. Терещенко Т.А., Колесникова О.А. Уровень доходов населения как социальная категория. В сборнике: Актуальные проблемы развития экономики: менеджмент и маркетинг. Сборник статей Межвузовской научно-практической конференции . 2020. С. 137-140.

7. Терещенко Т.А., Колесникова О.А. Механизм воспроизводства интеллектуального капитала//Деловой вестник предпринимателя. 2021. № 4 (2). С. 81-83.

8. Piterskaya L., Gurnovich T., Latysheva L., Prokhorova V.V., Goretskaya E.O. Food security in a globalizing environment. В сборнике: The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems. Heidelberg, 2021. С. 193-200.

УДК 339.9

Горецкая Е.О.*д.э.н., профессор**кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Горецкий В.В.***к.э.н., доцент**кафедры международного туризма и менеджмента**Кубанского государственного университета***РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И
ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ****THE ROLE OF FOREIGN INVESTMENTS IN THE GLOBAL ECONOMY AND
THEIR IMPACT ON THE RUSSIAN ECONOMY**

Аннотация: В статье рассматриваются практические аспекты в области прямых иностранных инвестиций в мире. Отмечаются негативные тенденции сокращения объемов инвестиций, непосредственно связанных с макроэкономической рецессией.

Abstract: The article discusses practical aspects in the field of foreign direct investment in the world. There are negative trends in the reduction of investment volumes directly related to the macroeconomic recession.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции, Россия, мировая экономика, финансово-экономический кризис.

Keywords: international economic relations, Eurasian Economic Union, Russia, Asia-Pacific region, foreign trade policy.

Оценивая итоги 2020 года в области прямых иностранных инвестиций в мире, следует констатировать их сокращение на треть по сравнению с 2019 годом – с 1,5 трлн. долл. до 1,0 трлн. долл. Отмечаемые негативные последствия непосредственно связаны с макроэкономической рецессией, вызванной последствиями коронавируса. [1] Такие данные представлены в докладе ЮНКТАД – Конференции ООН по торговле и развитию, который был опубликован 21 июня 2021 года. Согласно данным экспертов ЮНКТАД и его генерального секретаря, по итогам 2020 года размеры прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в мире отмечаются на 20 процентов ниже уровня, отмеченного после мирового финансово-экономического кризиса 2008 года. Анализ современной экономической ситуации в мировой экономике показывает, что

сложившаяся негативная ситуация в области прямого иностранного инвестирования оказывает серьезное отрицательное влияние на всю глобальную экономику и ее развитие. [2] Несмотря на начавшееся восстановление мировой экономики, экономический рост и инвестиции по странам являются крайне неравномерными и неустойчивыми. В 2021 году можно наблюдать определенные положительные сдвиги в сфере торговли товарами, однако существенно отстает торговля услугами. По итогам 2021 года ожидается увеличение объемов прямых иностранных инвестиций примерно на 10-15 процентов по сравнению с 2020 годом, но потребуются достаточно долгое время для выхода на докризисные показатели. Наиболее сложная ситуация отмечается в странах с переходной экономикой, в которых спад прямых иностранных инвестиций по итогам 2020 года составил 77 процентов – 13 млрд. долл., что составляет самый низкий показатель притока зарубежных капиталовложений в регион, начиная с 2002 года. Неблагоприятная ситуация с притоком прямых иностранных инвестиций отмечается и в развивающихся странах. Так, в 2020 году в развивающиеся страны поступило на 12 процентов ПИИ меньше, чем годом ранее. Следует отметить, что идет резкое увеличение доли развивающихся стран в мировых потоках прямых иностранных инвестиций, чья доля достигла 72 процентов. Это самый высокий показатель за всю историю мировой экономики. [5]

Несомненным лидером по объемам привлекаемых прямых иностранных инвестиций в 2020 году стал Китай, опередив США. Согласно данным ЮНКТАД, прямые иностранные инвестиции включают строительство зарубежными инвесторами новых предприятий, заводов, фабрик, производств, расширение присутствия в стране, приобретение местных компаний. [3] По состоянию на 2020 год в экономику Китая было инвестировано 163 млрд. долл. иностранных капиталовложений, при этом прирост составил 4 процента по сравнению с предыдущим годом. Для сравнения, в экономику США в 2020 году привлечено 134,0 млрд. долл. иностранных капиталовложений, при этом по сравнению с 2019 годом отмечается спад в два раза. Крайне негативная ситуация по объемам привлекаемых прямых иностранных инвестиций в 2020 году складывается в России, их объемы уменьшились на 96 процентов – с 32,0 млрд. долл. до 1,1 млрд. долл. В США значительное снижение объемов привлекаемых прямых иностранных инвестиций отмечается, начиная с 2016 года, когда они достигли максимальных показателей - 472,0 млрд. долл. Что касается Китая, то здесь спадов в притоке ПИИ не отмечается, идет непрерывный рост.

Примечательно, что еще в 2019 году разрыв между США и КНР по объему иностранных капиталовложений составлял два раза – США привлекли 251,0 млрд. долл. иностранных инвестиций, тогда как КНР 140,0 млрд. долл. Учитывая такие темпы экономического развития и объемы привлекаемых зарубежных капиталовложений, Китай обгонит американскую экономику к 2028 году согласно прогнозам аналитиков британского Центра экономических и бизнес-исследований (CEBR), что на пять лет ранее прогнозируемого периода. Эксперты сходятся во мнении, что китайская экономика лучше перенесла кризис и быстрее восстанавливается, чем американская.

Оценивая глобальные масштабы размеров прямых иностранных инвестиций, следует отметить общее снижение на 42 процента - с 1,5 трлн. долл. в 2019 году до 859,0 млрд. долл. в 2020 году. Это самый низкий показатель двадцать первого века. Для сравнения, в период мирового финансового кризиса 2008 года объем ПИИ был выше на 30,0 процентов от нынешнего уровня. Крайне негативная ситуация и в Европейском Союзе. По оценкам ЮНКТАД спад прямых иностранных инвестиций в ЕС составил 71,0 процент, в Германии отмечается снижение зарубежных капиталовложений на 61,0 процент (таблица 1).

Таблица 1.

Динамика прямых инвестиций Российской Федерации (сальдо операций платежного баланса Российской Федерации; миллионов долларов США)

Показатели	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Прямые инвестиции	9 448	15 232	-10 225	8 200	22 592	3 100	46 700
За границу	52 616	22 085	22 314	36 757	31 377	22 100	47 800
В Россию	43 168	6 853	32 539	28 557	8 785	19 000	1 100

По данным Банка России. Данные представлены в соответствии с принципом активов/пассивов. Знак «-» означает снижение.

Оценивая объемы прямых иностранных инвестиций в России в 2020 году, следует отметить их значительное снижение до показателей в 1,1 млрд. долл. Отмечается падение ПИИ в России в двадцать раз до уровня 1998 года, когда их объемы составляли 1,4 млрд. долл. Чистый отток капитала из России в 2020 году составил 47, 8 млрд. долл. Для сравнения, данный показатель в 2019 году составлял 22,1 млрд. долл. При этом следует отметить еще одну негативную тенденцию – резкий

спад иностранных инвестиций из Китая. Согласно данным статистики, за первые три квартала 2020 года объемы прямых иностранных инвестиций из Китая в Россию резко снизились на 52 процента – с 3,74 до 1,83 млрд. долл. Объем прямых иностранных инвестиций КНР в капитал российского бизнеса снизился в пять раз – с 2,28 млрд. долл. до 480,0 млн. долл. [4]

Рассматривая столь негативную ситуацию с привлечением иностранных инвестиций в Россию в 2020 году, нельзя не отметить, что ситуация в данной сфере в 2019 году была гораздо более позитивной. Так, в 2019 году объем привлеченных прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию увеличился в 3,5 раза по сравнению с 2018 годом. В 2019 году Россия вошла число топ-10 стран, наиболее привлекательных для европейских инвесторов. При этом на Москву приходилось 50 процентов привлекаемых зарубежных капиталовложений.

Негативная ситуация, сложившаяся в России с притоком и оттоком прямых иностранных инвестиций в России, во многом зависит от неблагоприятного инвестиционного климата. Наибольший отток иностранных капиталов отмечается в 2013 году – 86,5 млрд. долл. В 2014 году отток составил 57,1 млрд. долл. в 2015-2016 годах отток капитала несколько снизился, но в 2017 было выведено 36,7 млрд. долл. иностранных капиталов. В 2018 году ситуация коренным образом не изменилась, отток капиталов за рубеж продолжился и составил 32,0 млрд. долл. Характеризуя сложившуюся ситуацию с прямыми иностранными инвестициями в России, аналитики отмечают, что в 2019-2020 годах РФ столкнулась с рядом проблем, которые отразились на всех сторонах экономического развития, в том числе на интеграционных процессах. Наиболее важная проблема, затронувшая российскую экономику – турбулентность на мировых сырьевых рынках, снижение цен на сырье и материалы, что составляет основу экспорта страны. [6]

Итак, в результате сокращения объемов экспортных поставок сырьевых товаров, индикатор открытости экономики России, который определяется как отношение внешнеторгового оборота к валовому внутреннему продукту страны, оказался минимальным среди всех стран Евразийского союза, составив 39,5 процента в 2019 году в сравнении с 41,9 процента в 2018 году.

Еще одна серьезная проблема, касающаяся прямых иностранных инвестиций, состоит в том, что почти 40% мирового объема прямых иностранных инвестиций проходит через номинальные компании, не ведущие реальной деятельности,

зарегистрированные в таких специальных юрисдикциях, как Люксембург, Нидерланды или Ирландия. Но в России доля таких инвестиций самая большая среди всех стран — 57,9%, по оценкам за 2019 год. Для сравнения, в Китае доля таких инвестиций составляет 44,4 процента от общего объема иностранных инвестиций, в Индонезии — 41,2 процента, в Индии — 38,7, в Германии — 38,2 процента. [4]

Согласно данным Центрального Банка, в России на конец 2018 года было накоплено 441,1 млрд. долл. прямых иностранных инвестиций. Однако по данным МВФ около 255,0 млрд. долл. зарубежных капиталовложений было сделано оффшорными компаниями из зарубежных юрисдикций, тогда как реальный инвестор находился в другой стране. В том числе около 102,0 млрд. долл. или 23,2 процента от общих иностранных инвестиций в РФ - это финансовые средства российских инвесторов, вложенные в российскую экономику через другие страны. [6] Это достаточно подробно описанные исследователями так называемые круговые схемы или «round-tripping», то есть вывод средств за рубеж и последующее их возвращение на родину под видом иностранных инвестиций. Статистические данные по иностранным инвестициям, публикуемые Банком России, основаны на международной методологии учета, разработанной ОЭСР и МВФ, согласно которой данные по конечному инвестору относятся к дополнительным данным. Согласно исследованиям экономистов, чем больше «эффект round-tripping», тем меньший объем привлекаемых прямых иностранных инвестиций отмечается в стране. Всемирный Банк подчеркивает, что чем больше страна способна привлечь иностранных инвестиций, тем больший рост доходов на душу населения возможен в национальной экономике. На фоне применения данных круговых схем с офшорами, в России началась государственная деофшоризационная компания, которая привела к резкому сокращению использования круговых схем в 2019-2021 годах в России. [7]

Исследование того, почему российские инвесторы вкладывают капиталы в Россию через другие страны, позволило выделить несколько причин данного явления:

1. Структурирование инвестиций через низконалоговую юрисдикцию.
2. Преследование цели оптимизации налогообложения.
3. Несовершенство институциональных и регуляторных факторов.
4. Неопределенность внутреннего регулирования инвестиционных вложений.
5. Структурирование инвестиций как иностранных позволяет застраховаться от политических рисков.

6. Сохранность инвестиций и удобство распределения прибыли.

Итак, выявляется проблема и необходимость регулирования прямых иностранных инвестиций на национальном уровне (таблица 2).

Таблица 2.**Методы и инструменты стимулирования прямых иностранных инвестиций**

№	Метод	Инструменты стимулирования
1	Режим функционирования иностранного капитала на территории страны реципиента	- Национальный режим; - режим наибольшего благоприятствования
2	Система государственных гарантий для иностранных инвесторов	- Гарантии, обеспечивающие неприкосновенность имущества, составляющего иностранные инвестиции; - гарантии, закрепляющие право иностранного инвестора воспользоваться результатами своей предпринимательской деятельности; - гарантии, касающиеся порядка рассмотрения споров, возникающих в связи с осуществлением иностранных инвестиций
3	Налоговое регулирование	- Налоговый кредит; инвестиционные скидки; налоговые каникулы; ускоренная амортизация; инвестиционные субсидии; льготы косвенного налогообложения
4	Валютное регулирование	- Административные инструменты (валютный контроль, валютные ограничения); - рыночные инструменты
5	Таможенное регулирование	- Таможенный тариф, ввозные и вывозные таможенные пошлины; паратарифные меры
6	Финансовое регулирование	- Субсидирование расходов; - субсидированные займы; гарантии на предоставляемые кредиты и займы; государственное страхование экспорта, преференциальные государственные контракты

I группа - Меры стимулирования прямых зарубежных инвестиций -ПЗИ

- Налоговые льготы.

-Льготы в таможенно-тарифной области.

- Субсидирование инвестиций. Стимулируют прямое инвестирование в отрасли, желательные для национальных интересов.

- Полная отмена ограничений на выход на местный рынок производителей услуг. Стимулирует инвестиции в сферу услуг, а значит, все виды инвестиций.

- Финансовая помощь иностранным инвесторам, в частности, для развития инфраструктуры, подготовки кадров. Стимулирует все инвестиции и может быть использована для расширения их объема.

II группа - Ограничительные меры в отношении иностранных инвестиций:

-Установление процентных ограничений зарубежной собственности в уставном капитале местных компаний.

- Действие лицензионно-разрешительного порядка допуска ПЗИ.

- Ограничения на перевод капитала и прибыли за рубеж. Ограничивают финансовые переводы за границу.
- Ограничения объема производства. Ограничивают производство.
- Производственные требования. Заменяют импорт.
- Требования в отношении передачи технологии. Требуют передачи технологии.
- Требования в отношении обязательной продажи определенной доли произведенной продукции на местном рынке. Заменяют импорт.
- Требования сбалансированности торговли. Заменяют экспорт других товаров.
- Установление нормы содержания местных компонентов в стоимости готовой продукции, произведенной на предприятии с зарубежным капиталом. Заменяет импорт.
- Требования в отношении расширения экспорта товаров. Заменяют экспорт других товаров.
- Требования замещения импорта товаров. Заменяют импорт.
- Запрет на функционирование на местном рынке, и т.ч. ограничения на создание совместных предприятий. Ограничивает все прямые инвестиции, но особенно негативно влияет на высокотехнологические инвестиционные проекты, связанные с приобретением патентов и лицензий.
- Валютные ограничения. Ограничивают финансовые переводы за границу.

Таким образом, меры по стимулированию зарубежной инвестиционной деятельности можно разделить на две составляющие: во-первых, меры по улучшению общего инвестиционного климата, включающие предоставление национального режима иностранным инвесторам, применение стабилизационной оговорки, разрешение свободной репатриации прибыли, предоставление гарантий от национализации, международное решение споров, исключение двойного налогообложения; во-вторых, стимулирование с помощью льгот и субсидий в целевые сектора и регионы, включающие фискальные и финансовые меры.

Систематизация и упорядочивание применяемых фискальных стимулов и организационных мер поддержки прямых иностранных инвестиций в России позволило провести их классификацию.

А – Осуществление зарубежных прямых инвестиций

В – меры поддержки:

В1 – Фискальные стимулы

В2 – Организационные меры поддержки

В3 – Оказание содействия в обеспечении ресурсной базы

С – система стимулов и мер:

С1 – Налоговые льготы

С2 – Льготы по аренде имущества

С3 – Субсидирование затрат

- С4 – Инвестиции в основной капитал
- С5 – Предоставление государственных гарантий
- С6 – Снижение бюрократических барьеров
- С7 – Институт государственного кураторства инвестиционных проектов
- С8 – Создание Совета инвесторов при профильных министерствах
- С9 – Обеспечение объектами транспортной и инженерной инфраструктуры
- С10 – Решение кадровой проблемы

Данные меры необходимы для привлечения прямых иностранных инвестиций в фондоемкие отрасли, нуждающиеся в своевременной поддержке, находящиеся в сложном финансово-экономическом положении, а также в регионы с недостаточно развитой транспортной, производственной, информационной инфраструктурой. Указанные меры стимулирования зарубежной инвестиционной деятельности способны дать значительный экономический эффект только при проведении взвешенной многоуровневой государственной инвестиционной политики.

Список литературы:

1. Боброва, В. В. Прямые иностранные инвестиции в странах БРИКС / В. В. Боброва, К. С. Протасов // Мировая экономика и международные отношения. — 2020. — № 2. — С. 26-35.
2. Горда, О.С. Протекционизм в сфере регулирования прямых иностранных инвестиций стран G20 // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции - 2020 - № 1, с.46-52
3. Горецкая, Е.О. Особенности иностранного инвестирования в российские регионы / Е. О. Горецкая // Экономика: теория и практика. 2007. № 2 (14). С. 40-44.
4. Гуфрова, С.А. Китайский опыт привлечения иностранных инвестиций и возможности его использования / Вестник Южно-Уральского государственного университета: 2021, с. 53-58
5. Кондратов, Д.И. Российский капитал в системе глобальных инвестиционных потоков: новые тенденции и возможности / Экономика. Налоги. Право. Изд. Финансы и кредит – 2018 - С. 49-74.
6. Моделирование экономических процессов методами статистики / XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен» - 2019 - С. 32-44.
7. Официальный сайт Консультативного совета по иностранным инвестициям в России. URL: <http://www.fiac.ru>.

УДК 339.97

Горецкая Е.О.
д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ

DEVELOPMENT OF INTEGRATION TIES IN THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты международной экономической интеграции как важнейшего процесса развития мировой экономики. Одним из перспективных интеграционных объединений рассматривается Евразийский экономический союз. Характеризуются экономические и правовые основы международной деятельности ЕАЭС как инструмента реализации внешнеторговой политики.

Abstract: The article examines the theoretical and practical aspects of international economic integration as the most important process of development of the world economy. The Eurasian Economic Union is considered one of the promising integration associations. The economic and legal foundations of the international activity of the EAEU as a tool for the implementation of foreign trade policy are characterized.

Ключевые слова: международная экономическая интеграция, Евразийский экономический союз, внешнеторговая политика.

Keywords: international economic integration, Eurasian Economic Union, foreign trade policy.

Вопросы международной экономической интеграции ученые-экономисты изучают достаточно давно. Так, теоретические вопросы рассматривались классиками экономики, такими как Смит, Рикардо, Милль. В 40-х годах 20 века приверженцы неолиберального подхода проводили свои исследования в обосновании полезности экономической интеграции. Среди исследователей того времени, чьи подходы можно характеризовать как неолиберальные, выделяются В. Репке, М. Алле, Дж. Вайнер, Дж. Мид, Т. Сцитовски. Они считали важными идеи межстрановой интеграции на основе

механизмов конкуренции в рамках открытых и свободных рыночных отношений [5]. Представители неокейнсианского подхода рассуждали о способах обеспечения разнообразных экономических и политических выгод на основе интеграционных процессов в 70-х годах 20 века. Еще одним теоретико-методологическим направлением того времени в вопросах обоснования эффективности международной экономической интеграции стал «дирижизм». В рамках школы «федерализма» устанавливалась четкая цель, к которой шли интегрирующиеся страны, а именно к созданию федерации как основы продолжения процессов экономической интеграции. Представители «функционализма» (П. Райнш, Л. Вульф, Д. Митрани) напротив считали, что наднациональные структуры необходимо устранять и демонтировать, тогда как интеграция должна основываться на взаимодополняемости экономического, торгового и природно-ресурсного потенциала отдельных стран и регионов [2]. Исследуя процессы международной экономической интеграции, П.Р. Кругман пришел к выводу, что лучшим вариантом развития экономики будет тот, в котором существует значительное число небольших торговых союзов, которые будут снижать тарифы и расширять ассортимент товаров, что в итоге приведет мировую экономику к росту всеобщего благосостояния [6].

Процессы осмысления международной интеграции рассматривались классиками экономических учений на протяжении всего периода развития мирового хозяйства. Однако, проверка этих идей и их развитие пришлось на вторую половину 20 века, когда появилась возможность применять интеграционные теории на практике, а у хозяйствующих субъектов появилась практическая потребность давать теоретическое обоснование своим действиям и своему развитию.

Необходимо подчеркнуть, что интеграционные процессы в большой степени влияют на развитие и расширение мировой экономики. В качестве аргументов можно привести самые разнообразные тезисы. На наш взгляд, взаимное сотрудничество предприятий или стран, в целом занимает важное место в социальном и экономическом развитии, так как является стимулятором научно-технического прогресса, инновационного развития, способствует расширению размеров рынка, позволяет создавать дополнительные рабочие места, повышает конкурентоспособность товаров и услуг, благодаря обмену опытом и технологиями со странами-партнерами, а также способствует пополнению консолидированного бюджета государства. Чтобы определить степень влияния интеграционных процессов на современную экономику,

необходимо детальнее рассмотреть интеграцию с точки зрения ее экономической сущности. А ее сущность заключается в потребности хозяйствующих субъектов дополнять и объединять свои ресурсы, в том числе финансовые и инвестиционные, для достижения наилучших результатов. [2] Конечно такое объединение ресурсов возможно лишь на взаимовыгодной основе, когда экономики всех стран-участниц имеют равные права и равные стартовые экономические условия интеграции. И речь здесь не столько о количестве ресурсов, сколько о качестве инфраструктуры.

Инфраструктуру мы здесь понимаем в самом широком смысле. Это унифицированная нормативно-правовая база, которая дает основу для ведения совместной деятельности и хозяйства. Такая база должна давать полную уверенность и гарантии для участников интеграционного процесса. Ведь конечным участником в реализации всего механизма интеграционного объединения является конкретный хозяйствующий субъект, целью которого выступает получение прибыли. Нельзя допустить ситуацию, в которой хозяйствующий субъект в одной стране будет заведомо в лучшем (или худшем) положении, чем субъект в другой стране.

На технологическом уровне, также необходимо приведение всех элементов и компонентов, составляющих базовые условия производства в разных странах к единым унифицированным условиям. Должны выработаться единые государственные стандарты к производственным процессам, единые требования к безопасности производства, экологические нормы и т.д. Что бы обеспечить такое единство, необходимо вести согласованную работу на территории всех стран-участниц. Для ведения такой работы безусловно должны создаваться соответствующие органы, которые будут координировать работу по достижению общих условий функционирования всей интеграционной группировки.

Исходя из этого, большое значение приобретает такое понятие как этапы интеграции. В современной экономической науке выделяют пять этапов международной экономической интеграции: зона свободной торговли; таможенный союз; общий рынок; экономический союз; валютный союз. Первым этапом является зона свободной торговли. Она представляет собой самую простую форму экономической интеграции. В ее рамках происходит отказ стран-участниц от тарифной защиты национальных рынков. При этом, отношения с третьими странами, которые не участвуют в объединении, не регламентируются общими документами, что сохраняет

экономический суверенитет стран-участниц и они самостоятельно определяют уровень таможенной защиты своих производителей [4].

В рамках таможенного союза внешнеторговые связи участников уже устанавливаются, исходя из коллективных решений. Все участники таможенного союза вырабатывают единые таможенные тарифы во внешней торговле, а таможенный кодекс таможенного союза отменяет национальные документы. Целью таможенного союза становится совместная защита их внутренних рынков от внешнего влияния. Считается, что такая защита является более надежной, а участники блока воспринимаются как некая единая общность на мировом рынке. В качестве критики некоторые исследователи говорят о потере части экономического суверенитета каждой из стран. На деле же потеря такого суверенитета не всегда является событием с негативным контекстом.

Общий рынок или единое экономическое пространство имеет все характеристики таможенного союза, а также добавляется новое качество внутреннего рынка, связанное с устранением ограничений на перемещение факторов производства (трудовые ресурсы, финансовые ресурсы, технологии и др.), а это усиливает экономическую взаимосвязь между участниками интеграционной группировки.

Экономический союз наследует все элементы общего рынка, при этом расширяет общие условия проведения единой экономической политики. Эта форма предполагает функционирование единого общего экономического пространства.

Завершающей или самой продвинутой формой интеграции на сегодняшний день выступает валютный союз. Это такая форма экономического союза, при которой вводится общая валюта. При этом валютный союз является и формой интеграции и одним из важнейших ее компонентов [8]. Экономическая интеграция приобретает ряд важнейших характеристик, среди которых:

- высокая степень интернационализации хозяйственной жизни стран-участниц;
- значительное углубление международного разделения труда;
- проявления научно-технической революции глобального масштаба и непосредственное использование ее эффекта как конкурентного преимущества;
- резкое повышение степени открытости национальных экономик.

Рассматриваемое нами интеграционное образование Евразийский экономический союз прошло почти все стадии интеграции, образовало зону свободной

торговли, наднациональные органы, однако, завершающего этапа интеграции в виде валютного союза еще не произошло [8].

Согласно критериям Международного банка, который установил временные рамки прохождения стадий интеграции, каждая стадия должна проходить следующее:

- на этапе региональных торговых соглашений должно быть выполнено условие покрытия всех отраслей экономики, при этом временной промежуток включает четкий график либерализации и не должен длиться больше 10 лет;

- вводимый новый таможенный тариф должен не превышать самый низкий тариф, существовавший в стране;

- правила для определения страны происхождения товара должны быть изложены четко, ясно и не являться инструментом для внутреннего протекционизма интеграционного объединения;

- необходим быстрый переход от начальных к более развитым формам интеграции для обеспечения рационализации и эффективности распределения факторов производства;

- исключить применение антидемпинговых правил внутри интеграционной группировки, установив в отношении третьих стран ясные правила их применения [10].

Остановимся подробнее не правовых основах международной деятельности ЕАЭС как инструменте реализации внешнеторговой политики. Несмотря на отдельные соглашения ЕАЭС с третьими странами, а также имеющийся запрос на развитие международных контактов Союза, торговые отношения членов ЕАЭС с зарубежными партнерами в основном регулируются на двустороннем уровне. При этом, несмотря на заключенные соглашения ЕАЭС о создании зон свободной торговли с Китаем, Вьетнамом, Ираном и Сингапуром, их экономическая ценность в любом случае ограничена, поскольку эти страны не входят в число важнейших торговых партнеров Союза.

Сегодня продолжаются переговоры по преференциальным торговым соглашениям с другими партнерами – Израилем, Египтом. Однако нельзя не согласиться с тем, что и соглашения с ними не решат задач обеспечения стабильной внешней торгово-политической среды, ведь на долю этих стран приходится не более 3 % внешней торговли ЕАЭС [7]. Чтобы ЕАЭС был более конкурентоспособным в переговорном процессе и обеспечил охват международной активности, сопоставимый с

обширной сетью зон свободной торговли ЕС, необходима соответствующая настройка правовой базы ЕАЭС в области международного сотрудничества.

В связи с этим актуальным представляется вопрос, какие полномочия в области международного сотрудничества государства- члены ЕАЭС передали органам Союза или могли бы быть переданы в будущем и каким образом данные полномочия юридически оформлены. При этом важно убедиться, что ЕАЭС может проявить свою волю, которая не является простой суммой воли стран-участниц [5]. Указанному вопросу посвящена статья 7 Договора о Евразийском экономическом союзе, согласно которой он имеет право осуществлять в пределах своей компетенции международную деятельность, направленную на решение стоящих перед ним задач [1]. В рамках такой деятельности Союз уполномочен осуществлять международное сотрудничество с государствами, международными организациями и международными интеграционными объединениями и самостоятельно либо совместно с государствами- членами заключать международные договоры по вопросам, отнесенным к его компетенции. Таким образом, государства, передавшие те или иные полномочия органам Союза, ограничены в возможности заключения международных договоров в сфере переданных полномочий без участия соответствующих органов Союза.

Перечень компетенций государств, переданных в той или иной степени органам Союза, достаточно широк. В соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе это вопросы внешнеторговой политики (таможенно-тарифное и нетарифное регулирование, меры защиты внутреннего рынка), защита прав потребителей, вопросы валютной политики, конкуренции, энергетики, транспорта, промышленности, агропромышленного комплекса, естественных монополий, трудовой миграции и др. [1].

Однако, несмотря на право Союза заключать соглашения по всему комплексу указанных вопросов, из анализа соглашений, заключенных ЕАЭС, следует, что они регулируют преимущественно вопросы торговли: ставки таможенных пошлин и сборов, порядок кодирования товаров, формальности, связанные с экспортом и импортом товаров, правила субсидирования в отношении товаров, лицензирования при импорте, меры торговой защиты, правила определения происхождения и др. Если в указанные соглашения включаются иные вопросы (например, интеллектуальной собственности, государственных закупок, санитарных и фитосанитарных мер и другие), то только из-за того, что они содействуют развитию взаимной торговли. [6]

Порядок осуществления Союзом международного сотрудничества, установленный решением Высшего Евразийского экономического совета (ВЕЭС) от 23

декабря 2014 г. № 9915, ограничивается порядком контактов официальных представителей и должностных лиц органов Союза с официальными представителями третьих государств, международных организаций и организационных объединений, участие в мероприятиях международного характера, в т. ч. в презентациях, конференциях и семинарах [6]. Из анализа этого порядка следует, что международные полномочия указанных должностных лиц Союза носят крайне ограниченный характер и осуществляются в координации с государствами – членами Союза с их последующим информированием о результатах такого сотрудничества. Согласно п. 1 ст. 7 Договора о ЕАЭС вопросы заключения международных договоров Союза с третьей стороной определяются международным договором в рамках Союза. Эти вопросы урегулированы Соглашением о международных договорах Евразийского экономического союза с третьими государствами, международными организациями или международными интеграционными объединениями от 14 мая 2018 г. [3].

Анализ указанного Соглашения позволяет сделать вывод, что, несмотря на закрепленные в Договоре о ЕАЭС полномочия Союза на осуществление международной деятельности, объем их значительно ограничен.

Ведущую роль при инициировании международных договоров, ведении переговоров и подписании документов играют государства – члены ЕАЭС и структуры ЕАЭС, являющиеся площадкой для обеспечения интересов государств – членов ЕАЭС (ВЕЭС, Совет Комиссии). При этом Коллегия Комиссии, призванная обеспечивать условия функционирования и развития Союза, в основном играет роль площадки для реализации международных полномочий Союза. О достаточно ограниченных международных полномочиях Союза свидетельствует также п. 2 ст. 7 Договора о ЕАЭС, согласно которому проведение переговоров по проектам международных договоров Союза с третьей стороной, а также их подписание осуществляются на основании решения ВЕЭС только после выполнения государствами-членами соответствующих внутригосударственных процедур.

Решение о выражении согласия Союза на обязательность для него международного договора Союза с третьей стороной о прекращении, приостановлении или о выходе из международного договора принимается ВЕЭС также только после выполнения всеми государствами-членами необходимых внутригосударственных процедур. Как видно из приведенной нормы, весь комплекс решений, связанных с ведением переговоров, подписанием, а также выражением согласия на обязательность международного договора, принимается только при условии одобрения государствами-членами. При этом указанные решения принимаются ВЕЭС, в который входят главы

государств и правительств государств-членов, т. е. должностные лица национального, а не наднационального характера. Это представляется вполне обоснованным, учитывая, что международные договоры, в частности, в сфере торговли, влекут значительные экономические последствия, что требует одобрения на государственном уровне.

В данном контексте актуальной представляется точка зрения А.Б. Лихачевой на состояние евразийской интеграции в условиях негативных последствий влияния на страны ЕАЭС так называемого нового протекционизма, под которым автор понимает инструмент борьбы с внешнеполитическими соперниками. В связи с изложенным, А.Б. Лихачева предлагает, как представляется, действенный инструмент эффективного противостояния последствиям «нового протекционизма» в виде создания обширной сети зон свободной торговли с иностранными партнерами.

Такой подход позволит установить прочные экономические связи и станет защитным механизмом от вовлечения партнеров в санкционную политику недружественных стран и их блоков. При создании зон свободной торговли ЕАЭС с третьими странами необходимо учитывать соответствующие нормы ВТО и, как следствие, выстраивать с данной международной организацией сотрудничество не только на уровне государств – членов ЕАЭС, но и Союза в целом [4].

Анализ данных направлений взаимодействия с ВТО требует комментария. Бросается в глаза отсутствие задачи по присоединению Союза к ВТО в качестве полноправного члена. Помимо прочего это связано с тем, что Республика Беларусь не является членом ВТО.

Представляется целесообразным при выработке основных направлений международной деятельности Союза на 2022 - 2024 годы сформулировать задачу расширения и укрепления экономической интеграции внутри Евразийского экономического союза. Это позволит ЕАЭС полноправно участвовать в выработке международных правил торговли, а также нарастить долю товаров и услуг государств-членов Союза на международных рынках.

Список литературы:

1. Договор о Евразийском экономическом союзе 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.eaeunion.org/files/history/2014/2014_2.pdf
2. Горецкая, Е.О. Особенности иностранного инвестирования в российские регионы / Е. О. Горецкая // Экономика: теория и практика. 2007. № 2 (14). С. 40-44.

3. Гринберг, Р.С. Евразийский экономический союз: основные тренды развития на фоне глобальной неопределенности / Р.С. Гринберг, А.Г. Пылин // Экономика региона, 2020. Т. 16. Вып. 2. С. 340–351.
4. Канаев, Е.А. ЕАЭС и АСЕАН: результаты и перспективы сотрудничества / Е.А. Канаев, А.С. Королев // Мировая экономика и международные отношения [Электронный ресурс]. 2020. Т. 64. No 1. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/326374468.pdf>
5. Лапенко, М. А. Развитие евразийской интеграции: движение от «евразийской тройки» к континентальному Евразийскому партнерству / М.А. Лапенко // Постсоветские исследования. Т. 1. No 8, 2018. С. 746–754.
6. Никулина, О.В. Стратегические ориентиры инновационного развития экономики стран-участниц ЕАЭС / О.В. Никулина, В.И. Лемер // Экономика и предпринимательство. – 2020. №8(121), С.34-38.
7. О взаимной торговле товарами Евразийского экономического союза // Статистика Евразийского экономического союза [электронный ресурс] http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Documents/2021/Analytics_I_202012_180.pdf
8. Формирование общего финансового рынка ЕАЭС. Концепция формирования общего финансового рынка ЕАЭС [Электронный ресурс]. URL:<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dofp/Pages/conception.aspx>
9. Экономическое развитие стран ЕАЭС и перспективы экономической интеграции до 2025 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/14-01-2021-1.aspx>
10. Lagutina M. Eurasian Economic Union Foundation: issues of global regionalization / Eurasia Border Review. – 2014. Vol.5, Issue 1, P. 95-111.

УДК 339.9

Горецкая Е.О.
д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

**УСИЛЕНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ РОССИИ И АЗИАТСКО-
ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА В МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ОТНОШЕНИЯХ**

**STRENGTHENING OF RELATIONS BETWEEN RUSSIA AND THE ASIA-PACIFIC
REGION IN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты международных экономических взаимосвязей России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Характеризуются экономические и правовые основы международной деятельности как инструмента реализации внешнеторговой политики.

Abstract: The article discusses the theoretical and practical aspects of international economic relations between Russia and the countries of the Asia-Pacific region. The economic and legal foundations of international activity as a tool for the implementation of foreign trade policy are characterized.

Ключевые слова: международные экономические отношения, Евразийский экономический союз, Россия, Азиатско-Тихоокеанский регион, внешнеторговая политика.

Keywords: international economic relations, Eurasian Economic Union, Russia, Asia-Pacific region, foreign trade policy.

Наступивший «век Азии» и объявленный разворот России на восток делает очень актуальными исследования отношений России со странами Азии. [1] Сегодня АТЭС представляет собой одно из немногих объединений, которое осуществляет открытый диалог между развитыми и развивающимися странами на основе консенсуса. Здесь не создано жестких органов наднационального управления, все решения не носят обязательный характер. В деятельности АТЭС принимают участие ключевые игроки – Япония, Китай, Россия, Южная Корея. Кроме того, участвуют страны англосаксонского блока – Австралия, США, Новая Зеландия, Канада, а также группа азиатских новых индустриальных стран – Гонконг, Тайвань, Сингапур. Следует

отметить участие в АТЭС государств-членов АСЕАН и южноамериканских экономик – Мексики, Чили и Перу. Активизируется деятельность Папуа-Новой Гвинеи.

По мнению ряда экспертов (А. Мовчан, О. Вьюгин, М. Салихов), особенностью современного состояния мировой экономики является наличие внешнего шока, связанного с пандемией, не находящегося внутри системы. И поэтому, по мере того как уходят внешние факторы, вызвавшие шок, постепенно мировая и национальные экономики возвращаются на свои места. Однако вопросы социального неравенства в обществе станут важнейшими проблемами постпандемийной экономики, что повлечет за собой возможный пересмотр основ современного капитализма. Значительные трансформации затронут модели управления бизнесом и отдельные индустрии. В новой экономике востребованы новые модели и технологии управления компаниями, актуальность сохранит диверсификация производства, сфера интернет-торговли. Динамичное развитие ожидается в производстве медицинской техники, ожидаются изменения на рынке торговой и офисной недвижимости. Под влиянием технологической революции ускорится автоматизация и роботизация производства, что привлечет к высвобождению значительной части рабочей силы. Уже сегодня очевидно, что интерес к нефти будет снижаться, дополнительный импульс к развитию получат возобновляемые источники энергии. Это приведет к уменьшению объема нефтегазовых доходов и сокращению их значения, сырье же останется важной отраслью хозяйства, но уже не будет главной движущей силой экономики. [2] Для России такие изменения будут связаны со значительной структурной перестройкой. Среди негативных факторов современного этапа развития следует отметить наличие новых экономических санкций, ведение странами промышленной разведки и информационных войн. [3] Серьезной проблемой для России сегодня является отсутствие значительного притока иностранного капитала в виде прямых и портфельных иностранных инвестиций. В этих условиях развитие евразийских интеграционных процессов является антикризисной моделью развития экономики, позволяющей адаптироваться к новым глобальным вызовам. [4].

Важнейшей тенденцией современного мирового экономического развития является значительное изменение баланса сил в мировом хозяйстве за последние двадцать лет. Речь идет о смещении баланса торговых и экономических сил в мире в сторону увеличения доли развивающихся стран в мировой экономике с 36,8 процента в 1980 году до 59,2 процента в настоящее время. Анализ показывает, что основную долю

прироста в динамику процесса обеспечили страны Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), который сегодня представляет собой наиболее динамично развивающуюся часть мирового хозяйства в плане международной торговли, экономики и прямых иностранных инвестиций и при этом демонстрирующие наиболее высокие темпы роста. На современном этапе порядка 40 процентов прямых иностранных инвестиций направляется в страны АТР. Наиболее заметными последствиями в изменении соотношения сил для международной торговли стали кризис Всемирной торговой организации и торговая война между Китаем и США. Сегодня торгово-экономические конфликты наиболее заметно затрагивают торговлю услугами, цифровую экономику и инновации. Создание системы управления внешнеторговой безопасностью позволит обеспечить экономическую безопасность России в современных условиях. [5]

Россия, являясь евроазиатской страной, не остается в стороне от данного процесса, увеличивая торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество со странами АТР, реализовывая внешнеторговые контракты и двусторонние связи в данном направлении, укрепляя многосторонние форматы сотрудничества с перспективным регионом. Следует учитывать, что большая часть России расположена в Азиатско-Тихоокеанском регионе, в связи с чем основной целью здесь становится укрепление стабильности, мирного развития и безопасности региона. На это указывают ученые и исследователи (Цвигун И.В., Григорьева М.С.), подчеркивая важность укрепления позиций России в АТР, установления партнерских отношений с США, решение политических вопросов с Японией, динамичное развитие экономического сотрудничества с Китаем, развитие взаимовыгодного партнерства с республикой Корея, расширение и установление более тесных связей со странами АСЕАН, участие в Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). [6]

Особую роль развитие отношений России и АТР приобретает в условиях осложнения отношений с развитыми странами Европы и мира в последние годы. [7] Так, доля АТР в российском товарном экспорте увеличилась с 18,5 процента в 2010 году до 29,1 процента в 2019 году. При этом крупнейшими торговыми партнерами РФ стали Китай (15,7 процента во внешнеторговом обороте 2018 года), США (3,6 процента), Республика Корея (3,6 процента), Япония (3,1 процента), Индия (1,6 процента). Россия поставляет в страны АТР продукцию топливно-энергетического комплекса (64,1 процента российского экспорта), продукцию металлургического комплекса (8,8 процента), целлюлозно-бумажную продукцию и древесину (5,3

процента), химическую продукцию и каучук (5,1 процента), сельскохозяйственное сырье и продовольственные товары (5,1 процента), машины и оборудование (4,2 процента). [12] Основными партнерами России в АТР в плане несырьевого неэнергетического сектора выступают Китай (30,1 процента в 2018 году), США (18,5 процента) и Индия (12,7 процента). [7] Растет и роль Азиатско-Тихоокеанского региона в привлечении в Россию прямых иностранных инвестиций. [8] Так, в 2007-2015 годах в Россию из АТР было привлечено 0,5-3,2 млрд. долл. в год, а уже в 2016-2018 годах из АТР в РФ привлечено 23,6 млрд. долл. США. Расширению торгового, инвестиционного и экономического сотрудничества способствовало создание региональных торговых соглашений, обеспечивающих преференциальные отношения между странами АТР, а также рост протекционизма, усиление двусторонних договоренностей со странами региона со стороны США, ухудшение условий торговли Китая и США. В результате названных тенденций происходит расширение торговли России со странами АТР, проявляющееся в практике «открытого регионализма», вытеснением стран, не участвующих в торгово-экономических соглашениях, из технологических цепочек. Для России существует опасность сокращения объемов несырьевого экспорта в страны АТР и означает необходимость заключения торгово-экономических соглашений со странами региона. В этих условиях с особой актуальностью встает задача Евразийского партнерства с участием ЕАЭС и стран АТР в рамках развития преференциальной торговли товарами и услугами, прямого иностранного инвестирования и формирования единых правил торгово-инвестиционного регулирования. [8] Отставание России в этой области может привести к вытеснению России из цепочек добавленной стоимости в АТР.

Одним из перспективных направлений развития ЕАЭС в новых геополитических условиях является присоединение Ирана к евразийскому процессу интеграции, что дает новые грандиозные возможности сотрудничества. В настоящее время идет подготовка к постоянному членству в интеграционном блоке, в который входят Россия, Беларусь, Казахстан, Армения, Киргизия. Такое сотрудничество послужит долгосрочному экономическому и политическому взаимодействию стран, стратегическим договоренностям, объединению стран региона и созданию зоны свободной торговли. Иран является для России наиболее перспективным партнером, соседним государством через Каспийское море. Включение Ирана в евразийскую интеграцию позволит расширить связи с Индией, развивать проект транспортного коридора «Север – Юг»,

поставлять российские грузы в порт Чехбехар и далее в Мумбаи. Развитие иранско-российских торговых связей достаточно перспективно. Россия может экспортировать в Иран продовольственные и непродовольственные товары, технику, стройматериалы, реализовывать перспективные проекты в стройиндустрии, в сфере транспортной, инженерной и социальной инфраструктуры. Торгово-экономическое взаимодействие России и Ирана базируется на взаимодополняемости экономического потенциала. Россия располагает знаниями и технологиями, сырьем и материалами, Иран располагает финансовыми и трудовыми ресурсами. Все это создает предпосылки для реализации четырех свобод - движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы в рамках ЕАЭС. Перспективным является совместное развитие транспортного и туристско-рекреационного комплекса, автомобильной промышленности. Евразийский банк развития (ЕАБР) финансирует в регионе индустриальные проекты, выгодные всем странам-участницам интеграционного блока.

Оценивая перспективы развития международных экономических отношений России и стран Евразийского экономического союза, следует подчеркнуть роль Евразийского банка развития, который в последние годы существенно увеличил свой инвестиционный портфель и нарастил вложения в экономики стран ЕАЭС. Приток инвестиций в инфраструктурные и кооперационные проекты увеличился в России, Казахстане, Беларуси, Киргизии. Сегодня инвестиционный портфель ЕАБР превышает 7,2 млрд. долл., за последние два года он вырос на 18 процентов, ежегодный объем кредитов превышает 1,3 млрд. долл. Приоритетными для инвестирования отраслями являются инфраструктура, машиностроение, электротехника, химическая и нефтехимическая промышленность, металлургия, горнодобывающая промышленность, сельское хозяйство, сфера финансов. В процентном соотношении инвестиции ЕАБР распределяются следующим образом – транспорт (22,8 %), электроэнергетика (18,8%), добывающая промышленность (17,9%), финансы (16,6%), машиностроение (4,9%), металлургия (4,7%), агропромышленный комплекс (2,0%), химическая промышленность (0,5%). Особо важное значение на современном этапе развития Евразийского союза приобретает создание и финансирование инфраструктурных проектов, обеспечивающих транспортную и коммуникационную связанность территории стран ЕАЭС. Большое значение имеет выстраивание технологических цепочек, способствующих укреплению горизонтальных связей предприятий стран ЕАЭС. Структура инвестиций ЕАБР, по сути, показывает, как будет выглядеть

экономика интеграционного объединения в будущем. Поэтому следует обратить внимание на недостаточные объемы инвестиций в отрасли машиностроения (менее 5,0 процентов).

Сегодня большинство крупных проектов ЕАБР реализуется в России и Казахстане. Так, к примеру, в Казахстане осуществляется финансирование модернизации Экибастузской ГРЭС-2, закупок оборудования для угледобычи в Экибастузском каменноугольном бассейне (ТОО «Богатырь комир»), разработка уранового месторождения СП «Заречное», возведение ветряной электростанции в Акмолинской области, строительство пункта автомобильного пропуска «Нур жолы» на автотрассе «Алматы – Хоргос» в рамках международного транзитного коридора «Западная Европа – Западный Китай».

В России реализуются такие инвестиционные проекты ЕАБР, как строительство первой очереди Сахалинской ГРЭС – 2, строительство в Санкт-Петербурге «Западного скоростного диаметра», возведение малых ГЭС в Карелии, поставки на Магнитогорский комбинат железной руды Соколовско-Сарбайского горно-производственного объединения (Казахстан), строительство автомобильной дороги ЦКАД-3, модернизацию горнодобывающего ОАО «Комбинат КМАруда», модернизация Магаданского морского порта, петербургского водоканала.

В Беларуси ЕАБР финансирует поставки карьерной техники «БЕЛАЗа», строительство проволочного стана на Белорусском металлургическом заводе, возведение Полоцкой ГЭС на Западной Двине и другие.

С 2018 года ЕАБР начал финансирование проектов в Киргизии и Армении, осуществляет поддержку малого и среднего бизнеса.

На современном этапе можно констатировать, что развитие ЕАБР идет все же более медленными темпами, чем предполагалось ранее. Тем не менее, Банк работает гораздо эффективнее, чем другие институты развития на пространстве ЕАЭС, такие как Российский экономический фонд развития, Евразийский фонд стабилизации и развития, Черноморский банк торговли и развития.

Рассматривая перспективы развития постпандемийной экономики, необходимо особо подчеркнуть важность развития экономического сотрудничества с Китаем. [9] Следует отметить, что проблемы последних лет затронули и экономики стран АТР. Однако экономики Китая, Южной Кореи и Вьетнама смогли быстрее других стран преодолеть трудности и вернуться к устойчивому развитию. Ведущие эксперты Центра

АСЕАН МГИМО МИД России отмечают динамику противостояния США и Китая, указывая на американо-китайскую торговую войну, финансовые и технологические ограничения, а также давление, оказываемое Соединенными Штатами на Россию. Важным достижением 2020 года стало подписание в АТР соглашения о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП). Значительную роль в подписании соглашения сыграл Китай, но нельзя умалять и значения Японии в данной инициативе. России необходимо использовать появившиеся возможности и наиболее максимально диверсифицировать торгово-экономические связи с партнерами по АТР и проработать перспективы присоединения России к ВРЭП, а, возможно, и к Транс-тихоокеанскому партнерству. На сегодняшний день, по оценкам экспертов, главной причиной недостаточных темпов развития отношений России и стран АСЕАН продолжают оставаться санкции Запада. 2021 год является юбилейным для развития деловых отношений России с АСЕАН, что необходимо использовать для развития перспективных направлений взаимодействия, особенно в сфере передовых технологий, фармацевтики и медицины.

В современных условиях Китай активно восстанавливает экономику, реализовывая крупные инфраструктурные проекты, сырьевые товары на которые предоставляет Россия. Китай наращивает закупки нефти в России, а также российский импорт черных и цветных металлов, что позволяет России успешно противостоять последствиям снижения стоимости углеводородов. Однако, негативной стороной этого процесса стало возникновение «сырьевой воронки», то есть возникает очевидное закрепление сырьевой направленности российско-китайской торговли. Необходимо налаживание сотрудничества за пределами сырьевой сферы, в области науки и техники. Сегодня товарооборот между Россией и Китаем превышает 100 млрд. долл. в год, Китай по-прежнему является крупнейшим торгово-экономическим партнером России, на его долю приходится 17 процентов внешней торговли России. Регулярно проводятся заседания Межправительственной российско-китайской комиссии по сотрудничеству и развитию Дальнего Востока и Байкальского региона РФ и Северо-Востока КНР, что позволило определить перспективы и направления двустороннего сотрудничества в сферах транспорта, логистики, межрегиональной инфраструктуры, сельского хозяйства в пост-эпидемическую эпоху. Стратегические перспективы развития российско-китайских отношений связаны с взаимовыгодным сотрудничеством в области транспортной, логистической и туристской отраслей двух стран. Экономические

отношения Дальнего Востока и Китая касаются реализации проектов в сфере промышленности, энергетики, цифровой экономики, освоения арктических морских путей, сельского и лесного хозяйства.

Очевидно, что российско-китайское сотрудничество в топливно-энергетическом комплексе может привести к формированию их энергетического альянса. Россия, поставив цель достичь объемы внешнеторгового оборота с Китаем до 200 млрд. долл. в год, начинает активно наращивать поставки энергоресурсов в КНР. Согласно статистическим данным, поставки энергоресурсов достигают 63 процента товарооборота России и Китая, поставки нефти из России постоянно увеличиваются, достигнув уровня 1,83 млн баррелей в день. Однако у двустороннего российско-китайского энергетического диалога существуют серьезные конкуренты – это Саудовская Аравия, поставляющая в Китай ежедневно 1,9 млн. баррелей сырой нефти, а также США, импорт сырой нефти из которой в Китай возрос в семь раз за прошедший год. [10] Уже сегодня очевидно, что конкуренция России, Саудовской Аравии и США на китайском рынке нефти будет только возрастать.

Рассматривая перспективы развития сотрудничества России с азиатскими странами, нельзя не затронуть Шанхайскую организацию сотрудничества, которая несмотря на критику недоброжелателей, смогла укрепить свой авторитет в мировой экономике и политике. 2019-2020 годы стали довольно сложным этапом в развитии организации. Введенные ограничения отрицательно повлияли на экономические отношения стран, тем не менее многие мероприятия ШОС были переведены в онлайн-формат или перенесены на более поздние сроки. Сегодня идет процесс деглобализации, который влечет за собой перегруппировку различных центров силы мирового хозяйства (А. Денисов), разрушение старых и создание новых центров. Очевидно, что мир в таком динамическом изменении сил может находиться десятилетиями. В рамках ШОС, которую можно считать инновационной моделью сотрудничества стран, создаются новые площадки для взаимодействия государств, новые механизмы международных отношений, которые противодействуют геополитической атомизации. Помимо основных задач укрепления безопасности, в текущей ситуации наиболее важным представляется развитие гуманитарного сотрудничества, прежде всего образовательного и научно-технического взаимодействия в рамках ШОС. В этой области у ШОС есть очень неплохой задел. Это в первую очередь Сетевой университет ШОС, который объединяет более 70 высших учебных заведений стран ШОС, участвующих в обменах студентами в рамках сетевой структуры. По мнению А.

Денисова, потенциал Сетевого университета ШОС необходимо использовать, расширяя его институциональную основу и форму работы, в том числе создавать совместные научные лаборатории, проводить совместные исследования в таких передовых областях, как использование искусственного интеллекта, робототехника, кибербезопасность, новые материалы, экология, природопользование.

Такие формы совместных исследований, в конечном счете, позволят перейти к созданию и внедрению общих технологических стандартов на пространстве ШОС, а это как раз то, чем сейчас активно занимаются структуры ЕАЭС, и то, что будет способствовать взаимодействию ЕАЭС и ШОС. В будущем это позволит создать конкурентоспособную совместную базу данных научных публикаций. Научные издания по разным областям науки и образования позволят создавать совместные передовые технопарки в рамках ШОС для поддержки инновационных проектов, а также фонды для поддержки исследований. Создание технопарков в формате многостороннего сотрудничества позволит продвинуть совместные научные исследования стран ШОС и создать новую технологическую основу организации для научно-технического взаимодействия. Дальнейшее развитие глобального противоборства будет сопровождаться разделением мира на сферы действия разных технологических платформ, предположительно китайской и американской. Страны ШОС будут одной из главных арен этого противоборства, где интересы не всех игроков совпадают. Для Китая важна защита собственных производителей, в то время как для остальных стран важно поддержание многообразия, то есть сохранение доступа к любым другим технологиям.

Итак, в развитии экономического сотрудничества России и Азиатско-Тихоокеанского региона можно выделить несколько вариантов.

Первый вариант – инерционный путь – связан с применением прежних традиционных процессов развития и сотрудничества. [11] Россия будет поддерживать свое присутствие в регионе, реализовывать программы региональной безопасности и стабильности, учитывая в целом благоприятную обстановку в АТР, поскольку региональные государства не выдвигают каких-либо препятствий на пути экономической интеграции РФ в регион. Данный путь способен поддерживать присутствие России в региональных процессах, но не позволит ей воспользоваться преимуществами формирования ведущего мирового экономического и финансового центра. Однако в случае обострения конкуренции на ресурсных рынках, а также резкого снижения цен на сырье в результате новой волны мирового экономического

кризиса, инерционная модель развития восточных регионов неизбежно создаст дополнительные, прежде всего финансовые, проблемы для всей экономики страны.

Второй вариант связан с реализацией программы комплексного продвижения России в Азиатско-Тихоокеанский регион. Этот вариант комплексного, динамичного, инновационного развития восточных регионов РФ потребует значительных политических, интеллектуальных и экономических усилий. Подключение России к региональным экономическим процессам, несомненно, должно учитывать перспективы экономического роста в АТР. Современные прогнозы свидетельствуют, что в ближайшие десять лет динамично будут развиваться экономики стран региона – Китая, Японии, Индии, Вьетнама, Республики Корея, Индонезии. Богатейший природно-ресурсный потенциал российской Восточной Сибири и Дальнего Востока способен обеспечить растущий спрос стран Азии и модернизацию экономик стран региона на выгодных для РФ условиях. Но в настоящее время поставки российских энергоносителей на Тихоокеанский энергетический рынок незначительны. Доля экспорта нефти на тихоокеанском направлении (Китай, Япония, США, Республика Корея) составляет лишь 15 процентов от российских поставок на международные рынки, нефтепродуктов – менее 10 процентов. Поставки сжиженного природного газа (СПГ) в эти же страны не превышает 7% от суммарного экспорта газа. В российском экспорте угля доля АТР составляет 23%, алюминия — 35%, меди — 16%. [10] Развитие топливно-энергетического комплекса и добывающей промышленности России будет способствовать привлечению инвестиций в строительство инфраструктуры, в производство товаров высокой степени обработки, машиностроительные и обрабатывающие предприятия с передовыми технологиями. Это позволит изменить сложившуюся социально-экономическую ситуацию в восточных регионах страны.

Итак, на современном этапе социально-экономического развития наблюдается разворот российской экономики в сторону Азиатско-тихоокеанского региона на фоне усиления его роли в мировой экономике.

Список литературы:

1. Пансков, В.Г. Таможенное регулирование внешнеторговой деятельности в России в условиях Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС / В.Г. Пансков, В.В. Федоткин– СПб.: ИЦ Интермедия, 2018. – 316 с.
2. Россия и мир: 2018. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / Рук. проекта – А.А. Дынкин, В.Г. Барановский. – М.: ИМЭМО РАН, 2019. – 166 с.

3. Совет Европейского Союза, Европейский Союз и Центральная Азия: новое партнёрство в действии. 2015. - 75 с.
4. Гладков Н. С. Динамика внешнеторговых связей России в период глобальной турбулентности // Международная экономика – 2021. - №2. с. 38.
5. Глинкина, С.П., Тураева М.О. Конкуренция интеграционных проектов на постсоветском пространстве // Сборник *Urbi et Orbi* Сер. «Библиотека Новой экономической ассоциации». - Санкт-Петербург, 2017. - 295-318 с.
6. Евразийский интеграционный проект: эффекты и проблемы реализации (научный доклад) / Под общей ред. С.П. Глинкиной. - М.: Институт экономики РАН, 2016. - 92 с.
7. Квашнина, И.А. Внешнеэкономические факторы модернизации российской экономики // И.А. Квашнина, В.П. Оболенский, В.П. Шуйский. Научный доклад. – М.: ИЭ РАН, 2018. - 55 с.
8. Кнобель, А.Ю., Фиранчук А.С. Динамика производства и внешней торговли России // Экономическое развитие России. 2016. №4.- 27–32 с.
9. Липецкий, А. Ф. Роль регионов во внешнеторговой деятельности России в условиях новых геополитических взглядов // Экономика региона. – 2017. – т. 13. – вып. 3: с. 832.
10. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/
11. Единый Таможенный Тариф ЕАЭС [Электронный ресурс] – ЕЭК – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org.ru>
12. Базы данных таможенной статистики внешней торговли. [Электронный ресурс]. URL: <http://stat.customs.ru>

Данилевская Е.Н.
ст. преподаватель
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Нам Т.А.
обучающийся
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

INNOVATIONS IN RETAIL

Аннотация: Здоровье и безопасность – не единственные причины, по которым клиенты все еще остаются дома. Простота и удобство онлайн-покупок прочно вошли в повседневную жизнь потребителей. С каждым годом приходят новые тенденции в мире розничной торговли и электронной коммерции. В 2020 и 2021 годах можно было наблюдать за массовым ростом социальной коммерции, влиятельного маркетинга и даже достижений в области покупок с дополненной реальностью. В результате пандемии большинство торговых платформ электронной коммерции стали новой нормой для миллионов покупателей по всей стране.

Abstract: Health and safety are not the only reasons why customers still stay at home. The simplicity and convenience of online shopping have become firmly embedded in the daily lives of consumers. Every year new trends come in the world of retail and e-commerce. In 2020 and 2021, it was possible to observe the massive growth of social commerce, influential marketing and even advances in augmented reality shopping. As a result of the pandemic, most e-commerce trading platforms have become the new normal for millions of shoppers across the country.

Ключевые слова: инновации, торговля, цифровые бренды, визуальный эффект, пандемия, искусственный интеллект, эффективность продаж, конкуренция.

Keywords: innovation, trade, digital brands, visual effect, pandemic, artificial intelligence, sales efficiency, competition.

Чтобы идти в ногу со временем, компаниям по всему миру пришлось сместить акцент и перейти в онлайн или значительно расширить свое присутствие в Интернете.

Разработка различных способов связи с покупателями, как онлайн, так и офлайн, стала главным приоритетом.

Розничные СМИ, разумеется, продолжают расширять свои возможности для онлайн-покупателей. От технологических достижений в сфере розничной торговли до новых партнерских отношений с каналами продаж – все это можно считать основными инновационными тенденциями в розничной торговле [2].

Всплеск онлайн-покупок сохранится, особенно с учетом препятствий, связанных с пандемией COVID-19.

Социальная коммерция – нативный опыт покупок на платформе социальных сетей, предлагающий покупателям еще более удобный способ совершать покупки в Интернете. Вместо перехода на сторонний веб-сайт пользователи могут совершать покупки прямо из приложения или сайта социальной сети [3].

Социальная коммерция по сей день находится на подъеме. В 2020 году было заключено партнерство между TikTok и Shopify, произошло расширение собственных магазинов Snapchat для брендов и были введены магазины Facebook.

Магазины – это специальные витрины для компаний в Instagram и Facebook. Продавцы могут создавать коллекции рекомендуемых товаров, а также изменять внешний вид своего магазина с помощью баннеров, изображений, цветов и кнопок. Доступ к одному и тому же магазину возможен как из Facebook, так и из Instagram, поэтому после его настройки у продавцов появляется возможность охватить широкую глобальную аудиторию на двух платформах [5].

Благодаря магазинам Facebook больше обслуживает бренды, чем раньше. Это часть усилий Facebook по созданию персонализированного опыта покупок для пользователей в разделе «магазин» приложения, которое, как ожидается, станет более заметным для пользователей в ближайшем будущем.

Итак, социальная коммерция, как часть новых тенденций в розничной торговле, станет еще более неотъемлемой частью опыта электронной коммерции как для брендов, так и для покупателей.

Маркетинг влияния раньше сводился к селфи, тщательно составленным подписям и тщательно отредактированным снимкам продукта. Но в 2021 году произошли серьезные изменения в том, как бренды и влиятельные лица работают вместе. Контент влиятельных лиц постепенно превращается в сырую, настоящую эстетику, и это изменение может иметь продолжение и в 2022 году.

Аудитория доверяет брендам, которые демонстрируют аутентичные голоса, и сегодняшние сообразительные пользователи могут заметить чрезмерно произведенную рекламу за милую [1]. Бренды, которые не отдают приоритет аутентичности в своих партнерских отношениях с влиятельными лицами, как правило, не могут гарантировать себе высокую вовлеченность и рентабельность инвестиций в будущем. Пришло время сосредоточиться на уникальном контенте для влиятельных лиц, в котором приоритет отдается обучению, развлечениям и зрительскому опыту.

С точки зрения медиа-микса (комбинация различных рекламных каналов), в 2022 году видео станет самым важным средством для партнерства с инфлюенсерами (пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию). Поскольку многие обычные магазины закрыты или работают с ограничениями, покупатели не могут примерить одежду или опробовать гаджеты в магазине, а видео – лучшая вещь [7].

Фактически, бренды уже начали сотрудничать с влиятельными лицами для создания и обмена контентом в IGTV, Instagram Live, TikTok и Instagram Reels для создания и развития цифровых сообществ. Взять, к примеру, авторитета в области фитнеса Bandier. Bandier сотрудничает с лидерами отрасли для проведения тренировок в IG Live, а затем публикует видео на IGTV для тех, кто пропустил прямую трансляцию. Это способ объединить сообщество бренда на основе общих интересов, а также продемонстрировать долговечность своего оборудования.

В целом, в 2022 году брендам понадобится аутентичный видеоконтент, чтобы поддерживать интерес к кампаниям влияния.

Нативные цифровые бренды, которые ориентируются непосредственно на потребителя, например Glossier, Casper и Warby Parker, начали свою деятельность в Интернете, но с тех пор за последние несколько лет запустили и расширили свое физическое присутствие. Большинство цифровых брендов, открывающих магазины, продают одежду, что имеет смысл; это категория, в которой покупатели получают выгоду от личного взаимодействия с продуктом.

Эксперты в сфере недвижимости предсказали, что в ближайшие 4-5 лет бренды, созданные в цифровом формате, откроют 850 обычных магазинов. И хотя пандемия COVID-19, несомненно, замедлила открытие новых обычных магазинов, все еще наблюдается офлайн-опыт брендов, ранее работавших только в Интернете.

Например, открытие первого обычного продуктового магазина Amazon Fresh. Продуктовый магазин Amazon Fresh – это новый продуктовый магазин, разработанный с

нуля, чтобы обеспечить беспрепятственный процесс покупки продуктов, независимо от того, совершают ли покупатели покупки в магазине или в Интернете.

Эта новая инициатива Amazon привносит простоту и доступность электронной коммерции в обычные продуктовые магазины. Продуктовый магазин Amazon Fresh предлагает доставку и получение в тот же день, а также получение и возврат посылок на Amazon.com. Также Amazon запустил Amazon Dash Cart, чтобы помочь клиентам избежать очереди на кассе.

Среди тенденций розничного бизнеса в 2022 году мы можем ожидать, что бренды – как гигантские ритейлеры, так и более мелкие бренды DTC (Direct-to-Consumer) – продолжают создавать офлайн-опыт, используя технологии и удобство электронной коммерции.

Слияние рынков и традиционных ритейлеров происходит в обоих направлениях: такие торговые площадки, как Amazon, переходят к формам традиционной розничной торговли, а традиционные ритейлеры, такие как Albertsons, переходят на торговые площадки, чтобы оставаться актуальными в цифровой экономике [3].

Пристального внимания заслуживают и инновационные тенденции дополненной реальности (AR), машинного обучения и искусственного интеллекта (ИИ). И хотя дополненная реальность в розничной торговле не нова (Facebook сделала несколько крупных шагов в области дополненной реальности в 2018 году), она превратилась из приятного в неотъемлемую часть предложений электронной коммерции ритейлеров.

Дополненная реальность (AR) добавляет цифровую информацию в среду пользователя, обеспечивая поиск, выбор и покупку, которые лучше всего подходят для текущей ситуации клиента [2]. Например, виртуальную мебель можно осмотреть в реальной комнате или виртуально протестировать косметику. AR – это пример того, как офлайн- и онлайн-миры становятся все ближе и ближе и все более взаимосвязанными. Однако полностью офлайн-шоппинг не исчезнет. Напротив, продавцы электронной коммерции все чаще пытаются привести клиентов в физический контакт со своим брендом через присутствие в реальном мире, чтобы создать целостный опыт покупок. Опыт других потребителей, которым делятся на платформах электронной коммерции или в социальных сетях, также будет продолжать играть важную роль в принятии решений.

В то время как такие бренды, как IKEA, Home Depot и Target, имеют собственный опыт покупок с дополненной реальностью, коммерция на основе дополненной реальности предназначена не только для мегабрендов.

Shopify представил Shopify AR, простой в использовании инструмент для компаний, позволяющий создавать собственные приложения дополненной реальности для демонстрации своих продуктов покупателям. И это работает: Shopify сообщает, что взаимодействие с продуктами с контентом AR показало коэффициент конверсии на 94% выше, чем у продуктов без AR.

Это означает, что потребители имеют в своем распоряжении множество каналов и вариантов для покупки и оплаты. Особое значение на этом этапе имеют устройства и процессы на основе Интернета вещей, которые ускоряют и облегчают покупку: уведомления смартфонов, поддерживаемые интеллектуальными полками, информируют потребителей об интересных предложениях в их районе, маяки (цифровые передатчики) могут автоматически запускать процессы оплаты, когда покинуть магазин или перезаказать товары, которых нет в наличии.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, следующее, когда дело доходит до технологических достижений в розничной торговле, то стоит ожидать, что в 2022 году больше брендов будут использовать возможности дополненной реальности, а больше покупателей будут использовать возможности дополненной реальности для принятия решений о покупке.

Несмотря на то, что новые возможности для покупок продолжают появляться, Amazon безраздельно властвует, когда дело доходит до онлайн-рынков. В первом квартале 2021 года общий чистый объем продаж Amazon составил около 108,52 млрд долларов, превысив 75,45 млрд долларов в том же квартале 2020 года.

Для брендов на Amazon создание капитала бренда может быть проблемой. Но сильная идентичность бренда имеет решающее значение для связи с покупателями и установления доверия. Amazon представила брендам больше инструментов, чем когда-либо, для создания уникальной идентичности бренда на Amazon, в том числе:

- видео в спонсируемых брендах;
- пользовательское изображение спонсируемых брендов;
- истории брендов (контент A+);
- сообщения Amazon.

Amazon продолжает подчеркивать и предоставлять брендам возможности рассказать свою историю и повысить ценность бренда на своей платформе с помощью контента. С этим приходит введение и принятие метрик New-to-Brand и начало отслеживания влияния этих усилий.

Можно предположить, что Amazon также продолжит поддерживать способность брендов креативно рекламировать и дифференцировать свою идентичность в 2022 году.

Прозрачность, ценности и этика никогда не были так важны для покупателей, а это означает, что бренды должны как можно скорее отдать им приоритет.

71% потребителей предпочитают покупать товары у брендов, которые соответствуют их ценностям. Исследование Global Consumer Insights Pulse, проведенное PwC в июне 2021 года, показало, что 50% потребителей считают себя более «экологичными». И согласно покупательским тенденциям, о которых сообщает Forrester, покупатели все чаще оценивают продукты и бренды, основываясь на этике и ценностях компании, при этом около 40% потребителей активно стремятся покупать у компании, которая ассоциируется с социальными, экологическими и политическими идеалами.

Для брендов этот переход к потребителям, основанным на ценностях, означает, что бренды, которые традиционно менее открыты, больше не смогут скрывать какие-либо поверхностные методы ведения бизнеса или экологически небезопасные операции.

Предлагать подлинную прозрачность и занимать позицию по этическим вопросам может быть рискованно для брендов, но, если все сделано правильно, это может создать прочную лояльность и доверие клиентов.

При обсуждении инновационных тенденций, конечно же, стоит упомянуть и о доставке.

Кажется, что ожидания клиентов в отношении времени доставки только увеличиваются. Сначала было 2 дня через рост Amazon Prime, потом на следующий день, потом в тот же день. И крупные магазины следуют по стопам Amazon: Target расширяет свой сервис Shipt, а Walmart расширяет возможности двухчасовой экспресс-доставки.

Но в эпоху мгновенного удовлетворения покупатели хотят получить заказ как можно скорее. И заказы, выполненные в тот же день, пользуются большей популярностью как у клиентов, так и у брендов. От Amazon Prime Air, который использует технологию дронов для доставки заказов покупателям за 30 минут или меньше, до роста стартапов роботов-доставщиков доставка становится только быстрее.

Хотя доставка в тот же день далеко не новая концепция – в 2018 году 51% розничных продавцов электронной коммерции уже предлагали доставку в тот же день – вероятно, что она станет нормой и дальше по мере развития технологий и стандартов выполнения заказов в 2022 году.

Также в настоящее время растет популярность смарт-колонок. У большинства людей во всем мире уже есть Amazon Echo или Google Home.

По прогнозам, к 2025 году мировой рынок умных динамиков может вырасти до более чем 35,5 миллиардов долларов.

Более 80 миллионов взрослого населения США владеют смарт-динамиком, что соответствует уровню принятия более одной трети потребителей.

Итак, что касается умных колонок, как же эта розничная тенденция будет развиваться?

Умные колонки Amazon Echo и Google Home стали ключевыми инструментами для многих онлайн-покупателей, тем более что во время пандемии люди все больше времени проводят дома. Около 20% владельцев умных динамиков используют их для совершения покупок, таких как заказ продуктов, изучение продуктов или отслеживание доставки. Вероятно, что эта цифра сможет вырасти до 52% в течение следующих четырех лет.

По мере того, как наступил 2022 год, можно ожидать, что все больше потребителей будут делать покупки в Интернете, даже не глядя на экран, особенно на Amazon. Но даже бренды, которых нет на Amazon, могут использовать умный динамик и технологию голосового поиска. И вот почему: когда голосовой помощник дает ответ, он также позволяет пользователям открыть веб-сайт, на котором был найден ответ. Для брендов, которые отдают приоритет SEO-оптимизации, это может означать увеличение трафика.

Поскольку Covid-19 ограничил личный опыт, ритейлерам пришлось резко сократить личную поддержку клиентов и склоняться к более инновационным тенденциям в розничной торговле. Чтобы встречать клиентов там, где они есть, все больше и больше компаний используют чат-ботов и личных помощников. Розничная торговля уже использовала эту технологию до пандемии, наряду с банковским сектором и здравоохранением.

Хотя у личного общения, безусловно, есть преимущества, чат-боты предлагают компаниям и пользователям некоторые большие преимущества, такие как более короткое время ожидания и доступность 24/7. Некоторые бренды, такие как Lego, даже создали цифровых помощников по покупкам, которые дают покупателям персонализированные рекомендации по подаркам на основе их ответов на несколько простых вопросов. Как только пользователь выбирает продукт, чат-бот направляет его на веб-сайт, где он может совершить покупку.

Также важно отметить, что чат-боты могут выходить за рамки воссоздания личного опыта – они могут создавать забавные, новые впечатления, уникальные для цифрового пространства [3]. Например, Sephora использовала приложение Kik для создания персонализированного выпускного вечера для старшеклассников. В партнерстве с влиятельным лицом Хелен Филипс бренд призвал подписчиков задавать вопросы для ее живого обучения через Kik. Они также отправляли оповещения и подсказки в чат-бот перед мероприятием, что стимулировало участие в Kik, а также в прямой трансляции Facebook.

Для компаний, имеющих физические офисы, будет важно выделиться среди интернет-магазинов, предоставляя уникальные впечатления от посещения магазина. Хотя реальность такова, что обычные магазины будут продавать меньше, у них есть возможность создавать ценность, укрепляя отношение покупателей к бренду. Иммерсивный, инстаграмный опыт, также известный как «розничная торговля», может оживить бренд так, как это не могут сделать цифровые средства.

Взять, к примеру, флагманский магазин Nike Time Square, в котором есть баскетбольная площадка с камерами для записи ударов и беговые дорожки с экранами, имитирующими известные беговые маршруты. Хотя это не огромный драйвер продаж, это не его цель. Это стало огромной туристической достопримечательностью, которая повышает вовлеченность и узнаваемость бренда.

Между тем, Marvel нашли ценный рекламный инструмент в своем типе Avengers STATION, иммерсивной выставке, которая собрала огромные толпы людей по всему миру. С помощью интерактивных экранов и реквизита из реальных фильмов франшиза приглашает фанатов окунуться в кинематографический мир, который радовал их на протяжении многих лет.

Нет никакой ошибки в том, что инновационные инициативы в области розничной торговли будут продолжать перемещаться в виртуальное пространство, но это не означает, что физическое пространство не останется важным. При правильном использовании он может дополнить свой онлайн-аналог, оживить бренд и дать ему преимущество перед конкурентами.

Помимо того, что пандемия изменила основные потребительские предприятия, COVID-19 также изменил товары, которые предпочитают покупать онлайн-покупатели. В разгар первой волны пандемии отношение потребителей в значительной степени было сосредоточено на покупке товаров личного пользования. На самом деле, согласно

покупательским тенденциям, о которых сообщает Accenture, 34% потребителей увеличивают свои покупки средств личной гигиены, сокращая при этом более дискреционные категории.

Эти изменения в привычках к расходам вышли далеко за рамки первой волны пандемии, когда во всем мире усилились ограничения. С ростом этих блокировок произошел рост и внимание к здоровью потребителей. Интернет-бренды продуктовых магазинов должны отметить эти изменения и расставить приоритеты в том, как они могут поддерживать здоровый образ жизни для потребителей, покупателей и сотрудников.

Например, потребители меняют свои личные привычки, такие как мытье большего количества поверхностей, чаще мытье рук, и более 85% потребителей планируют сохранить эти привычки после COVID-19. Такие изменения открывают возможности для новых предложений средств личной гигиены в портфолио любой компании. Даже виртуальные инструменты, такие как приложения-посредники или что-либо, направленное на заботу о себе и психическое благополучие, могут оказать положительное влияние не только на потребителей, но и на общее восприятие бренда на рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что пандемия, возможно, еще далека от завершения, но вместе с ней пришли инновации, которые сделали розничную торговлю гораздо более захватывающей и захватывающей. Такие решения, как искусственный интеллект, дополненная реальность и многое другое, дали брендам и розничным торговцам шанс выделиться и завоевать клиентов. С уверенностью можно сказать, что эти тенденции еще больше повлияют на рынок в будущем. С правильными инструментами, которые обеспечивают персонализированный и беспрепятственный опыт покупок, предприятия розничной торговли могут оставаться впереди в постоянно меняющейся среде.

Список литературы:

1. Андрейчиков, А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях: системный анализ и принятие решений / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: Вуз. учебник: ИНФРА-М, 2021. – 394 с.
2. Бруннер, М. Принципы электронного бизнеса / Бруннер М. – М: Мир электронной коммерции, 2021. – 453 с.
3. Грехов, А.М. Электронный бизнес (Е-коммерция): учебное пособие / Грехов, А.М. – К: Кондор, 2020 – 342 с.

4. Дежкина, И.П., Паташева, Г.А. Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка. М., 2019. – 386 с.
5. Новейшие технологии в розничной торговле и проблемы их внедрения/ Козырь М.А., Бринева Д.А.// В сборнике: Будущее науки -2021. Сборник научных статей 9-й Международной молодежной научной конференции. В 6-ти томах. Отв. редактор А.А. Горохов. Курск, 2021. С. 147-151.
6. Роль визуального мерчандайзинга в современном бизнесе/ Бринева Д.А., Козырь М.А., Данилевская Е.Н.// В сборнике: «За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества». сборник научных статей 2-й Всероссийской молодежной научной конференции. Курск, 2021. С. 95-98.
7. Филобокова, Л.Ю. Инновационные подходы к управлению конкурентоспособностью малого предпринимательства / Л.Ю. Филобокова, О. В. Григорьева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 52-57.
8. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 560 с.
9. Innovative opportunities and reserves of contemporary marketing communication / K. S. Prikhodko, K. S. Savina, E. N. Danilevskaya, R. E.Shupenko// International Journal of Economics and Business Administration. –2019. – Vol. 7. – No S1. – P. 477-484.

УДК 330.341

*Данилевская Е.Н.**ст. преподаватель**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Нам Т.А.**обучающийся**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ПРИМЕНЕНИЕ БЕНЧМАРКИНГА В ТОРГОВЛЕ

THE USE OF BENCHMARKING IN TRADING

Аннотация: Процесс бенчмаркинга (сравнительного анализа) можно применить практически к чему угодно. Устоявшиеся компании могут использовать его для оптимизации своей производительности и улучшения своих маркетинговых методов. Стартапы могут разработать стратегию выхода на рынок для запуска новых продуктов. Аналитики могут использовать его для отображения бизнес-процессов и ландшафтов. Члены высшего руководства могут основывать решения на контрольных показателях, определенных с помощью этой очень ценной методологии. В зависимости от варианта использования разные типы бенчмаркинга будут работать лучше. В данной статье рассмотрим, что такое бенчмаркинг и почему он так важен в бизнесе.

Abstract: The process of benchmarking (comparative analysis) can be applied to almost anything. Established companies can use it to optimize their productivity and improve their marketing methods. Startups can develop a market entry strategy to launch new products. Analysts can use it to map business processes and landscapes. Members of senior management can base decisions on benchmarks defined using this very valuable methodology. Depending on the use case, different types of benchmarking will work better. In this article, we will look at what benchmarking is and why it is so important in business.

Ключевые слова: бенчмаркинг, сравнительный анализ, бизнес, эффективность продаж, конкуренция, результативность.

Keywords: benchmarking, comparative analysis, business, sales efficiency, competition, effectiveness.

Бенчмаркинг – это оценка одного значения путем сравнения его со стандартом или точкой отсчета. В бизнесе, и особенно в цифровом мире, сравнивается производительность, результаты и другие данные с определенными контрольными точками. Это может быть средний показатель по отрасли, лучший в своем классе или конкретный конкурент.

Бенчмаркинг является обычной практикой среди организаций и относится к практике, которая позволяет компании сравнивать свои собственные продукты, операции и процессы с другими компаниями [2]. Компания, как правило, сравнивает свои собственные результаты с успешным бизнесом в своей отрасли. Этот тип инструмента показывает организацию, в которой она может внутренне улучшиться, чтобы повысить общую производительность и доход.

Есть несколько причин, по которым бенчмаркинг в бизнесе важен:

1. Повышение эффективности и результативности

Выполнение регулярных контрольных показателей способствует общей эффективности и результативности компании, позволяя организации определить любые потенциальные области для улучшения внутри компании. Это верно как для торговых и производственных предприятий, так и для компаний, ориентированных на обслуживание. Компоненты, которые бенчмаркинг может помочь организации улучшить, включают продажи, маркетинг, поддержку и рекламу [2].

Изучая наиболее эффективные и результативные компании в отрасли или нише бизнеса, будет возможность проанализировать, насколько они более эффективны и действенны, и использовать эту информацию для поддержки улучшений собственной компании.

Вопросы, которые следует задать, чтобы убедиться, что организация успешно оценивает эффективность и результативность других компаний, включают:

- Какова эффективность в отрасли или нише?
- Что делает самые эффективные и результативные компании именно такими?
- Что можно взять из их бизнес-моделей и внедрить в свой собственный бизнес?

2. Установление четких бизнес-целей.

Выполнение регулярных тестов позволит установить более четкие бизнес-цели для собственной организации. Понимание того, почему конкуренция успешна, даст важную информацию, которая позволит создавать измеримые цели, определяя успех, разрабатывать инновационные стратегии, чтобы оказывать влияние, и эффективно

отслеживать свой прогресс в достижении каждой цели с течением времени. Отслеживая свой прогресс, необходимо вносить коррективы, когда это необходимо, чтобы приспособиться к изменениям на рынке или изменениям в организации.

3. Предоставление новых возможностей для открытий.

Еще одна причина важности бенчмаркинга в бизнесе заключается в том, что он дает возможность открыть для организации новые возможности для увеличения роста и успеха. Это особенно важно, если организация застряла и не движется вперед [4]. Выполнение эталонных тестов позволяет определить области, которые необходимо улучшить, чтобы компания соответствовала росту и успеху других организаций в отрасли или нише. Оценивая, что другие компании делают для достижения успеха, можно разработать план повышения производительности и использования новых возможностей.

4. Повышение эффективности продаж в бизнесе.

Высокие продажи значительно увеличивают общий успех компании, но отсутствие надлежащего понимания эффективности продаж может создать для нее барьер. Бенчмаркинг дает возможность оценить показатели продаж компании и сравнить их с показателями наиболее успешных организаций в нише или отрасли [1]. Например, можно изучить, сколько продает другая компания, сколько людей в их отделе продаж, сколько у них отделов продаж и где они расположены, а также работают ли конкуренты с другими крупными организациями в форме партнерства.

Есть несколько причин, по которым конкуренты могут иметь более высокие показатели продаж. Общие факторы, на которые следует обратить внимание, включают то, как они продают и рекламируют свои продукты, какие льготы они предлагают своим клиентам и где они продают свои продукты и услуги. Достояна внимания и оценка внутренней ситуации в организации, так как это поможет определить, какие изменения нужно внести внутри для повышения производительности.

5. Мотивация сотрудников.

Регулярный бенчмаркинг в бизнесе также дает прекрасную возможность омолодить сотрудников и повысить их общую мотивацию и вклад в организацию. Лучший бенчмаркинг для повышения мотивации сотрудников – это бенчмаркинговые тесты, которые оценивают отдельные отделы конкурентов. Затем компания сравнивает эти результаты с результатами отделов конкурентов и ставит цели, чтобы соответствовать требованиям конкурентов [1].

При постановке целей для сотрудников важно убедиться, что они достижимы, реалистичны и измеримы. Это гарантирует, что все понимают, чего от них ждет компания, и что каждый сотрудник знает цель или цели, над достижением которых они работают. Также должны быть внедрены программы признания или поощрения за усилия сотрудников для того, чтобы сохранить их мотивацию.

6. Понимание конкуренции.

Очевидная причина важности бенчмаркинга в бизнесе заключается в том, что он позволяет лучше понять конкурентов в целом. Понимание методов работы конкурентов и того, что способствует их общему успеху, позволит расширить текущие операции и повысить общую производительность и производительность.

7. Улучшение качества продукции.

Организация также может использовать бенчмаркинг, чтобы оценить текущее качество продукта и улучшить его [4]. Например, можно приобрести продукт другой, более успешной компании, проанализировать, чем он лучше, и найти способы превзойти этот продукт.

Также при проведении бенчмаркинга в бизнесе нужно учитывать следующее:

– ориентация на конкретные области для улучшения часто более эффективна, чем просто попытки повысить производительность везде и всюду в компании. Необходимо сосредоточиться на областях, в которых компания работает не так, как нужно, и использовать эти знания для оценки соответствующих отделов и факторов, которые делают конкуренцию компании более успешной.

– важно найти самые успешные компании в отрасли или нише для сравнения. Также можно посмотреть на успешные организации за пределами отрасли, которые сталкиваются со схожими проблемами, и оценить, как они успешно справляются с этими ситуациями.

– после изучения конкурентов и получения хорошего представления об их процессах, следует приступить к созданию плана повышения эффективности, а затем внедрить его в компании. Это гарантирует, что организация ощутит преимущества бенчмаркинга и повысит общий успех.

Существует несколько типов бенчмаркинга, которые реализуются в зависимости от цели организации. Каждый из них будет служить определенной цели и сравнивать различные наборы данных [6].

Эффективный бенчмаркинг позволяет определить области роста и поддерживает постоянное совершенствование. Это важная часть стратегического планирования, поскольку она помогает организации понять свою позицию на конкретном рынке и сравнить себя с прямыми конкурентами. Сравнительный анализ может улучшить внутренние процессы, цифровое присутствие и предоставить информацию, которая поможет высшему руководству принимать более обоснованные решения.

Типы бенчмаркинга:

1. Конкурентный бенчмаркинг.

Оценка того, насколько организация конкурентоспособна, является наиболее важной формой сравнительного анализа для бизнеса.

Сравнительный анализ конкурентов – единственный способ определить, чего на самом деле стоит успех. Этот тип функционального бенчмаркинга быстро даст понять, куда движутся другие компании в отрасли, и сможет определить новые тенденции.

Конкурентный бенчмаркинг требует систематического подхода, начиная с постановки четких целей и параметров для анализа. Удивительно, но многие компании не в полной мере используют цифровые инструменты для получения ценных и действенных результатов.

Основные контрольные показатели включают общие показатели, такие как доход, рост и отраслевые индексы. Сравнение этих цифр позволяет оценить долю организации на рынке, но этого недостаточно для подробного анализа и практических выводов.

Подробное представление данных о конкурентах может предоставить четкую карту отрасли, включая конкурентные преимущества организации. В результате сравнения определенных точек данных можно принимать более эффективные решения.

2. Стратегический бенчмаркинг.

Благодаря стратегическому бенчмаркингу организация ориентируется на лучших в своем классе. Основная цель – учиться на чужом успехе. С помощью стратегического бенчмаркинга приходит понимание того, как крупные победители достигли того, чего они достигли, и как успешные компании развивались с течением времени.

Этот тип сравнительного анализа включает в себя изучение бизнес-моделей высокоэффективных компаний, чтобы понять, чем они отличаются, и чтобы определить элементы, которые можно внедрить в свою структуру. Идея состоит в оптимизации бизнес-стратегии или, в меньшем масштабе, маркетинговой стратегии [6]. Стратегический

бенчмаркинг также позволяет определить области, в которых компании конкурируют, чтобы организация могла обнаружить пробелы, которые необходимо устранить.

Например, несколько лет назад Walmart и другие ритейлеры были исключительно обычными магазинами. Несмотря на растущую тенденцию электронной коммерции, они сохранили свою бизнес-структуру, в основном оффлайн. А потом пришел COVID-19. Walmart быстро удалось построить прибыльную онлайн-стратегию, внедрив то, чему они научились у успешных конкурентов.

3. Сравнительный анализ производительности.

Так или иначе, измерение производительности является частью любого бенчмаркинга.

Сравнительный анализ производительности предназначен для сравнения прибыльности, чтобы определить лучшие цели для бизнеса. Речь будет идти о форме сравнения количественных данных для постановки амбициозных, но достижимых целей. Обычно основное внимание уделяется таким показателям производительности, как цена, качество, скорость и надежность, и начинается с определения репрезентативных ключевых показателей эффективности (KPI).

Сравнительный анализ производительности помогает постоянно улучшать результаты, регулярно повышая планку. Организация работает над достижением определенного уровня, и как только она его достигаете, этот уровень становится новой нормой, от которой организация начнет ставить свои цели еще выше.

4. Цифровой бенчмаркинг.

Каждой компании с цифровым присутствием необходимо оценивать веб-активность, функции и производительность. Цифровой бенчмаркинг охватывает все, от ключевых слов до конверсии и рентабельности инвестиций, и может применяться к любой точке данных. Общая цель состоит в том, чтобы оценить влияние цифровой деятельности организации на общую эффективность бизнеса и ее соответствие прямым конкурентам.

Также можно использовать цифровой бенчмаркинг, чтобы отточить конкретные аспекты деловой активности. Сосредоточение внимания на цифровых данных позволяет оценить долю трафика и охват аудитории. Он позволяет сравнивать и анализировать типы кампаний и маркетинговых каналов, чтобы определить, на чем сосредоточить усилия. Следует также посмотреть, что является стандартом на рынке и выявить слабые стороны и возможности с большей легкостью.

Этот тип сравнительного анализа является краеугольным камнем для построения цифровой стратегии организаций [5]. В онлайн-мире все поддается измерению, поэтому все организации могут удобно устанавливать достижимые ключевые показатели эффективности и соответствующие контрольные показатели на каждом этапе пути к цифровому успеху.

5. Практика и процесс бенчмаркинга.

Практический бенчмаркинг использует более качественный подход. Он направлен на оценку того, как обстоят дела в компании, и определение областей для оптимизации. Первый шаг – отображение внутренних процессов. Организации могут сравнить различные рабочие процессы внутри бизнеса, чтобы увидеть, какие из них дают лучшие результаты и установить стандарты для команд и сотрудников.

Сравнительный анализ процессов не ограничивается собственной кампанией. Сравнение, как правило, проводится с общедоступной статистикой или данными, полученными из внешних источников. Процессы отслеживаются с течением времени, особенно после внесения изменений, чтобы повысить мотивацию и эффективность.

Вот пример: встречи высоко ценятся в корпоративной культуре любой компании. Именно там принимаются решения. В последнее время уровень производительности некоторых активных сотрудников снизился. Руководство подозревает, что они могут просто проводить слишком много времени в Zoom.

Итак, следует сравнить сколько времени люди проводят на собраниях и сколько времени они работают самостоятельно, установить контрольный показатель для еженедельного Zoom-времени и проанализировать уровень производительности членов команды, которые выше и ниже. Таким образом, проведя анализ пробелов в производительности, можно внедрить лучшие практики.

6. Внутренний бенчмаркинг.

Для повышения эффективности и расширения возможностей бизнеса, полезно использовать внутренний бенчмаркинг.

Этот тип сравнительного анализа включает внутренний мониторинг рабочей нагрузки, выполнения задач, времени, затраченного на задачи, затрат, полученного дохода и так далее [5]. Это помогает установить ожидания для команды и позволяет определять и оптимизировать рабочие процессы. Внутренний бенчмаркинг актуален в основном для крупных организаций с конкурирующими отделами или отделами, которые сильно зависят друг от друга.

Хороший пример – отделы продаж. В крупных компаниях отделы продаж включают в себя множество торговых представителей. Их эффективность измеряется количеством квалифицированных потенциальных клиентов (SQL), которые им удается превратить в клиентов. Компании часто вознаграждают своих представителей премией, если они превышают установленное число. Сравнительный анализ стоимости заказа по закрытым лидам – еще один способ установить стандарт или цель.

7. Внешний бенчмаркинг.

При внешнем бенчмаркинге точка отсчета устанавливается за пределами бизнеса. Другими словами, компания сравнивает свои собственные данные с конкурентами, отраслевыми стандартами или лучшими в своем классе. Конкурентный, стратегический и цифровой бенчмаркинг обычно представляют собой формы внешнего бенчмаркинга, хотя в некоторых случаях их можно применять и внутри компании.

Сложность этого типа бенчмаркинга заключается в том, что компании не делают свои внутренние данные легкодоступными. Для сравнения внутренних процессов или показателей эффективности они часто полагаются на сотрудничество с другими компаниями. Для других типов данных, которые не отображаются в официальной статистике или опубликованных отчетах, компания может использовать мощный инструмент бизнес-аналитики.

Каждый из этих различных способов сравнительного анализа преследует одну ключевую цель: выявить пробелы в производительности и выявить возможности для улучшения, будь то повышение эффективности процессов, снижение затрат, увеличение прибыли, повышение удовлетворенности клиентов или что-то еще. В конечном счете, что побуждает компании к эталонному тестированию, так это потребность (или желание) в улучшении.

Итак, если нужно просто сравнить свои внутренние показатели, догнать конкурентов, лучше понять и отслеживать своих коллег или стать лидером рынка в своей отрасли, бенчмаркинг может быть невероятно полезным инструментом.

Список литературы:

1. Данилов, И.П. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия / И.П. Данилов, Т.В. Данилова. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2019. – 72 с.

2. Донцова, Л.В. Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля. Монография / Л.В. Донцова. – М.: Проспект, 2020. – 130 с.

3. К вопросу определения системы стратегического управления предприятия/ Семидоцкий В.А., Данилевская Е.Н., Гарьковенко В.Э.// Сфера услуг: инновации и качество. 2013. № 13. С. 7.

4. Никитина Л.П., Баженов Ю.К. Управление розничной торговой организацией: Учебное пособие. – М.: Издательство РГТЭУ, 2020. – 234 с.

5. Соловьева, Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю.Н. Соловьева. – М.: Юрайт, 2021. – 297 с.

6. Хайниш, С.В. Бенчмаркинг на предприятии как инструмент управления изменениями / С.В. Хайниш, Э.Т. Климова. – М.: Едиториал УРСС, 2020. – 144 с.

7. Управление рисками предприятия/ Данилевская Е.Н., Нам Т.А.// В сборнике: Инновационное развитие российской науки. Сборник научных трудов III Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. 2021. С. 196-205.

УДК 339.371

*Данилевская Е.Н.**ст. преподаватель**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Нам Т.А.**обучающийся**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ЦИФРОВОЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ

DIGITAL MERCHANDISING

Аннотация: Популярность онлайн-покупок проста, ведь идея о том, что можно заказать товар с доставкой на следующий день, не вставая с дивана, привлекает многих. Особенно, если нет доступа к магазину или товара не было в наличии. В данной статье рассматривается цифровой мерчандайзинг, почему он так важен и как его можно улучшить.

Abstract: The popularity of online shopping is simple, because the idea that you can order goods with delivery the next day without getting up from the couch attracts many. Especially if there is no access to the store or the product was not in stock. This article discusses digital merchandising, why it is so important and how it can be improved.

Ключевые слова: цифровой мерчандайзинг, веб-сайт, визуальный эффект, эффективность продаж, конкуренция, результативность.

Keywords: digital merchandising, website, visual effect, sales efficiency, competition, effectiveness.

Цифровой мерчандайзинг или электронную коммерцию можно охарактеризовать как «выбор и представление продуктов и контента для наилучшего использования экранной площади» [2].

Несмотря на то, что интернет-магазины работают уже некоторое время, покупки в магазине на данный момент по-прежнему являются предпочтительным вариантом, поскольку потребителям необходимо ознакомиться с товаром, прежде чем совершить покупку. Также, это может быть связано с тем, что при заказе с другой части мира отталкивает высокая стоимость доставки. Фактически, большая часть людей может

отказаться от «корзины», при дорогой доставке. Компании для борьбы с этими препятствиями начали предлагать бесплатную доставку и возврат товара, и услугу бизнес-системы VoIP (Voice over Internet Protocol), набирающую в настоящее время хороший ход. В данной ситуации клиентам будет доступна демонстрация товара перед покупкой.

Тем самым, большинство веб-сайтов для привлечения клиентов начали экспериментировать с мерчандайзингом, а отображение продуктов стало настоящим искусством, так как это нужно сделать простым и эстетичным способом [6].

Такой способ демонстрации продуктов нужен не только для того, чтобы сайт выглядел аккуратно и доступно, но и для превращения посетителей сайта в клиентов. Благодаря стратегически размещенному СТА («Call To Action»), напоминаниям о брошенных «тележках» и кнопкам «заказать снова» цифровой мерчандайзинг может влиять на покупательские привычки потребителей [1].

Итак, цифровой мерчандайзинг может:

- привлечь клиентов;
- помочь организации в демонстрации разных продуктов;
- увеличить посещаемость веб-сайта с помощью списков, ориентированных на SEO (поисковая оптимизация);
- продвигать конкретные товары;

Есть также три ключевых элемента цифрового мерчандайзинга, призванные для привлечения и удержания покупателя:

1. Мерчандайзинг на главной странице.

Пользователь, посещая сайт впервые, практически всегда переходит на главную домашнюю страницу. Страницу обычно персонализируют в зависимости от страны пользователя, что очень полезно. Домашняя страница веб-сайта должна включать:

- информацию о цели компании;
- изображения популярных товаров или услуг;
- ссылку на раздел «О нас»;
- возможность для пользователей зарегистрироваться и узнать больше о компании;
- подробную информацию о любых рекламных предложениях;
- множество призывов к действию, побуждающих клиентов совершить покупку.

2. Страницы товаров.

Страницы товаров в основном создаются специально для каждого товара. Их можно сгруппировать на странице категорий, чтобы облегчить поиск покупателю. Страницы товаров также могут быть целевыми [4].

Когда клиент ищет определенный товар в Google, если страница оптимизирована для SEO, он должен появиться в результатах поиска. Страницы продуктов должны включать: характеристики, изображения, описание, варианты расцветки, видео и демонстрацию товаров, а также СТА, например «добавить в корзину».

3. Мерчандайзинг по категориям.

Данный элемент, как правило, используется для ранжирования товаров в их категории. Если компания продает товары только нескольких ключевых категорий по таким фильтрам, как размер, цена, вес и последние поступления то это будет весьма выгодно. Категориальный мерчандайзинг должен включать: изображения товаров, «указатель» самого продаваемого товара из категории, звездные рейтинги и, конечно же, сравнение товаров по доступным опциям [5].

Абсолютно все интернет-магазины хотят извлечь выгоду из роста количества покупок в Интернете. А для этого необходимо выделяться из толпы, поэтому важно, чтобы компании постоянно улучшали свой цифровой мерчандайзинг. Рассмотрим стратегии улучшения, которые могут использовать мерчандайзеры:

1. Создание домашней страницы.

Как обсуждалось ранее, домашняя страница обычно первое, что видят клиенты, когда ищут то, что им нужно. И первое впечатление имеет огромное значение.

Чтобы домашняя страница выглядела привлекательной, компании должны включать в нее большие изображения, графику, видео и, по сути, любые средства массовой информации, привлекающие внимание клиентов. Также страница не должна быть сложной. Компании необходимо обдумать макет и поработать с веб-дизайнерами, которые могут сделать яркую, привлекательную и простую домашнюю страницу, при этом, не забывая, что она должна быть доступна и хорошо работать на любом устройстве [6].

Поэтому предприятиям следует:

- продвигать свои товары с наибольшей конверсией;
- продвигать популярные в настоящее время товары;
- включить легкодоступные раскрывающиеся меню с категориями;

- продвигать товары с наивысшим рейтингом;
- расширить возможности панели поиска на своем сайте с помощью интеллектуального поиска.

Например, компания по уходу за кожей лица и тела «Bliss», предлагающая широкий спектр различных товаров. Их веб-сайт создан для демонстрации товаров, включая самые продаваемые и новые товары. Эта карусель товаров, одновременно представляющая четыре продукта, с возможностью щелчка правой или левой кнопкой мыши, чтобы увидеть больше, легко просматривается на любых устройствах.

2. Группировка сопутствующих товаров.

Поиск определенного продукта может быть немного похож на поиск иголки в стоге сена, если он не разделен на категории. Такое разделение является обычной практикой для многих розничных торговцев, и подобные стратегии мерчандайзинга использовались и в магазинах [3].

Компании могут создавать целевые рекламные акции по определенным категориям и предлагать покупателям дополнительные продажи на страницах продуктов и при оформлении заказа. Это упрощает пользователям навигацию по сайту, как и в обычном магазине, направляясь к проходу, в котором, по их мнению, будет продаваться товар.

Для улучшения цифрового мерчандайзинга рекомендуется сгруппировать связанные продукты. Это можно сделать следующими способами:

- бренд;
- тип продукта;
- цвет;
- размер;
- стиль;
- функции;
- использование продукта.

3. Удовлетворение своего бренда визуальными эффектами.

Идентичность бренда зависит от того, как компании представляют себя визуально. Цифровой мерчандайзинг очень ориентирован на то, чтобы как можно быстрее привлечь внимание клиентов и побудить их узнать больше, и оставаться на сайте дольше.

Поэтому жизненно важно, чтобы компании улучшили визуализацию своих домашних страниц. И визуальный мерчандайзинг необходим на всех страницах, если на то пошло – от домашней страницы до страниц отдельных продуктов. Некоторые бренды экспериментировали с 360-градусной визуализацией и демонстрационными видеороликами для демонстрации продукта [2].

Другие компании стремятся связать свой веб-сайт со своими аккаунтами в социальных сетях. Это не только улучшает SEO (поисковую оптимизацию) и рейтинг, но также может дать клиентам еще более глубокий взгляд на идентичность бренда.

Это позволяет им видеть, что другие покупатели думают о ваших продуктах. Если реакция и обратная связь хорошие, психология социального доказательства предполагает, что они также могут быть склонны совершить покупку.

Для этого следует использовать минимум текста и максимум изображений на главной странице, включить демонстрационные видео, связать свой канал в социальных сетях на главной странице и делать качественные фотографии товаров.

4. Использование данных, чтобы адаптироваться к клиентам.

Сбор данных – один из лучших способов узнать, кто на самом деле клиенты компании. Существует множество способов сбора ценных данных о клиентах.

Один из них – отслеживать посещаемость веб-сайта с помощью такой платформы, как Google Analytics. При этом будет разбита такая информация, как местонахождение клиентов, сколько времени они обычно проводят на сайте, средняя стоимость заказа и другие различные показатели. Хотя эта информация может быть недоступна для каждого клиента, региональные данные все же могут быть очень полезными.

Это позволяет предприятиям удовлетворять потребности клиентов. Например, продвижение специальных предложений в определенные страны или создание рекламы для перенаправления пользователей, если они покидают сайт, не купив содержимое своей корзины. Также предприятия могут собирать данные о клиентах через веб-сайт, побуждая клиентов создать учетную запись или подписаться на рассылку.

Еще один способ просмотра данных – вести журнал вызовов клиентов, которые обращаются в службу поддержки. Более того, данные по отрасли в целом могут помочь сузить круг интересов целевой аудитории. Это поможет расширить сеть при создании рекламы для привлечения новых клиентов [2].

Например, в последние годы стали популярны электро-самокаты, потому что они не вредны для окружающей среды и просты в использовании. Спортивным розничным магазинам необходимо быть в курсе подобных тенденций, чтобы участвовать и предлагать покупателям скидки и рекламные акции и, конечно же, оставаться конкурентоспособными.

Некоторые компании предпочитают работать в частном облаке, что означает, что конфиденциальные данные не должны передаваться стороннему провайдеру. Согласно определению частного облака, оно доступно только избранным пользователям. В этом случае доступ к данным может быть затруднен. По возможности лучше искать бесплатные открытые источники данных или варианты многопользовательского облака [7].

5. Предложение индивидуальных рекомендаций по продукту.

Допустим, потенциальный клиент просматривает сайт в поисках шляпы. Он находит понравившуюся шляпу и нажимает на страницу продукта, на которой есть изображения и описание. Под ним находится слайдер с изображением похожих продуктов или других дополнительных продуктов, которые хорошо сочетаются со шляпой: например, подходящие перчатки. Он также может добавить их в свою корзину и следовательно, купить шляпу и перчатки исключительно на основе этой рекомендации по продукту.

Ремаркетинг по электронной почте и SMS также могут помочь в этом, поскольку у компании уже есть данные о том, что их клиенты, скорее всего, купят. Затем следует отправить электронные письма и тексты с последними предложениями или новинками, чтобы снова привлечь их на веб-сайт [7].

6. Обеспечение плавной навигации по сайту.

Если покупатель разочаровывается в том, как оформлен веб-сайт, скорее всего, он уйдет в течение первых десяти секунд. Тем самым, компания потеряет клиента. Итак, нужно подумать о способах улучшения навигации сайта, чтобы она была как можно более плавной.

Таким образом, цифровой мерчандайзинг развивается с каждым годом. Появляются новые методы и стратегии мерчандайзинга, чтобы привлечь клиентов и побудить их к покупкам. Одна из самых ценных вещей, которые следует учесть в отношении цифрового мерчандайзинга – это то, что он невероятно нагляден и должен выглядеть одинаково на любом устройстве. Каждый раз, когда создается новый веб-

сайт или приложение, изображения на всех устройствах должны быть более идентичными, так как клиенты любят последовательность.

Итак, цифровой мерчандайзинг важен для любой компании. И для того, чтобы выделить свою компанию среди остальных нужно идти вперед и внедрять новые функции для улучшения бизнес-процессов.

Список литературы:

1. Веллхофф Алан. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2019. – 288 с.
2. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л.П. Гаврилов. – М.: Солон-Пресс, 2020. – 592 с.
3. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчандайзинг: Учебное пособие. – М.: Кнорус, 2019. – 235 с.
4. Салбер А. Перспективы развития рынка электронной коммерции / Курьер печати, 2018. – 249 с.
5. Эстерлинг С., Флоттман Э., Джернинган М., Марал С. Мерчандайзинг в розничной торговле. – СПб.: Питер, 2018. – 306 с.
6. Юрасов, А.В. Основы электронной коммерции. – М.: Горячая линия – Телеком, 2019. – 480 с.
7. Роль визуального мерчандайзинга в современном бизнесе/ Бринева Д.А., Козырь М.А., Данилевская Е.Н.// В сборнике: «За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества». сборник научных статей 2-й Всероссийской молодежной научной конференции. Курск, 2021. С. 95-98.
8. Innovative opportunities and reserves of contemporary marketing communication / K. S. Prikhodko, K. S. Savina, E. N. Danilevskaya, R. E. Shupenko// International Journal of Economics and Business Administration. –2019. – Vol. 7. – No S1. – P. 477-484.

УДК 338.48

Савельева О. В.*к.э.н., доцент кафедры сервиса и туризма
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»***ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ****DIGITALIZATION IN THE FIELD OF TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Аннотация. Статья посвящена исследованию значимости применения цифровых технологий в сфере туризма. Изучены направления развития цифровизации в туризме, применяемые как на уровне Правительства Российской Федерации, так и на уровне российских туркомпаний. В статье приведен анализ уровня цифровизации в российских туркомпаниях в допандемийный период и период пандемии коронавируса. Рекомендовано применение маркетплейсов как наиболее безопасного средства продажи туров онлайн и разработка в Российской Федерации закона, регламентирующего деятельность туристского маркетплейса.

Abstract. The article is devoted to the study of the importance of the use of digital technologies in the field of tourism. The directions of digitalization development in tourism, applied both at the level of the Government of the Russian Federation and at the level of Russian travel companies, are studied. The article provides an analysis of the level of digitalization in Russian travel companies in the pre-pandemic period and the period of the coronavirus pandemic. The use of marketplaces as the safest means of selling tours online and the development of a law in the Russian Federation regulating the activities of the tourist marketplace are recommended.

Ключевые слова. Цифровизация, сфера туризма; онлайн продажи; офлайн продажи; туристский маркетплейс.

Key words. Digitalization; tourism; online sales; offline sales; tourist marketplace.

Современный мир невозможно представить без применения цифровизации. Исключением не является сфера туризма и гостеприимства как во сем мире, так и в России.

Цифровизация в отрасли может быть реализована за счет применения различных цифровых сервисов и платформ.

Основными задачами исследования явились:

- провести исследование уровня внедрения цифровых технологий в сфере туризма до начала пандемии коронавируса и в период пандемии;
- оценить возможности активного применения цифровых технологий в России в сфере туризма в настоящее время;
- предложить решение выявленных проблем, связанных с активным применением цифровых технологий в туризме в России.

Цель проведения исследования состоит в изучении возможностей активного внедрения цифровых технологий в сфере туризма при реализации туристических услуг в России.

Важность активного применения цифровых технологий в туризме связана с тем, что они позволяют оптимизировать затраты и, соответственно, увеличить прибыль субъектов отрасли, а также цифровизация – это основная тенденция последнего десятилетия.

Наглядно на рис. 1 отражены технологии в области цифровизации, которые были внедрены или планировалось внедрять в туристических компаниях России в начале 2020 года.

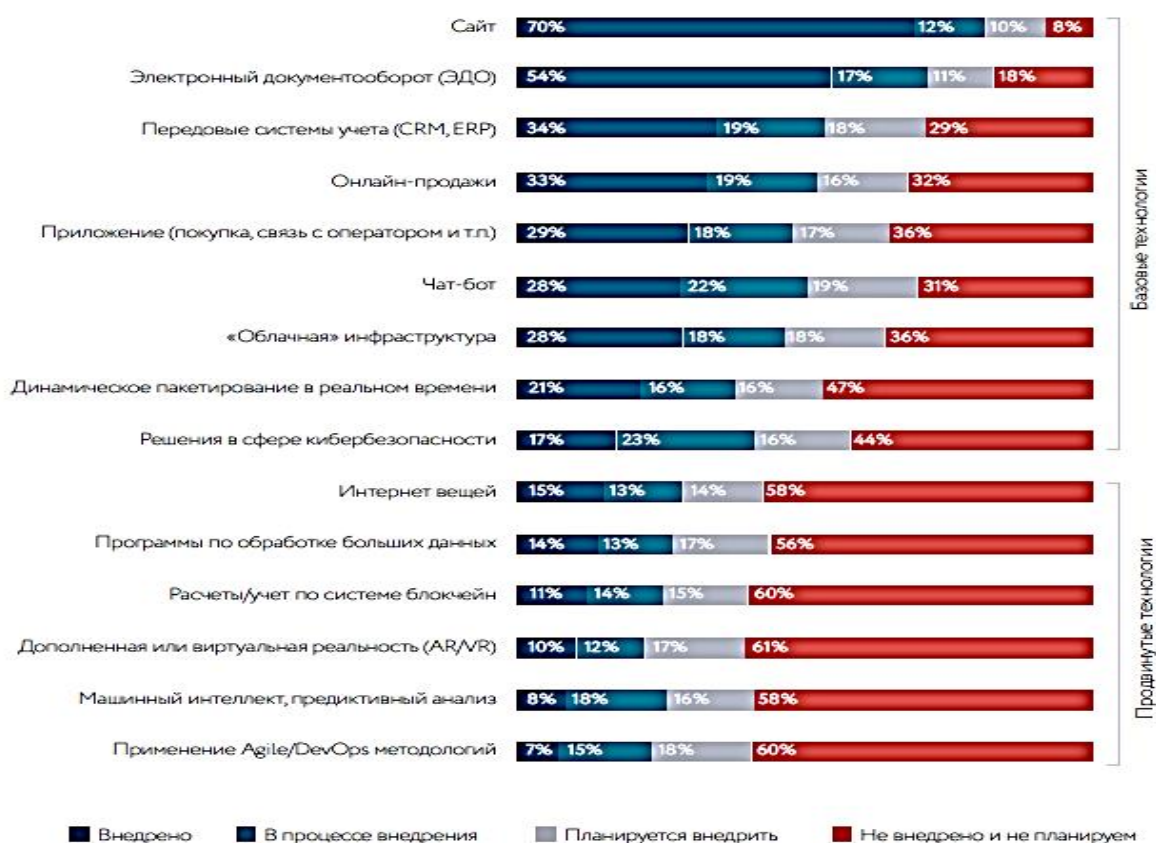


Рис. 1. Цифровые технологии в туризме, которые были внедрены или планировалось внедрять в туристических компаниях России в начале 2020 года [11, с. 67]

До начала пандемии коронавируса (2019 год) исследования показывали, что происходил рост онлайн продаж туруслуг (рис. 2) [7].

	Пакетные туры	Авиабилеты	Прокат авто	Отели
eCPC	\$0.05	\$0.12	\$0.28	\$0.02
Ср. чек	\$970	\$117	\$221	\$400
Cookies	180 дней	30 дней	30 дней	30 дней
Вознаграждение	2-3,8 %	1-3 %	4-10 %	4-5 %
Рост	32%	26%	25%	9%

Рис. 2. Онлайн рынок туруслуг в России в 2019 году

Кроме увеличения онлайн покупок на рынке туруслуг в России в 2019 году, происходило увеличение запросов, направленных на приобретение туров или авиабилетов, т. е. происходит рост не только онлайн рынка, но и число запросов (рис. 3) [7].

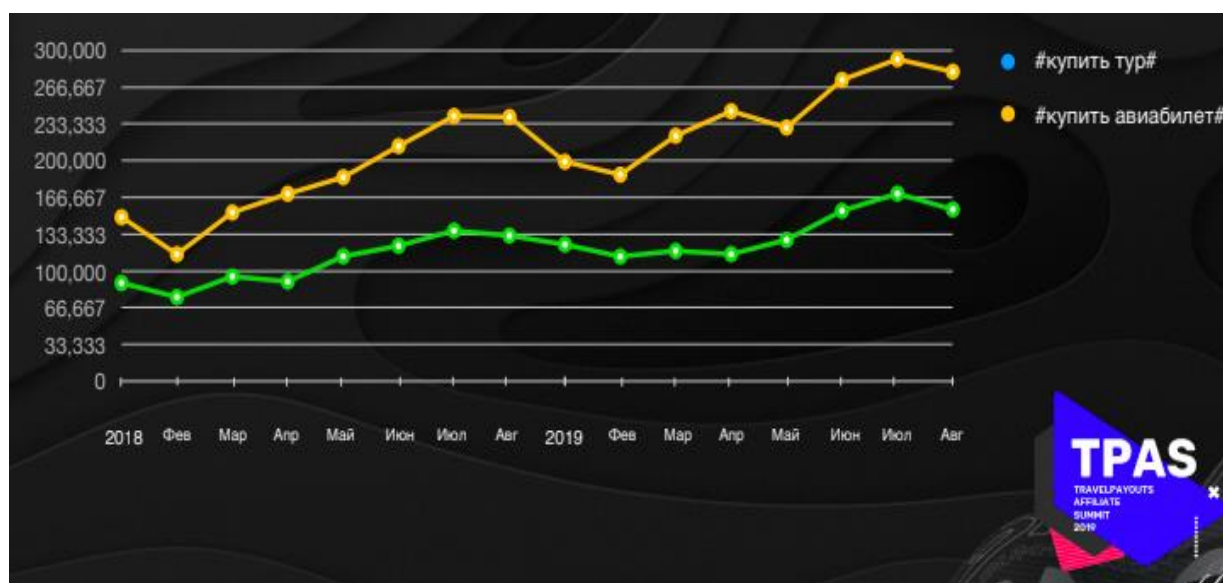


Рис. 3. Статистика запросов по ключевым фразам «купить тур» или «купить авиабилеты» в России в 2018-2019 гг.

В конце 2019 года в Российской Федерации была принята постановлением правительства Российской Федерации Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, основными целями которой является развитие внутреннего и въездного туризма на территории страны и усиление его значимости и социальной роли для жителей страны.

Одним из существенных инструментов, направленных на развитие туризма в России, согласно вышеуказанной стратегии, является внедрение цифровых технологий в данной сфере посредством создания туристской экосистемы.

В соответствии с данной стратегией были приняты соответствующие нормативные акты Ростуризмом, Правительством Российской Федерации и другими органами исполнительной и законодательной власти, начиная с 2020 года.

Особое влияние на внедрение цифровых технологий в туризме оказала пандемия коронавируса, затронувшая все отрасли экономики не только в России, но и во всем мире, начавшаяся в первом квартале 2020 года.

Данное положение наглядно демонстрирует тот аспект, что сфера туризма является наиболее пострадавшей, поскольку согласно информации, предоставленной Центральным банком Российской Федерации, объем финансовых потоков в данной отрасли снизился более чем на 30% от допандемийного состояния.

В допандемийный период (т. е. в самом начале применения Стратегии развития туризма в Российской Федерации) более 50% туристических компаний России применяли, преимущественно, сайт и электронный документооборот, и только около 30% таких компаний применяли в своей деятельности цифровые технологии, например, такие как онлайн-продажи, мобильные приложения, чат-боты и т. д.

Согласно информации, представленной на рисунке, уровень цифровизации услуг был ниже среднего, что оказало, в свою очередь, на состояние продаж туристских продуктов в России.

Пандемия коронавируса оказала существенное влияние на принятие решения клиентами российских туркомпаний применять онлайн покупку и бронирование туров или иных туруслуг. Однако, резкого перехода преимущественно на онлайн продажи в туристической индустрии по следующим причинам:

- не все представители поколения миллениалов и зумеров предпочитают приобретение тура или иной туруслуги онлайн из-за необходимости уточнения необходимой информации у туроператора или иных продавцов услуг;

- не все турпродукты возможно приобрести онлайн;
- при приобретении офлайн проще оформить возврат денежных средств;

Подтверждением данного положения является то, что в допандемийный период (2019 год) доля онлайн продаж в туризме составляла 9%, а в уже в разгар пандемии (2021 год) она увеличилась на 33,33% и составила 12%. С одной стороны, темп роста в 2021 году по сравнению с 2019 годом высокий, а с другой стороны – доля онлайн продаж незначительна.

Согласно данным «Яндекс. Путешествия» доля онлайн бронирования в России составляет 35%, тогда как через 10 лет, в соответствии с прогнозами, она составит только 50% [12].

Согласно исследованиям, проведенным Onlinetours в 2019 году, т. е. до пандемии, приобретение туров онлайн совершают женщины в возрасте 24-35 лет, при этом бронирование и приобретение онлайн направлено на семейный отдых.

Если у компании имеется мобильная версия сайта, то онлайн продажи туров будут преобладать над десктопной [7] (рис. 4).

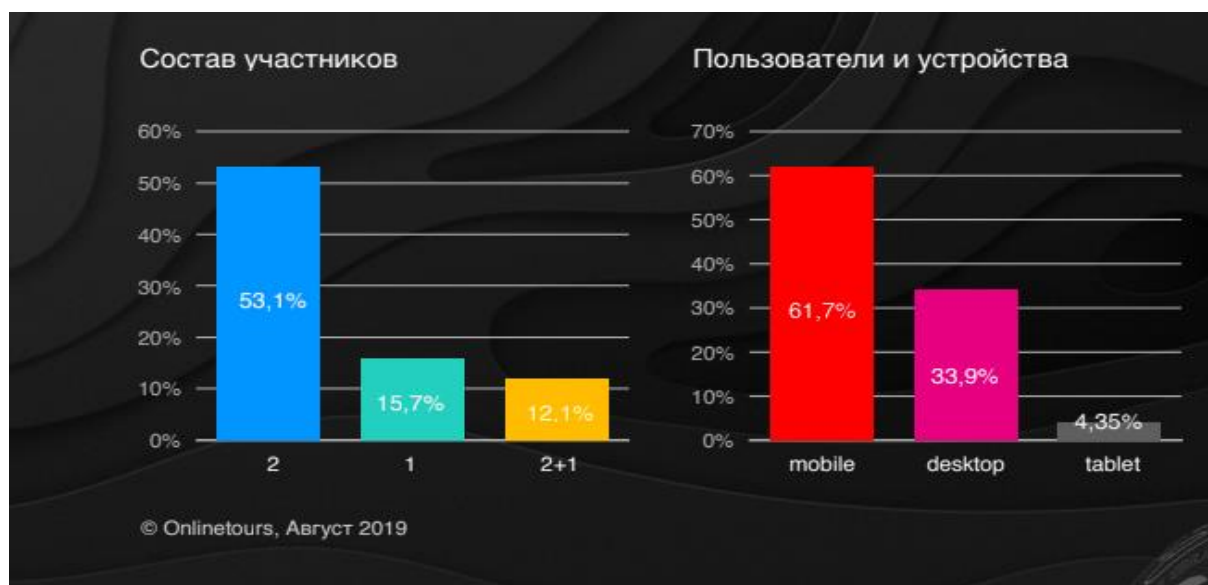


Рис. 4. Сегментация клиентов, приобретающих туры онлайн

Пандемия коронавируса показала, что большое количество клиентов туристических компаний стремятся осуществлять бронирование туров, а также приобретать услуги онлайн. Особенностью отраслью туризма является то, что туристические услуги нельзя полностью перевести в цифровое пространство. В связи с этим возникла необходимость внесения изменений в деятельность данных компаний

через внедрение онлайн продаж через сайт или специальное мобильное приложения т.д.

Применение цифровых технологий позволяет решить многие проблемы, например, такие как доступность услуги и, как следствие, увеличение выручки туристических компаний, а также упрощение процесса приобретения услуги. Данные аспекты наиболее важны для людей в возрасте 20-45 лет, проживающих как в Российской Федерации, так и за рубежом.

Кроме этого, онлайн продажи туристических услуг ежегодно увеличивается, в среднем ежегодный темп его роста составляет 10%, а в период пандемии он увеличился из-за запретов, введенных в отношении офлайн продаж.

Пандемия коронавируса оказала влияние на применение интернет-продаж в сфере туризма. Только на начало 2021 года интернет-продажи в сфере путешествий выросли на 42% [10]

Получается, что предложенные в Стратегии цифровые решения являются своевременными, однако требуют значительных финансовых вложений со стороны государства и туристических предприятий. В тоже время, у потребителей в отношении таких продаж существует определенный скептицизм из-за обеспечения безопасности сделки.

Одним из факторов, влиявших ранее на эффективность внедрения онлайн продаж турпродуктов, являлась безопасность и надежность сделки по купле-продаже. Однако, с 01.02.2022 с целью решения возникшей проблемы стало внедрение в Российской Федерации приложения «Госключ», позволяющего заключать договоры купли-продажи товаров и услуг на маркетплейсах, включая туристические.

Наиболее оптимальным вариантом решения сложившейся ситуации в Российской Федерации в области повышения продаж турпродуктов является применение маркетплейса (одно из решений, рассматриваемых в Стратегии).

Главным преимуществом развития применения маркетплейсов в туристической индустрии является то, что в процессе поиска туров данные цифровые платформы находятся в первой десятке результатов поиска в отличие от обычных сайтов туроператоров и турагентов.

Следует отметить, что в действующем законодательстве, связанном с работой маркетплейсов, применяемом в Российской Федерации, является отсутствие самого термина «маркетплейс». Единственный документ, регламентирующий данное понятие,

- Стратегия развития туризма в российской Федерации до 2035 года. В данном нормативном акте предусматривается термин «туристский маркетплейс», т. е. информационная система на базе цифровой платформы по предоставлению информации, бронированию и приобретению туристских продуктов на территории Российской Федерации, объединяющая значительное число участников рынка туристских услуг на территории Российской Федерации [2, раздел I]. Иные нормативно-правовые акты отсутствуют.

В то же время, в соответствии с Федеральным законом 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» предусмотрен термин «владелец агрегатора», под которым подразумевается организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов [1].

Рассматриваемые термины в отношении сущности маркетплейса не являются синонимичными, т. к. в первом случае подразумевается информационная система, а во втором – программа для ЭВМ и (или) сайт или страница сайта, размещенная в сети Интернет в отношении.

Соответственно, для маркетплейса в сфере туризма не подходит термин «агрегатор», т. к. получается что агрегатор не предоставляет возможность покупки-продажи товаров (работ, услуг), а происходит только аккумулирование информации по соответствующему запросу.

Одновременно маркетплейс, по своему содержанию, не является онлайн-магазином, а представляет собой площадку, где представлена информация о покупке-продаже товаров через Интернет.

Соответственно, в Российской Федерации отсутствует нормативное регулирование деятельности как маркетплейсов, так и туристских маркетплейсов, поскольку

В 2020 году в Государственную Думу Российской Федерации был направлен законопроект федерального закона «О маркетплейсе» с основной отраслью применения 120.030.000 «Информационные ресурсы. Пользование информационными ресурсами». Проект закона предусматривал регулирование операций, связанных с использованием программного обеспечения, т. к. в соответствии с данным законопроектом под маркетплейсом подразумевалось программное обеспечение, которое позволяет реализовывать другое программное обеспечение [3]. Данный законопроект был отклонен в ноябре 2021 года.

Отсутствие нормативно-правового регулирования в отношении рассматриваемого вопроса, влечет за собой ряд проблем:

- отсутствует адаптация антимонопольного законодательства;
- сложности в определении границ рынка при оказании услуг;
- отсутствие регулирования работы маркетплейсов, что зачастую влечет за собой хаотичность установления правил работы различных площадок;
- отсутствует регулирование проблем, связанных с техническими сбоями в работе площадок;
- отсутствуют требования к оформлению отношений маркетплейса с туроператорами и турагентами;
- сложности в работе с рекламациями и претензиями покупателей туров и иных услуг, оказываемых в туристической индустрии;
- утечка сведений о покупателях услуг на соответствующем маркетплейсе;
- возврат тура или иной услуги до момента ее оказания;
- возмещение убытков покупателя;
- размещение недостоверных сведений по вине продавца, а не маркетплейса;
- выбор ответчика в суде из-за ненадлежащего качества оказания услуги;
- возмещение убытков из-за недобросовестности покупателя;
- иные.

Поскольку приобретение туруслуг сопряжено с предоставлением персональных данных, то данный вопрос необходимо детально проработать со стороны законодателей, т. к. вопрос утечки информации в настоящее время стоит очень остро. Например, в начале марта 2022 года произошла утечка данных клиентов (телефоны и сведения о заказах) сервиса доставки «Яндекс.Еда» в интернет [4].

Таким образом получается, что необходимо разработать федеральный закон, регулирующий деятельность туристского маркетплейса. В данном законе необходимо отразить вопросы, связанные именно с туриндустрией, а также принимать во внимание тот аспект, что при оформлении купли-продажи тура или иной туристской услуги необходимо раскрывать персональные данные покупателя услуги.

Субъектом, регулирующим все вопросы, связанные с реализацией данного проекта, должно являться государство, чтобы обеспечить единство подхода и управление его реализации, чтобы обеспечить эффективность его внедрения в практическую деятельность и обеспечить безопасность проводимых операций.

Основной из основных задач, связанных с увеличением продаж в сфере туризма в России в настоящее время является активное внедрение в деятельность туристических компаний цифровых технологий. Одним из возможных решений, которые позволили бы совершать онлайн продажи туров, а также получать договор купли-продажи туров и все необходимые документы является применение маркетплейсов. В настоящее время отсутствует нормативное регулирование туристского маркетплейса, что ограничивает их работу, и, как следствием этого, является необходимость разработки федерального закона о маркетплейсе в туризме в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Федеральный закон 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс»
2. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс»
3. Проект № 1015918-7 федерального закона «О маркетплейсе»\\ <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1015918-7>

4. «Яндекс.Еда» не уследила за данными пользователей// <https://e-pepper.ru/news/yandeks-eda-ne-usledila-za-dannymi-polzovateley.html>
5. Анализ рынка туристических услуг России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://academyopen.ru/journal/522>
6. Аналитическое исследование. Российский туризм после пандемии: перспективы восстановления турбизнеса (2021) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://delprof.ru/upload/iblock/63f/DelProf_Analitika_Rynok-turizma.pdf
7. Как управлять клиентом при продаже пакетных туров, доклад TPAS'19// <https://blog.travelpayouts.com/tpas-onlinetours/>
8. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства//Современные проблемы сервиса и туризма. - 2020. - Т.14. - №4. - С. 27–36.
9. Россияне смогут безопасно делать покупки в Сети с помощью «Госключача» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20220201/gosklyuch-1770538027.html>
10. Туризм восстанавливается: интернет-продажи в сфере путешествий выросли на 42%// <https://www.cossa.ru/admitad/282725/>
11. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rostourunion.ru/assets/files/docs/2020_csr_report.pdf
12. Уйдут ли продажи туров в онлайн, и будут ли нужны турагенты// <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57202.html>

УДК 658

Терещенко Т.А.*к.э.н., доцент**кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Колесникова О.А.***преподаватель**отделения среднего профессионального образования**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF SMALL BUSINESSES

Аннотация: в статье показано, что большое количество предприятий малого и среднего предпринимательства, а также огромное разнообразие специализаций компаний повышают конкурентоспособность экономики. Значительное сокращение числа микропредприятий и малых предприятий в 2020 году при одновременном увеличении количества средних предприятий говорит о том, что одни организации прекратили осуществлять свою деятельность, а другие, наоборот, объединились с целью укрупнения и выхода на новый уровень экономического развития.

Abstract: the article shows that a large number of small and medium-sized enterprises, as well as a huge variety of specializations of companies increase the competitiveness of the economy. A significant reduction in the number of microenterprises and small enterprises in 2020, with a simultaneous increase in the number of medium-sized enterprises, suggests that some organizations have ceased their activities, while others, on the contrary, have united in order to consolidate and enter a new level of economic development.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, коронавирусная инфекция, конкурентоспособность экономики, социально-экономическое развитие.

Keywords: small and medium-sized businesses, coronavirus infection, competitiveness of the economy, socio-economic development.

В связи со сложившейся ситуацией в мире многих волнует, как повлияет коронавирусная инфекция на экономику и бизнес в России в целом.

В настоящее время можно наблюдать тенденцию спада экономики России. Развитие МСП может помочь восстановить экономику страны, так как МСП создает

новые рабочие места, увеличивает занятость населения и число экономически активного населения, обеспечивает рост налоговых поступлений в бюджет.

В настоящее время в структуре МСП выделяют микропредприятия, малые и средние предприятия. Рассмотрим более подробно основные показатели деятельности МСП в России за период 2018-2021 гг. (таблица 1).

Таблица 1.

Основные показатели деятельности МСП в России за период 2018-2021 гг.
(по состоянию на 1 января)

Наименование показателя	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Количество субъектов МСП всего, ед.	6 039 216	6 041 195	5 916 906	5 684 561
Микропредприятия	5 751 885	5 771 626	5 675 756	5 450 261
Малые предприятия	267 033	250 758	224 105	216 615
Средние предприятия	20 298	18 811	17 045	17 685
Количество работников всего, чел.	16 106 581	15 873 589	15 321 788	15 491 144
Микропредприятия	7 029 955	7 522 729	7 429 623	7 519 074
Малые предприятия	7 099 040	6 538 893	6 189 172	6 143 489
Средние предприятия	1 977 586	1 811 967	1 702 993	1 828 581
Объем продукции всего, млрд. руб.	3 818	4 823	6 081	8 160
Микропредприятия	2 574	3 595	4 742	6 696
Малые предприятия	981	957	1 094	1 226
Средние предприятия	263	271	245	238

Изучив данные таблицы 1, можно сделать следующие выводы. В целом количество субъектов МСП за анализируемый период ежегодно сокращалось. С 2018 по 2021 год данный показатель уменьшился на 354 655 ед., или 5,87%.

Число микропредприятий и малых предприятий к 2021 году имели тенденцию сокращения, в то время как количество средних предприятий, наоборот, увеличилось. Данное изменение связано с объединением малых предприятий в более крупную форму бизнеса. Также можно заметить, что МСП состоит в основном из микропредприятий. Их доля в общей структуре - более 95%. На малые и средние предприятия приходится около 4-5% от общего числа субъектов МСП, однако, несмотря на их столь маленькое количество, они предоставляют около 40% рабочих мест населению.

Анализируя общее число работников МСП, можно заметить, что с 2018 по 2020 гг. наблюдается тенденция сокращения сотрудников, но к 2021 году произошло

увеличение исследуемого показателя. На данное изменение значительно повлиял рост количества работников микропредприятий и средних предприятий – с 2020 по 2021 гг. состав микропредприятий увеличился на 89 451 чел., или 1,2%, а средних предприятий – на 125 588 чел., или 7,37%. Отчасти это также связано с тем, что в численности занятых перестали учитывать внешних совместителей и занятых по договору гражданско-правового характера. Изучив структуру сотрудников МСП, можно сказать, что численность работников на микропредприятиях и малых предприятиях составляет большую часть от общего объема МСП (около 40-50% каждая).

Объем выпускаемой продукции МСП имеет положительную тенденцию за анализируемый период. С 2018 по 2021 гг. данный показатель увеличился более чем в 2 раза - с 3 818 млрд. руб. до 8 160 млрд. руб. Основную часть продукции производят микропредприятия, меньше всего - предприятия средних размеров. Несмотря на увеличение числа средних организаций и численности сотрудников в них, объем выпускаемой продукции данной формой бизнеса ежегодно уменьшается. Такое изменение связано с тем, что многие предприятия, которые относительно недавно перешли в формат средних, еще не начали достигать желаемых объемов производства, так как только осваиваются в новой нише экономики [2].

Одним из важных факторов, влияющих на состояние МСП, является его география. Существуют большие различия в части географической плотности малого бизнеса, а также вовлеченности населения в предпринимательскую деятельность. Рассмотрим более подробно структуру субъектов МСП по федеральным округам (табл. 2).

Таблица 2.

Структура субъектов МСП по федеральным округам, %

Наименование показателя	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1	2	3	4	5
Центральный ФО	30	31	31	37
Северо-Западный ФО	12	12	12	13
Южный ФО	12	12	12	8
Северо-Кавказский ФО	3	3	3	3
Поволжский ФО	18	18	18	19
Уральский ФО	9	9	8	7
Сибирский ФО	12	11	11	9
Дальневосточный ФО	4	4	5	4
Итого:	100	100	100	100

Наибольшее число предприятий малого и среднего бизнеса размещено в Центральном ФО, Северо-Западном ФО, Поволжском ФО и Южном ФО, причем количество первых трех округов имеет тенденцию увеличения. В Южном ФО к 2021 году значительно сократилось число субъектов малого бизнеса, что в большей части связано с введением ограничительных мер из-за коронавирусной инфекции в 2020 году [1]. Особенно высока доля МСП в Центральном ФО. В Северо-Кавказском ФО, Уральском ФО и Дальневосточном ФО значительная доля в экономике приходится на отрасли первичного сектора, которые не ориентированы на МСП (сырьевой сектор и сельское хозяйство), поэтому данные округа имеют небольшую долю в общем объеме. Несмотря на то, что в Сибирском ФО находятся крупные регионы с достаточно развитой экономикой, к сожалению, он не занимает лидерских позиций, и число субъектов малого бизнеса в данном округе ежегодно уменьшается.

Большое количество МСП, а также огромное разнообразие специализаций компаний повышают конкурентоспособность экономики. На сегодняшний день многие развитые регионы за счет МСП усиливают свое преимущество перед другими регионами.

Рассмотрим более подробно число субъектов МСП и сумму среднесписочной численности сотрудников МСП в Краснодарском крае с 2019 по 2021 гг. (табл. 3 и 4).

Проанализировав данные таблицы 3, можно заметить, что большая доля организаций малого и среднего предпринимательства приходится на микропредприятия. Их удельный вес составляет более 95%.

Таблица 3.

Количество организаций МСП в Краснодарском крае за 2019-2021 гг., ед.

Показатель	На	На	На	Абсолютное изменение, (+; -) 2021/2019 гг.	Темп изменения, % 2021/2019 гг.
	10.06.19	10.06.20	10.06.21		
Микропредприятия	280 436	273 065	265 608	-14 828	94,71
Малые предприятия	7 898	7 159	6 965	-933	88,19
Средние предприятия	592	560	580	-12	97,97
Всего	288 926	280 784	273 153	-15 773	94,54

Меньшую часть занимают предприятия среднего размера (0,2%). За анализируемый период прослеживается отрицательная тенденция изменения числа субъектов МСП.

Микропредприятия с 10.06.2019 по 10.06.2021 гг. сократились на 14 828 единиц, или на 5,29%. Число малых предприятий также ежегодно уменьшалось. За анализируемый период их количество изменилось с 7 898 единиц до 6 965.

Таблица 4.

Среднесписочная численность сотрудников МСП в Краснодарском крае за 2019-2021 гг., чел.

Показатель	На 10.06.19	На 10.06.20	На 10.06.21	Абсолютное изменение, (+; -)	Темп изменения, %
				2021/2019 гг.	2021/2019 гг.
Микропредприятия	273 686	280 681	285 096	+11 410	104,17
Малые предприятия	209 141	198 301	200 307	-8 834	95,78
Средние предприятия	60 258	60 323	62 889	+2 631	104,37
Всего	543 085	539 305	548 292	+5 207	100,96

В отношении организаций средних размеров немного иная ситуация. По состоянию на 10.06.2021 их число в сравнении с 10.06.2019 сократилось на 12 единиц, или 2,03%. Однако в сравнении с 10.06.2020 количество средних предприятий увеличилось на 20 единиц, или 3,57%.

При анализе таблицы 4 можно сделать следующие выводы. Поскольку число микропредприятий составляет более 95% от общего количества МСП, то рабочие места, предоставляемые данным субъектом малого бизнеса, занимают основную часть (более 50%). За анализируемый период сумма среднесписочной численности сотрудников микропредприятий увеличилась на 11 410 чел., или 4,17%, при одновременном уменьшении количества организаций данного типа на 14 828 единиц, или 5,29%. Изучив статистику малых предприятий, было выявлено, что исследуемый показатель по состоянию на 10.06.2021 сократился на 8 834 чел., или 4,22%, в сравнении с 10.06.2019, но увеличился на 2 006 чел., или 1,014% в сравнении с 10.06.2020, несмотря на тенденцию сокращения числа данного субъекта малого бизнеса.

Обратная зависимость между показателями количества субъектов МСП, а именно микропредприятий и малых предприятий, и суммой среднесписочной численности сотрудников, говорит о том, что в организациях данного типа ранее сотрудники были неофициально трудоустроены. Однако после того как государство в период пандемии 2020 года стало оказывать финансовую поддержку малому бизнесу на каждого работника, то предприятия были вынуждены официально оформить всех своих сотрудников для получения данной государственной помощи.

Касаемо средних предприятий также можно заметить обратную зависимость суммы среднесписочной численности сотрудников от количества предприятий: в период уменьшения числа организаций с 10.06.2019 по 10.06.2021 наблюдалось увеличение суммы среднесписочной численности на 2 631 чел., или 4,37%.

Значительное сокращение числа микропредприятий и малых предприятий в 2020 году при одновременном увеличении количества средних предприятий говорит о том, что одни организации прекратили осуществлять свою деятельность, а другие, наоборот, объединились с целью укрупнения и выхода на новый уровень экономического развития. Поскольку 2020 год ознаменовался периодом коронавирусной инфекции, то некоторые организации приняли решение объединиться и переквалифицировать свою деятельность в те направления, которые активно поддерживало государство в период пандемии, чтобы продолжать вести бизнес в столь сложные времена для экономики страны благодаря помощи государства.

В целом одной из основных причин сокращения числа субъектов МСП за анализируемый период является введение ограничительных мер из-за коронавирусной инфекции в 2020 году. Многие предприятия понесли убытки в период пандемии и были вынуждены прекратить свою деятельность [7].

В период коронавирусной инфекции государство активно поддерживало МСП.

Для комплексного развития МСП в рамках Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» было определено 5 направлений, реализуемых в регионах:

- 1) «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства»;
- 2) «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации»;
- 3) «Популяризация предпринимательства»;
- 4) «Расширение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым ресурсам, в том числе к льготному финансированию»;

5) «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности».

На данные направления запланировано потратить более 480 млрд. руб., что в 3 раза больше, чем было выделено на господдержку МСП в 2008-2017 гг., 85% их них - это обязательства федерального уровня.

Однако, по мнению экспертов, увеличение объемов государственной поддержки не решает проблемы МСП, так как его развитие сдерживается по следующим причинам:

- сложность доступа к кредитным ресурсам;
- непрозрачность мер государственной поддержки.

Развитие малого бизнеса благоприятно влияет на экономику страны в целом, создавая новые рабочие места и выпуская большой объем продукции, работ и услуг. Поэтому государству следует активно заниматься развитием данного сектора экономики.

На сегодняшний день Краснодарский край принадлежит к группе регионов России, которые отличаются наиболее динамичным развитием, что обеспечивается во многом активным развитием субъектов МСП на территории края.

Развитие субъектов МСП в крае осуществляется преимущественно в сферах лёгкой и тяжёлой промышленности, сельского хозяйства, АПК, транспорта, коммуникаций, образования и здравоохранения, а также в некоторых иных. Важно отметить, что сфера услуг на сегодняшний день также открывает огромные возможности для развития бизнеса в рассматриваемых секторах (преимущественно, для бизнеса малых форм). В сфере услуг постоянно возникают новые, прибыльные и перспективные рыночные ниши, в том числе, ниши высокотехнологичного производства, телекоммуникации и иные.

Проанализировав структуру и динамику различных показателей субъектов малого бизнеса Краснодарского края за 2019-2021 гг., можно выделить следующие проблемы:

1. Одна из основных и самых главных проблем развития малого бизнеса – нехватка собственных денежных средств. Данная проблема была всегда актуальна, однако в период распространения коронавирусной инфекции в 2020 году многие жители страны потеряли стабильный заработок, у большинства россиян стал сильно ограничен бюджет, и соответственно, чтобы открыть новый бизнес не хватало денежных средств.

2. Недостаточная поддержка государства. Данная проблема тесно взаимосвязана с первой, однако помимо недостаточной финансовой поддержки малого бизнеса, речь идет об отсутствии развитых социально-экономических механизмов, которые могут способствовать развитию различных бизнес-идей. В период пандемии государство активно поддерживало уже существующие предприятия, но не оказывало внимания на поддержку малых бизнесов на начальном этапе [6].

3. Довольно высокие хозяйственные риски в условиях нестабильной экономической системы, которые появляются по внешним и внутренним причинам. Оказать влияние на различные мировые изменения, вызванные в 2020 году коронавирусной инфекцией, невозможно, но внутри собственной страны вполне реально минимизировать негативные последствия экономической нестабильности из-за пандемии.

4. Нехватка квалифицированного персонала. Данная проблема довольно актуальна для предприятий малого бизнеса, поскольку не все организации имеют финансовую возможность обеспечивать достойную заработную плату сотрудникам с высоким уровнем профессионализма [3]. Также в период коронавирусной инфекции была еще одна проблема, связанная с персоналом организации - большинство предприятий потеряли квалифицированных работников, так как не имели возможность оплачивать их труд.

5. Низкий спрос на инновационные технологии со стороны малых предприятий. В 21 веке существует большое количество различных нововведений, которые дают возможность во многом усовершенствовать бизнес. Однако малые предприятия не могут использовать инновационные продукты, поскольку их стоимость слишком высока, и у организаций не хватает денежных средств на их приобретение.

6. Низкий спрос предпринимателей малого бизнеса на развитие технологических и фондоемких производств из-за отсутствия интереса инвесторов в финансировании бизнес идей данной области. Большинство предпринимателей выбирают сферу торговли и общественного питания, поскольку именно данные отрасли пользуются большим спросом покупателей, и есть вероятность финансовой поддержки инвесторов [4]. Однако остаются без внимания технологические и фондоемкие производства, так как предприниматели понимают, что данные отрасли довольно затратные, и инвестирование в них маловероятно.

7. Недостаточно сведений о рынках сбыта в Краснодарском крае. Многие предприниматели довольно часто начинают открывать «свое дело» в той нише, которая очень перенасыщена конкурентами. У них нет необходимой информации, чтобы узнать о состоянии спроса на рынке в данный момент, о точном количестве конкурентов по видам деятельности, что значительно затрудняет выбор идеи бизнеса.

8. Низкий уровень развития инфраструктуры (финансовой, информационной, маркетинговой). Данная проблема затрагивает не только предприятия малого сектора экономики, но и в целом все организации. Неразвитость инфраструктуры обусловлена относительно небольшим сроком развития рыночных отношений в стране.

9. Большое число предпринимателей осуществляют свою деятельность без регистрации или без лицензии, в связи с возникновением сложностей при постановке на учет. Довольно часто при оформлении документации малого бизнеса, регистрации индивидуального предпринимателя, а также открытия лицевого счета в банке появляются проблемы, решение которых занимает много времени и требует значительных денежных средств. Поэтому некоторые бизнесмены осуществляют свою деятельность без регистрации. В период коронавирусной инфекции в 2020 году данная проблема была очень актуальна, так как многие предприниматели стали незаконным путем продавать средства индивидуальной защиты (маски, перчатки, антисептические средства и т.п.).

10. Высокая стоимость кредитных ресурсов. Данная проблема связана с высоким уровнем риска при финансировании субъектов малого бизнеса [8]. Поэтому многие кредитные организации предпочитают воздержаться от такого рода действий. В период пандемии 2020 года банки отказывали в поддержке начинающему малому бизнесу из-за нестабильной экономической ситуации в стране [9].

Все вышеперечисленные проблемы являются довольно актуальными на сегодняшний день в Краснодарском крае [5]. На рисунке 1 представлены пути их решения.

В период коронавирусной инфекции 2020 года малый бизнес Краснодарского края претерпел значительные неблагоприятные изменения. После изучения динамики и структуры количества МСП и численности их сотрудников, нами были разработаны следующие рекомендации по устранению последствий пандемии:

1) малым предприятиям, осуществляющим деятельность в период коронавирусной инфекции, необходимо адаптировать свой бизнес под сложившиеся ограничения,

вести дополнительные услуги (например, в кафе, где имеет место только обслуживание посетителей в зале, следует ввести доставку и еду на вынос);



Рис. 1. Проблемы малого бизнеса в Краснодарском крае и пути их решения

2) предоставление малым предприятиям, пострадавшим в период пандемии, специализированных заказов не только от государства, но и от крупных компаний (например, АО Тандер оформил заказ на поставку товара у индивидуального предпринимателя, занимающегося производством хлебобулочных изделий);

3) субъектам МСП необходимо разработать антикризисный план, который поможет восстановить организацию после пандемии и выйти из кризисной ситуации, обратившись за данной услугой к кризис-менеджеру банка (например, кризис-менеджер МСП Банка).

Таким образом, государству необходимо проявлять большую заинтересованность в развитии экономического потенциала субъектов малого предпринимательства Краснодарского края, поскольку их деятельность может оказать огромное благоприятное влияние на успешное развитие региона. В первую очередь, это будет способствовать повышению инвестиционной привлекательности края и росту валового регионального продукта.

Список литературы:

1. Балашова И.В., Бюллер Е.А., Довбыш В.Е., Глехурай-Берзегова Л.Т., Хуажева А.Ш., Якуба А.В. Управление человеческими ресурсами. Краснодар, 2021.
2. Балашова И.В., Гиязов А.А., Глуценко В.В., Каспарьян А.Р. Комплексное описание модели как составляющей потенциала системы планирования//Сфера услуг: инновации и качество. 2019. № 40. С. 4-13.
3. Балашова И.В., Приходько К.С. Основные проблемы государственного финансового контроля//Сфера услуг: инновации и качество. 2019. № 45. С. 14-21.
4. Балашова И.В., Терещенко Т.А. Формирование и использование средств регионального бюджета. Краснодар, 2022.
5. Балашова И.В., Терещенко Т.А. Мусорные акции: сыр в мышеловке или алмаз без огранки. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2021. Т. 18. № 4 (118). С. 162-168.
6. Балашова И.В., Хохлова Т.П., Приходько К.С., Козловская С.А. Совершенствование методов государственной поддержки развития малого бизнеса в Краснодарском крае. Коллективная монография / Краснодар, 2020.
7. Рысьмятов А.З., Балашова И.В., Терещенко Т.А. К вопросу о методологии государственной поддержки и государственного регулирования сельского хозяйства//Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 4-2. С. 274-277.
8. Терещенко Т.А., Балашова И.В. Финансовые инструменты государственного регулирования экономики//Вестник Академии знаний. 2020. № 5 (40). С. 522-526.
9. Терещенко Т.А., Балашова И.В. Законодательное регулирование банкротства российских и китайских предприятий. В сборнике: Современное развитие России в условиях новой цифровой экономики. материалы II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 441-444.