



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

№ 60, 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:

Е.О. Горецкая, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет:

Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор

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

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

Р.В. Брюшков, кандидат технических наук, доцент

Верстка: Е.В. Бондарева

Корректор: Н.С. Лапшина

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

Адрес в Internet: [http:// journal.kfrgteu.ru/](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., Брощенко Д.А.</i> Современные тенденции развития спортивного туризма в Краснодарском крае | 4-12 |
| <i>2. Александров С.Г., Кравцова П.В.</i> Плавание в системе физкультурно-спортивной подготовки российского студенчества.... | 13-22 |
| <i>3. Александров С.Г., Сушко Д.И.</i> Об организации занятий физкультурой и спортом студентов ВУЗов в онлайн-пространстве: к постановке вопроса | 23-30 |
| <i>4. Данилевская Е.Н.</i> Обзор рынка консалтинговых услуг (на примере города Краснодара) | 31-34 |
| <i>5. Денисова Н.И., Штезель А.Ю., Насырова А.З.,</i> Роль тары в экологической политике предприятий..... | 35-43 |
| <i>6. Козловская С.А., Перевезенцева А.А., Шпак Н.Н.</i> Современное состояние и проблемы развития оперативного контроллинга на предприятиях промышленности | 44-53 |
| <i>7. Козловская С.А., Погосова Л.В.</i> Организация проектного управления в органах государственной власти | 54-58 |
| <i>8. Козловская С.А., Сорокина Д.А.</i> Контроллинг рисков на предприятии..... | 59-68 |
| <i>9. Михайлова Л.С., Колесник А.В., Гирская К.А., Потапова А.Д.</i> Пути повышения конкурентоспособности продукции отечественных производителей в условиях импортозамещения | 69-77 |
| <i>10. Пидяшова О.П., Шоля А.А.</i> Финансовый анализ и его роль в управлении деятельностью предприятия | 78-86 |
| <i>11. Пидяшова О.П., Яшина Е.Н.</i> Современные тенденции развития теории оценки стоимости компании..... | 87-95 |
| <i>12. Приходько К.С., Савина К.С.</i> Трансформация потребностей рынка под воздействием внешних факторов в период пандемии | 96-103 |
| <i>13. Приходько К.С., Говорун Е.А.</i> Новейшие тенденции развития розничных торговых сетей в России | 104-111 |
| <i>14. Штезель А.Ю., Денисова Н.И., Михайличенко А.С.</i> Влияние упаковочного материала на окружающую среду | 112-120 |

*Александров С.Г.**к.п.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Брощенко Д.А.**обучающийся очной формы обучения**направления подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN THE KRASNODAR TERRITORY

Аннотация: в данной работе рассмотрено понятие и виды спортивного туризма. Приведены учебные заведения города Краснодара, которые организуют туристические мероприятия. Также проведен опрос среди студентов КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова об их отношении к спортивному туризму.

Abstract: in this paper, the concept and types of sports tourism are considered. The educational institutions of the city of Krasnodar, which organize tourist events, are given. A survey was also conducted among students of the Plekhanov Russian University of Economics on their attitude to sports tourism.

Ключевые слова: студенты вузов, спортивный туризм, походы, развитие туризма, оздоровительные мероприятия, преодоление препятствий, туристические дистанции.

Keywords: university students, sports tourism, hiking, tourism development, recreational activities, overcoming obstacles, tourist distances.

Результаты исследования и их обсуждение.

Потенциал развития спортивной туристической индустрии в Краснодарском крае имеет большие перспективы развития, прежде всего в студенческой среде вузов г. Краснодара и Краснодарского края [1, 4].

Привлечение к активной двигательной деятельности, отказ от вредных привычек и зависимостей, закаливание организма, эмоционально-психологическая релаксация, сплочение студенческого коллектива, взаимопомощь и формирование коллективизма, -

вот неполный перечень «позитивных эффектов» от занятий туристской деятельностью [7].

История становления пешеходного туризма на Кубани имеет очень продолжительную историю. В нач. XX века в Кубанском регионе сформировалось несколько туристических объединений, осуществлявших походы по значимым культурно-историческим местам и природно-географическим объектам [2].

Край представлен традиционными объектами, демонстрируемыми туристам. Бытуют исторические повествования, озвучиваемые участникам туристических этнических маршрутов.

В современных условиях «спортивный туризм» представлен видом спорта, в основе которого соревнования, предусматривающие «прохождение» «туристских маршрутов» в природных условиях, форсирование естественных препятствий, состязания в прохождении туристических дистанций различной сложности, на природе или с использованием «искусственного рельефа» [6].

В Российской Федерации появление спортивно-туристических дисциплин связано и Петром I, осуществившим восхождение на горный массив Броккен в Пруссии в «туристских целях». Вместе с тем, в последствии этот вид спорта не стал популярным, не смотря на поощрения императора. Для дворян на первом месте были развлечения и отдых, спорт, как таковой, они не воспринимали.

В общемировом масштабе спортивный туризм подразумевает практическую цель – изучение «природных ландшафтов», флоры и фауны.

Во времена Советского Союза спортивный туризм был активно ориентирован на учащуюся и рабочую молодежь, студенчество, взрослое население. Во время преодоления препятствий подразумевалось сплочение народа, проведение игр, соревнований, никакого экстрима. В те времена и сейчас основная цель спортивного туризма – это отдых, естественно, если это не какие то профессиональные соревнования.

Россия богата природными достопримечательностями, развитие туризма осуществляется во всех субъектах РФ, в том числе в Краснодарском крае, Республике Дагестан, Республике Коми, г. Санкт- Петербурге и так далее.

Каждый регион обладает какими-либо возможностями для организации спортивного туризма.

Существует такая организация как Федерация спортивного туризма России, которая занимается развитием и популяризацией данного вида спорта, организует и регулирует всероссийские туристические соревнования, представленные различными видами «спортивного туризма» (Рис. 1).

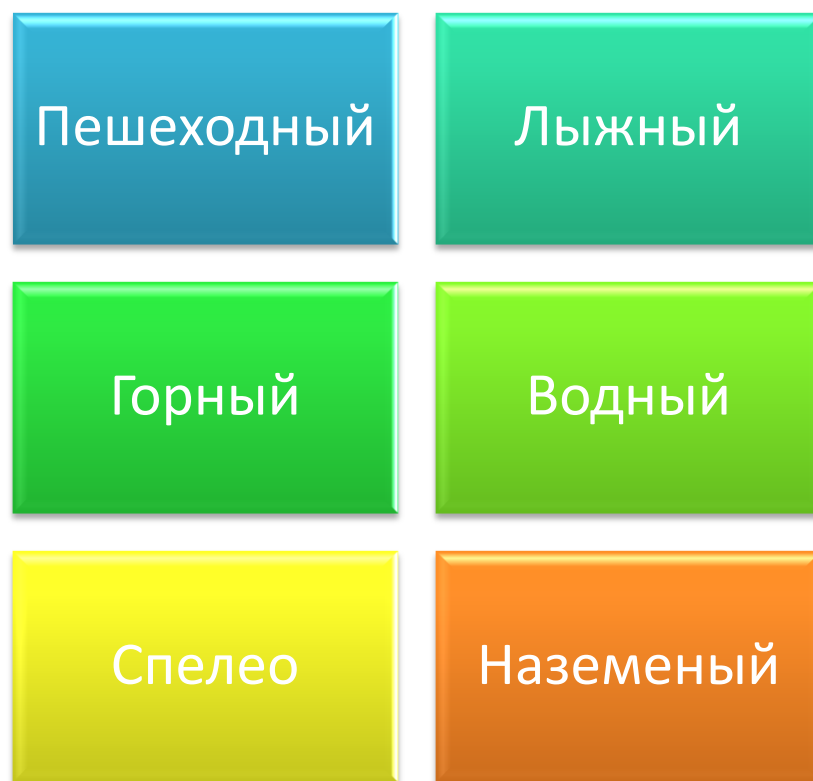


Рис. 1. Виды спортивно-туристических дисциплин.

Кубанский регион представлен уникальным для России климатом, географическими условиями, широкой сетью рекреационных и реабилитационных медучреждений, знаковыми историко-культурными объектами.

Все это создаёт выраженный потенциал развития туристско-реабилитационных структур международного и всероссийского значения, создаёт «благоприятный имидж» Южного Федерального округа, обеспечивает культурно-исторические и двигательные потребности людей, вовлеченных в туристическую сферу [8].

Кубанский регион выступает одним из наиболее благоприятных регионов для туристско-рекреационной деятельности.

Сочетая благоприятные климатические условия черноморского бассейна, минеральной воды и лечебной грязи, Кубань стала популярным и одним из немногих

мест в Российской Федерации, центром курортного, реабилитационного и рекреационного значения [3].

В Темрюкском районе Краснодарского края расположен один из самых ярких этнических казачьих центров - «Атамань» [5].

С целью развития спортивного туризма в крае осуществляются туристические сборы и соревнования, подразделяемые по возрасту и уровню сложности.

В муниципальных школах города Краснодар имеются кружки и туристические секции, например, МАОУ СОШ №84 имени героя РФ Яцкова И.В.

В этой школе проводится внеучебная работа спортивно-туристической направленности: соревнования, походы, экскурсии.

В Краснодарском филиале РЭУ им Г.В.Плеханова ежегодно устраивается «маёвка», где собираются все желающие студенты. Организуют данное мероприятие «Капитаны» под патронажем головного филиала в г. Москва.

Во время данного похода студентов отвозят на автобусе до отправительной точки, откуда они начинают идти по туристическому пути. Каждый год выбирают разные туристические пути в Краснодарском крае.

В первый день группа идет до лагеря, который определяют до самого похода. Там, разложив лагерь, проводят различные игры на скрепление группы. Также учатся готовить на костре и выживать в дикой природе.

Данное мероприятие можно назвать одним из путей развития спортивного туризма в Краснодарском крае.

В КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, ежегодно, в период с весны по осень проводятся многодневные туристические походы для студентов обучающихся направления «Менеджмент» по программы «Капитаны». Турпоход, участниками которого становятся более 30 студентов разных курсов, предусматривает пешие маршруты по Горячеключевскому району, проживание в палатках, самостоятельное приготовление пищи на костре, туристические конкурсы и эстафеты, конкурсы бардовской песни и т.д. [9].

В рамках данной работы проведен анкетный опрос среди студентов КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова.

В данном опросе участвовало 40 студентов очной формы обучения, из которых 27 девушек и 13 молодых людей. Результаты данного опроса представлены ниже.

Первый вопрос был: «Участвовали ли вы в походах?».

Участвовали ли вы в походах?

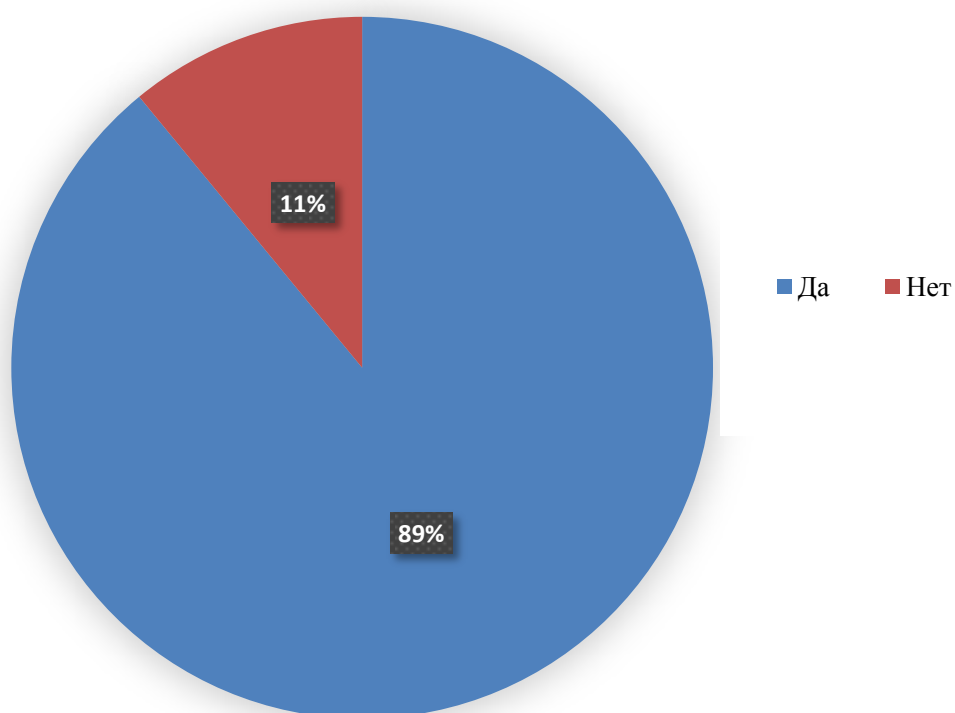


Рис. 2. Участие студентов в туристических походах.

Согласно результатам данного вопроса, видно что большая часть (26 чел. – 89%) участвовала в походах. Совсем маленькая часть – 11% (14 человек) ни разу не были в походе.

Данные результаты достаточно информативны, из чего можно сделать вывод о достаточно высокой распространенности спортивного туризма среди студентов КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Второй вопрос: «Если да, то что вам понравилось?».

В данном вопросе было четыре варианта ответа, и, стоит отметить, такой вариант ответа как «Физическая нагрузка» никто не выбрал.

Если да, то что вам понравилось?

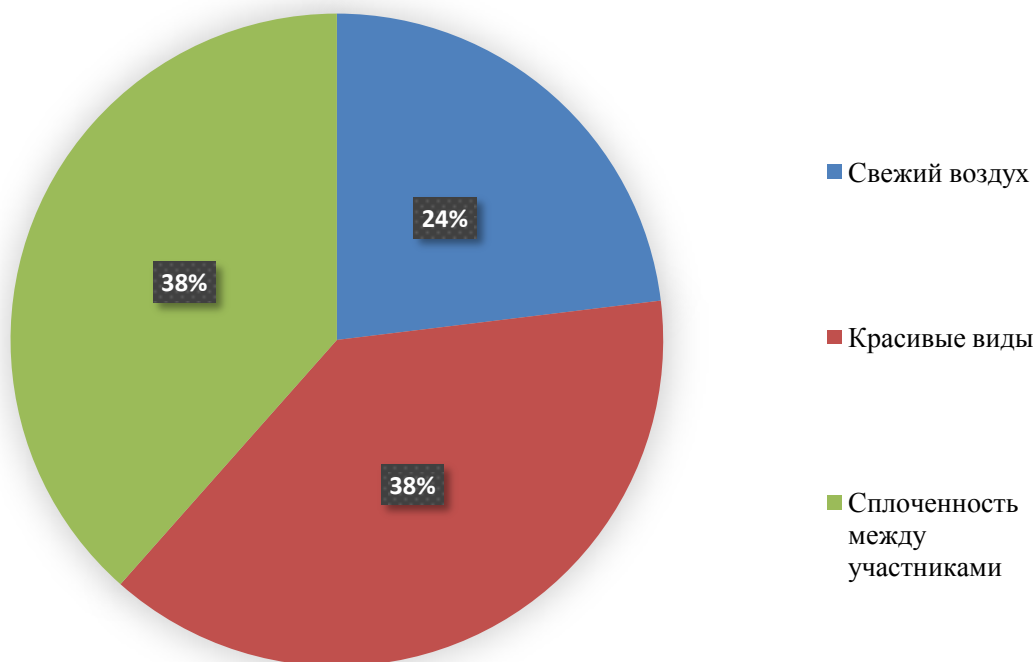


Рис. 3. Эмоциональные предпочтения студентов в результатах их туристской деятельности.

На данный вопрос ответили те, кто участвовали в походах, то есть 36 человек. Одинаковую долю занимают ответы: «Красивые виды» и «Сплоченность между участниками». «Свежий воздух» имеет меньший удельный вес, но и он достаточно большой. Стоит отметить, что так как физическую нагрузку никто не выбрал, то это говорит о том, что это не является причиной решения пойти в поход, когда другие ответы так можно определить.

Третий вопрос: «Если нет, то почему»

В данном вопросе так же четыре ответа, при чем ответ «Походная еда» никто не выбрал.

На этот вопрос ответили те, кто не ходил в поход (14 человек), для того чтобы выявить причину их отказа.

Если нет, то почему?

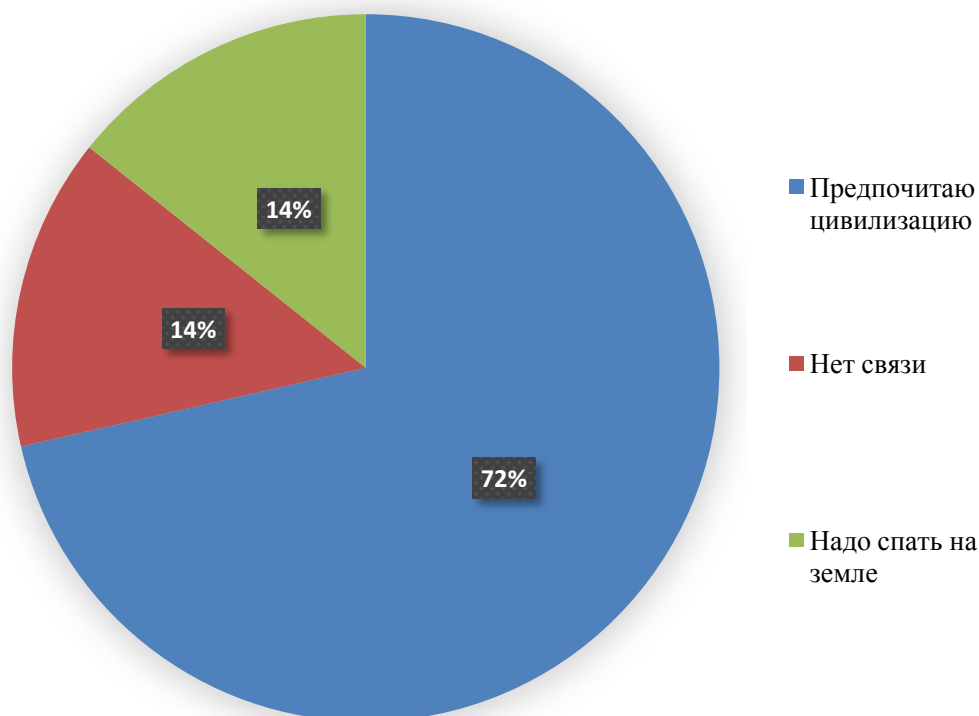


Рис. 4. Причины негативного отношения студентов к туристской деятельности.

Согласно данным ответам, можно сделать вывод о том, что большинство опрошиваемых отказывались ехать в поход из-за отдаленности от цивилизации – это 10 человек.

И только по 2 человека выбрали «Нет связи» и «Надо спать на земле». Это говорит о том, что все таки возможность пользоваться предметами цивилизации достаточно важно для опрошиваемой категории.

Четвертый вопрос: «Считаете ли важным развитие спортивного туризма в Краснодарском крае?»

На этот вопрос ответили все участники анкеты.

Считаете ли вы важным развитие спортивного туризма в Краснодарском крае?

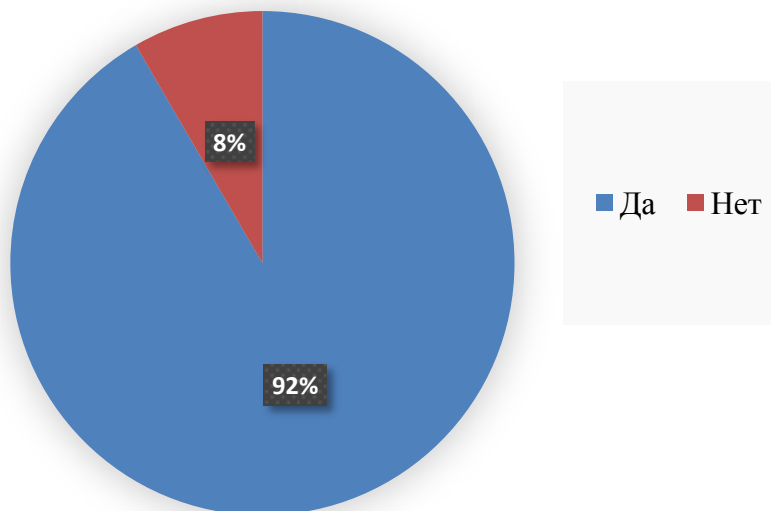


Рис. 5. Отношение студентов к важности туризма.

Рассматривая данные рис. 5, можно отметить, что большая часть респондентов ответила, что считают туристическую деятельность важным явлением в физкультурно-спортивной деятельности. И только 5 человек ответили отрицательно.

Заключение. В результате проделанного исследования, можно констатировать, что «спортивно-туристическая деятельность в крае поддерживается большим числом обучающихся вузов и школ. Краснодарский край располагает природными ресурсами и «красивыми ландшафтами». Это позволяет проводить интересные и захватывающие походы. Данное направление работы активно культивируется в КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова.

В целом, турпоходы развивают позитивное отношение к здоровому и безопасному образу жизни, развивают общую и специальную силовую выносливость, ловкость и силовые способности, позитивный настрой, налаживание межличностных отношений.

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., Бич Ю.Г. Развитие физкультуры и спорта на Кубани на рубеже XIX - XX веков // Социально-гуманитарный вестник. - 2009. - № 2. - С. 30-32.
3. Александров С.Г., Гавриленко О.В., Горбань Ю.В. Особенности организации и проведения детско-юношеских спортивно-оздоровительных туристских мероприятий казачьей направленности // Курорты. Сервис. Туризм. - 2018. - № 3 (40). - С. 4-8.
4. 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.
5. Александров С.Г., Сорокин М.А. Перспективы развития этнотуризма, ориентированного на традиционную культуру кубанского казачества // Пути повышения эффективности экономической и социальной деятельности кооперативных организаций: Материалы XII международной научно-практической конференции. – Краснодар: ККИ (РУК), 2017. - С. 206-208.
6. Виды спортивного туризма: экстремальный и активный туризм [Электронный ресурс] // GlonassTravel URL: <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/sport-ekstrim/> (Дата обращения: 22.04.2022).
7. Влияние спортивного туризма на устойчивое развитие туристских дестинаций на примере Краснодарского края [Электронный ресурс] // Cyberleninka URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sportivnogo-turizma-na-ustoychivoe-razvitie-turistskih-destinatsiy-na-primere-krasnodarskogo-kraja> (Дата обращения: 22.04.2022).
8. Перспективы и тенденции развития спортивного туризма в России [Электронный ресурс] // Studwood URL: https://studwood.net/1130755/turizm/perspektivy_tendentsii_razvitiya_sportivnogo_turizma_rossii (Дата обращения: 22.04.2022).
9. 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.

*Александров С.Г.**к.пед.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Кравцова П.В.**обучающаяся кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ПЛАВАНИЕ В СИСТЕМЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСТВА

SWIMMING IN THE SYSTEM OF SPORTS EDUCATION OF RUSSIAN STUDENTS

Аннотация: Данная статья посвящена изучению плавания как способа активности у студентов на занятиях физической культурой. Рассматривается вопрос о пользе плавания для молодежи, а также возможности внедрять водные виды спорта в учебную программу. В данной работе приводятся результаты анкетирования группы студентов с целью изучения их желаний и возможностей заниматься плаванием в университете.

Abstract: This article is devoted to the study of swimming as a way of activity among students in physical education classes. The issue of the benefits of swimming for young people is being considered, as well as the possibility of introducing water sports into the curriculum. This paper presents the results of a survey of a group of students in order to study their desires and opportunities to engage in swimming at the university.

Ключевые слова: плавание, физические нагрузки, бассейн, водные виды спорта, занятия физической культурой, студенты.

Keywords: swimming, physical activity, swimming pool, water sports, physical education, students.

Результаты исследования и их обсуждение. Плавание является как жизненно важным навыком, так и методом поддержания здоровья, представляя активную двигательную деятельность, с помощью которой можно находиться на водной глади и двигаться без «поддерживающих» на воде предметов [1, 2].

Плавание как способ передвижения по воде возникло в древности. Археологами найдены рисунки в пещерах, подтверждающие, способность человека плавать еще 5000 лет до нашей эры. Первые пловцы увидев эту способность у животных, переняли ее себе.

Первоначальное документальное упоминание о плавании относится к 2000 году до нашей эры. Популярность плавания возникла в Древней Греции, где его использовали для подготовки к Олимпийским играм. Однако, видом спортивной деятельности оно стало значительно позднее.

Первоначально соревнования по плаванию датируются началом XVI в., к этому периоду и принято относить формирование плавания. Первое известное плавательное соревнование датируется 1515 годом. Оно состоялось в Венеции. Первое руководство по плаванию опубликовано в 1538 году, под авторством уроженца Дании Н. Винмана.

Первые «плавательные школы» возникли в период (конца XVIII – начала XIX вв.) в европейских государствах, таких как Германия, Франция, Чехия, Австрия [9].

В Российской Империи внедрение плавания «в дворянские массы» состоялось в XVII веке. В этот период Петр I ввел «плавательную подготовку» в программу обучения офицеров. Он справедливо считал навык держаться и перемещаться по воде жизненно важным, указывая, что навык держаться на воде и плавать может спасти жизнь. Русским полководцем А.В. Суворовым важное внимание уделялось обучению подчиненного личного состава плавательным навыкам, способам форсирования водных препятствий.

Формирование плавания в России как вида спорта состоялось в XIX веке. В 1834 году в Петербурге возникла 1-я школа плавания, которую посещали такие известные личности, как поэты А.С. Пушкин и П.А. Вяземский.

Искусственные чаши для плавания в помещениях начали возводить в завершении XIX века, при «Центральных» и «Сандуновских» банях в 1891 и 1895 году соответственно. Первоначально они возникли в 1-м и 2-м военно-морском кадетских корпусах, а так же в Пажеском корпусе (Санкт-Петербург) и Киевском кадетском корпусе. Но строившиеся в то время бассейны в длину достигали не более 16 метров, создаваясь для первоначального обучения плавательным навыкам [9].

Завершение XIX в. ознаменовалось повышением популярности плавания среди прогрессивного населения. Подобные состязания начинают проводиться регулярно. Начиная с 1896 года плавание входит в программу летних Олимпиад.

Плавание – особый вид двигательной деятельности индивида. Тело в процессе плавания расслабляется, ощущая «невесомое состояние».

В то же время, спортсмен подвергается двойной физической нагрузке – движениям сопротивляется водная среда. Ввиду этого происходит положительное воздействие на органы и системы организма.

Плавание подразделяется на 4 больших раздела:

1. Спортивное плавание, включает передвижение определенным способом на дистанции от 50 до 1500 метров. Соревнования проводятся в бассейнах стандартных размеров (25 и 50 метров) и на «открытой воде». Пловцы соревнуются «на скорость», каждый на своей «дорожке»: выигрывает тот, кто быстрее всех преодолет необходимое расстояние.

2. Игровое плавание, подразделяется на игровую деятельность «на воде», в том числе водное поло. Их используют в основном в учебно-тренировочном процессе, а также для воспитания дисциплины.

3. Прикладное плавание состоит из обучения плаванию не для соревнований, а для повседневной жизни, «спасению утопающих», «преодолению водных преград», нырянию, ориентированию на водной поверхности.

4. Синхронное плавание является групповой вид спорта, предусматривающий выполнение гимнастико-акробатических упражнений, сопровождаемых музыкой и красивыми «нарядами» выступающих, синхронностью выполнения движений.

Различают несколько видов плавания. Вот основные из них [10]:

1. «Кроль на груди»: пловец совершает широкие гребки вдоль тела попеременно правой и левой руками, одновременно выполняя удары ногами по воде. Лицо спортсмена почти постоянно находится в воде; периодически, во время одного из гребков он поворачивает голову в сторону, поднимая лицо из воды для того, чтобы сделать вдох.

Кроль на груди самый быстрый и популярный способ плавания. Высокая скорость достигается четкой слаженностью движений рук и ног, дыханию, синхронному с движениями.

2. «Кроль на спине» похож на перевернутый кроль на груди - пловец выполняет попеременные гребки руками, с одновременным совершением ударов ногами вверх-вниз. При этом, лицо пловца практически постоянно находится над водой.

Кроль на груди находится на третьем месте по скорости плавания. В прикладном плавании применяется для транспортировки пострадавших или различных грузов по воде.

3. «Баттерфляй» - стиль плавания на груди, при котором пловец осуществляет одновременные и симметричные движения левой и правой частями тела. Обеими руками пловец совершает мощный широкий гребок, когда верхняя часть корпуса приподнимается над водой, одновременно выполняя симметричные удары ногами.

Баттерфляй признается самым тяжелым из всех видов плавания. В то же время он второй по скорости передвижений, требующий большой физической силы.

4. «Брасс» представляет стиль плавания на груди, в котором руки подаются одновременно симметрично вперед, а ноги совершают одновременный толчок в горизонтальной плоскости.

По скорости передвижения брасс находится на самом последнем месте, имея высокое прикладное значение, позволяя пловцу передвигаться бесшумно, параллельно наблюдая за окружающей обстановкой и проплывая значительные расстояния.

5. «Дельфин» – движения напоминают плавание морского животного, при котором производятся одновременные и симметричные движения руками, вытянутыми вперед, и ногами, волнообразным сгибанием туловища.

По скорости передвижения дельфин занимает второе место. Этот способ подходит для плавания под водой, но его значение в прикладном плавании незначительно.

При обучении и тренировке в плавании применяются и другие разнообразные упражнения, выступающие альтернативными способами плавания [7].

Для пловцов необходима соответствующая экипировка: «шапочка», водные очки, плавки для мужчин и слитный купальник для женщин; возможно применение специального текстильного гидрокостюма.

Официальные соревнования по спортивному плаванию (летние Олимпийские игры, Чемпионат мира, Универсиада, Кубок мира) проводятся в 25-метровых бассейнах (их называют «короткая вода») или 50-метровых бассейнах («длинная вода») на следующие расстояния:

- «кроль на груди» (вольный стиль): 50 м, 100 м, 200 м, 400 м, 800 м, 1500 м;
- «баттерфляй»: 50 м, 100 м, 200 м;
- «брасс»: 50 м, 100 м, 200 м;

- «кроль на спине»: 50 м, 100 м, 200 м.

Многие студенты ведут малоподвижный образ жизни, что приводит к дефициту двигательной активности. Занятия физической культурой призваны восполнять этот дефицит, а если эти занятия будут проходить в форме плавания, студенту будет легко расслабиться и отдохнуть от умственной работы, но, в то же время, он будет совершать достаточную физическую активность [3, 4].

Значение плавания для здоровья человека очень велико, так как во время плавания костный скелет и мышечный корсет формируются гармонично, улучшается иммунитет, предупреждается развитие плоскостопия [5].

Эффективность плавания для студентов определяется положительным воздействием плавания как на отдельные органы, так и системы организма в целом [6].

Нахождение в воде не совсем привычно для человека. Вода «сжимает» все тело, в том числе, препятствуя дыханию. Вдох и выдох пловца должны быть размеренными, они усиливают и «накачивают» легкие спортсмена, увеличивают их объем. Выносливость организма тренируется при плавании, в том числе при задержке дыхания. Когда человек находится в воде, он практически не чувствует гравитацию. Это благоприятно сказывается на сердечно-сосудистой системе пловца – отток крови от периферии к сердцу происходит легче, из-за давления водной среды. Благодаря правильному дыханию в воде, осуществляется мягкий массаж сердца со стороны легких.

Когда пловец находится в воде, он готов расслабиться и ощутить себя в «невесомости». Из-за увеличенного кровоснабжения мозга, плавание помогает выровнять эмоциональный фон, снять стресс, улучшить сон и мозговую активность.

Регулярные занятия плаванием закаляют организм спортсмена, делают его менее восприимчивым к температурным перепадам, улучшают иммунитет. Спортсмены-пловцы намного реже страдают простудными и вирусными заболеваниями.

Регулярные занятия в бассейне помогают сформировать сильный мышечный корсет, который «держит» позвоночник в здоровом положении. При занятиях плаванием тренируется и освобождается от скованности и излишних нагрузок спина, формируя, при этом, правильную и красивую осанку.

Целями занятий по плаванию у студентов являются:

1. Формирование и улучшение жизненно необходимого навыка плавания;
2. Совершенствование основных физических качеств;

3. Формирование и поддержание здорового образа жизни;
4. Воспитание культуры поведения на воде;
5. Улучшение физиологических способностей организма;
6. Повышение уровня физической подготовки и работоспособности.

Помимо практических занятий в бассейне, в программу обучения физической культурой включены и теоретические вопросы, связанные с плаванием [8]:

1. История возникновения и развития спортивного плавания.
2. Положительный эффект для организма от занятий плаванием.
3. Подготовка к занятиям по плаванию.
4. Техника безопасности при посещении бассейна, а также правила поведения в воде.
5. Техника спортивного плавания.

При посещении спортивных занятий по плаванию, студентам необходимо соблюдать особые правила поведения:

- приходить на занятия только после получения разрешения от врача;
- передвигаться вдоль бортиков бассейна только спокойным шагом, не допускать бега и прыжков на скользком полу;
- входить в воду и выходить из нее только с разрешения преподавателя;
- не посещать занятия с жевательными резинками, конфетами и другой едой во рту;
- во время занятий соблюдать строгую дисциплину, не прыгать в воду, не нырять без разрешения;
- при появлении каких-либо недомоганий сразу обратиться к преподавателю и выйти из бассейна;
- при ухудшении самочувствия в воде, не стесняться звать на помощь;
- соблюдать дистанцию с другими студентами, при выполнении какого-либо задания убедиться, что люди находятся на безопасном расстоянии;
- ныряние и прыжки выполнять только поочередно;
- плыть по дорожкам против часовой стрелки, придерживаясь правой стороны, предотвращать случаи столкновений.

В России занятия плаванием во время учебных занятий по физической культуре со студентами – достаточно редкое явление. В нашей стране недостаточно развита культура плавания у студентов, в отличие от многих зарубежных стран. Далеко не у каждого вуза Российской Федерации есть собственный бассейн либо доступ к

подобной инфраструктуре. Например, в Москве насчитывается только 9 ВУЗов с собственными бассейнами для подготовки студентов [12], а в Краснодаре их всего лишь 3. В городах России существуют и коммерческие бассейны, но даже их не много – 4800 по всей России, что намного меньше количества бассейнов, например, в США – их там 270 000 [11].

Правительство России старается исправить ситуацию с недостающей инфраструктурой для плавания. Еще с 2010 года в стране реализуется проект «500 бассейнов», который был инициирован Президентом Российской Федерации Владимиром Владимировичем Путиным. Программа направлена на создание в университетах страны условий для массовых занятий водными видами спорта. Для реализации проекта привлекаются средства федерального и региональных бюджетов, а также добровольно внесенные финансы коммерческих предприятий [13].

С целью исследования популярности плавания среди студенческой молодежи, было проведено анкетирование обучающихся третьего курса Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова по направлениям «Экономика предприятий и организаций», «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». Учащимся были заданы следующие вопросы:

1. Умеете ли Вы плавать?
 2. Бойтесь ли Вы глубины?
 3. Занимались ли Вы когда-нибудь водными видами спорта?
 4. Хотели бы Вы, чтобы занятия по физической культуре проходили в бассейне?
- Результаты опроса представлены в графиках (рис. 1).

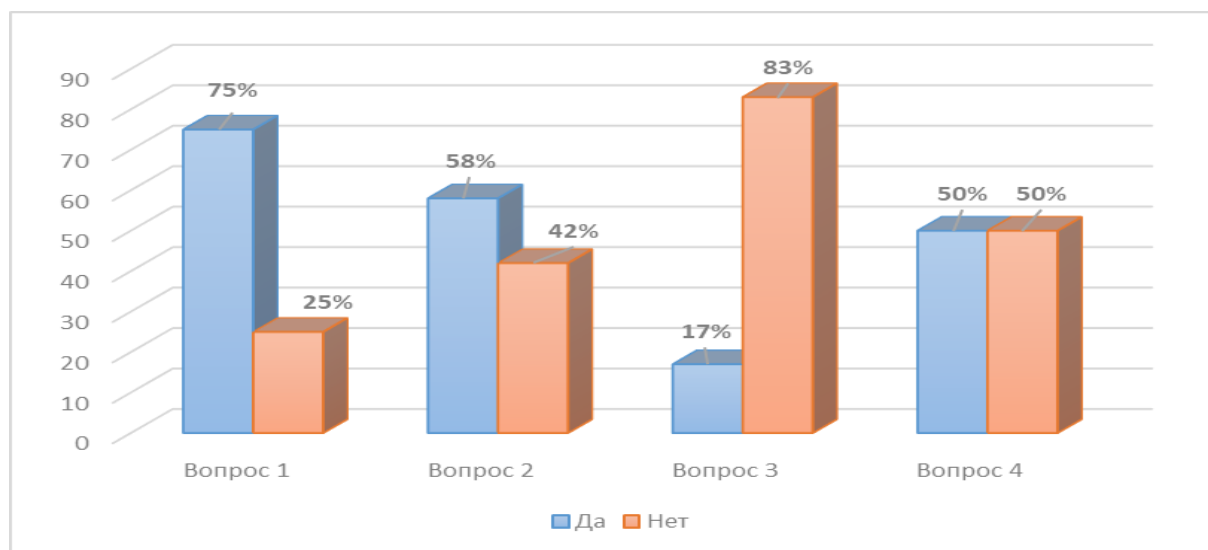


Рис. 1. Результаты анкетирования студентов.

Исходя из произведенных исследований, можно сделать вывод о том, что большинство студентов умеют плавать, но не многие могут делать это уверенно на глубине. Но даже те студенты, которые чувствуют дискомфорт в воде, могут либо научиться плавать на занятиях физической культурой и преодолеть страх воды с помощью преподавателя, либо же выбрать другой способ занятий (например, в спортивном зале).

Большинство опрошенных респондентов никогда не занимались водными видами спорта, но это никак не отразится на их способностях к плаванию во время занятий.

Также, как видно из опроса, ровно половина опрошенных студентов все-таки хотели бы заниматься физической культурой в бассейне.

Студентам-респондентам было предложено выбрать, чем они хотели бы заниматься больше всего: плаванием на груди, на спине, под водой или прыжками в воду. Результаты опроса представлены на графике (рис. 2).



Рис. 2. Предпочтения студентов для занятий в бассейне.

Заключение. Представленные виды физической активности примерно в равной степени интересуют студентов, а значит, можно во время тренировок чередовать данные виды плавания.

Чтобы обеспечить все университеты инфраструктурой для плавания, потребуется немало времени и финансовых средств. Но, возможны и другие варианты – например, арендовать уже существующие бассейны для занятий студентов. Данная практика уже применяется, примером тому служат занятия физической культурой на стадионе «Труд» у студентов разных университетов Краснодар. ВУЗы не занимаются постройкой спортивной инфраструктуры, а лишь арендуют необходимое им пространство (беговой стадион, спортивный зал, футбольное поле, баскетбольную площадку). Так же можно поступить и с бассейнами.

Плавательная подготовка студенчества очень эффективна для поддержания здорового образа жизни. Студентам она особенно важна, помогая расслабиться во время постоянной мозговой активности. В России очень мало ВУЗов практикуют занятия в бассейне, но в будущем данная проблема должна решиться с помощью государственных программ строительства инфраструктуры для плавания и субсидий университетам на аренду спортивных бассейнов.

Список литературы:

1. Александров С.Г., Белинский Д.В. История, теория и методика физической культуры и отдельных видов спорта: Практикум для студентов вузов. – Краснодар: Краснодарский кооперативный институт, 2018. – 116 с.
2. 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.
3. 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.
4. 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.

5. Арсеньев, Н. В. Значение плавания для здоровья человека / Н. В. Арсеньев, Д. Ш. Душабаев // Молодой ученый. — 2017. — № 41 (175). — С. 153-154. — URL: <https://moluch.ru/archive/175/45873/> (дата обращения: 13.02.2022).

6. Гесслер, А. Ю. Влияние плавания на здоровье человека / А. Ю. Гесслер, Д. С. Приходов, Е. И. Малыгин // Молодой ученый. — 2020. — № 23 (313). — С. 674-676. — URL: <https://moluch.ru/archive/313/71388/> (дата обращения: 13.02.2022).

7. Ложкина, Н. П. Плавание в системе физического воспитания студентов в вузе / Н. П. Ложкина, О. П. Ложкина, В. А. Цзян. // Молодой ученый. — 2019. — № 52 (290). — С. 446-448. — URL: <https://moluch.ru/archive/290/65601/> (дата обращения: 20.01.2022).

8. Сими́на Т.Е. Плавание в физическом воспитании студентов: учебное пособие/ Т.Е. Сими́на, Г. Б. Кондраков, Е. Г. Михальченко, Е. Г. Стадник. - Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – 69 с. — URL: <https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/Kafedra-fizicheskogo-vozpitanija/Documents/165> (дата обращения: 20.01.2022).

9. История возникновения и развития плавания [Электронный ресурс]: Занятие № 15. – 2022. – Режим доступа: <http://vsev-sport.ru/programma-navigator/6881/> (дата обращения: 13.02.2022).

10. Техника плавания [Электронный ресурс]: Plavaem.info. – 2012-2021. - Режим доступа: http://plavaem.info/tehnika_plavaniya.php (дата обращения: 20.01.2022).

11. Соотношение бассейнов в США и России [Электронный ресурс]: WiaHome.com. – 2018. - Режим доступа: https://wiahome.com/info/sotnoshenie_baseinov_v_ssha_i_rosi_ravno_270_000_na_4800_ili_pochemu_nam_ne_stoit_zhdat_pobed_analitika_na_wiahome_com.html (дата обращения: 20.01.2022).

12. 9 вузов с бассейнами [Электронный ресурс]: Учѐба. ру. – 2013-2022. – Режим доступа: <https://www.ucheba.ru/article/67#> (дата обращения: 20.01.2022).

13. 500 бассейнов ВУЗам России [Электронный ресурс]: Смена. – 2014-2022. – Режим доступа: <https://smena.org/index.php/novosti/109-500-bassejnov-vuzam-rossii> (дата обращения: 20.01.2022).

Александров С.Г.
к.п.н., доцент кафедры
бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Сушко Д.И.
обучающийся 2 курса факультета экономики,
менеджмента и торговли по направлению
подготовки «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

**ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАНЯТИЙ ФИЗКУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ
СТУДЕНТОВ ВУЗОВ В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ: К ПОСТАНОВКЕ
ВОПРОСА**

**ABOUT THE ORGANIZATION OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS
FOR UNIVERSITY STUDENTS IN THE ONLINE SPACE: TO THE
FORMULATION OF THE QUESTION**

Аннотация. В данной работе рассматривается проведение занятий физической культурой в дистанционном формате с использованием информационно-коммуникативных технологий. Обосновывается важность поддержания «здорового образа жизни» и необходимость внедрения его элементов в учебный процесс. Проведено исследование образа жизни студентов, наличия у них проблем со здоровьем из-за недостаточной физической активности. Проанализировано уделяемое ими время на физкультурно-спортивную деятельность. Разработаны рекомендации по организации занятий по дисциплине «Физическая культура» в дистанционном формате.

Annotation. In this paper, we consider conducting physical education classes in a remote format using information and communication technologies. The importance of maintaining a "healthy lifestyle" and the need to introduce its elements into the educational process is substantiated. A study of the lifestyle of students, whether they have health problems due to insufficient physical activity was conducted. The time they spend on physical culture and sports activities is analyzed. Recommendations on the organization of classes in the discipline "Physical Culture" in a distance format have been developed.

Ключевые слова: студенты вузов, дистанционное обучение, физическая активность, физическая подготовка, здоровый образ жизни, режим бодрствования, правильное питание.

Keywords: university students, distance learning, physical activity, physical fitness, healthy lifestyle; wakefulness, proper nutrition.

Телефоны и персональные компьютеры стали неотъемлемой частью жизни каждого человека. Каждый день миллионы людей из самых разных точек земного шара выходят во всемирную паутину (World Wide Web), получают колоссальное количество информации в считанные секунды. Если бы была возможность сказать людям из начала 20 века, что совсем скоро будет создано нечто, что уместит в себе все знания человечества и будет размером с портмоне, вероятно, они бы сочли сказанное выдумкой, а сказавшего безумцем.

Интеграция информационно-коммуникационных технологий в учебный процесс всегда была вопросом времени. Человеческая сущность с момента ее появления требовала и будет требовать упрощения всех повседневных задач. Несомненно, именно этот фактор и поспособствовал созданию всего, что мы имеем на данный момент, да и многие согласятся, что гораздо проще носить с собой легкий и компактный планшет, нежели десятки громоздких книг. Интернет-технологии открывают безграничные возможности для всех желающих, в особенности для тех, кто хочет учиться и самосовершенствоваться: начиная от обычных бытовых задач до построения сложных программ физической тренировки [1, 4, 5].

Уже сегодня благодаря компьютерным технологиям значительно сократилось время составления оптимальных программ тренировок для различных спортсменов. Так, изучив физические данные с помощью специальных мобильных приложений можно проследить динамику изменения состояния своего организма [2, 3].

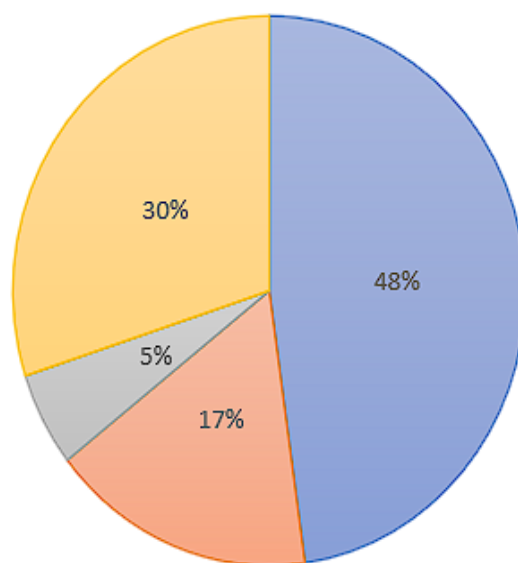
Буквально несколько лет назад беседы об организации дистанционных занятий для учебных заведений казались чем-то неосуществимым. Однако, нелегкая эпидемиологическая обстановка в мире внесла свои коррективы и теперь общество должно адаптироваться к новым условиям. Некоторые организации, из-за соответствующих ограничительных мер, были вынуждены ввести дистанционный и смешанный формат обучения в целях недопущения большого скопления людей в замкнутом пространстве [6]. В связи с этим проблема организации занятий физической

культуры стала актуальной как никогда раньше. Из-за дистанционного формата обучений студенты стали чаще испытывать на себе недостаток физической активности: проблемы с позвоночником, расстройства в эмоциональном плане, апатии, депрессии, невроты и прочее [7].

Нами было проведено оригинальное исследование двигательной активности и подготовленности студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова. В анонимном анкетном опросе приняли участие 90 студентов 1-3 курса очной формы обучения по направлению «Экономика».

Первый вопрос нашей анкеты был направлен на изучение образа жизни студентов. Как видно из рис. 1, 2/3 студентов проявляют крайне низкую физическую активность в течение суток: 65% респондентов имеют несбалансированный режим бодрствования, не следят за своим питанием и практически не проявляют активности, остальные же 35% стараются вовремя ложиться спать и вставать по утрам, следят за своим питанием и занимаются физическими упражнениями.

Охарактеризуйте ваш образ жизни



- Сбитый режим бодрствования, неправильное питание, низкий уровень физической активности
- Оптимальный режим бодрствования, среднее питание, средний уровень физической активности
- Правильный режим бодрствования и питания, высокий уровень физической активности
- Правильный режим бодрствования, среднее питание, низкий уровень физической активности

Рис. 1. Оценка студентами собственного образа жизни.

Следующим вопросом был направлен на выявление причин такой низкой физической активности среди молодежи (Рис. 2). Больше трети голосов, а именно 39% назвали главной причиной своей неактивности выполнение учебных заданий, другой же трети опрошенных – 31%, не хватает времени на физические упражнения из-за работы. Оставшаяся треть – 30%, не занимается спортом в силу отсутствия заинтересованности в данном виде деятельности и под влиянием иных факторов.

В связи с чем снижена ваша физическая активность



Рис. 2. Оценка причин низкой физической активности студентов.

Поскольку многие студенты не уделяют должного внимания своему физическому здоровью, то очевидным вопросом будет «Испытываете ли вы проблемы со здоровьем из-за недостаточной физической активности?» (Рис. 3). Как видно из приведенных данных, больше половины опрошенных, а именно 64%, испытывают различные проблемы. К их числу относятся недомогания, раздраженность, эмоциональная нестабильность, боли в суставах и прочее. Остальные 36% респондентов либо не испытывают никаких проблем, либо просто не обращают внимания на них или связывают их с другими причинами.

Испытываете ли вы проблемы со здоровьем из-за недостаточной физической активности

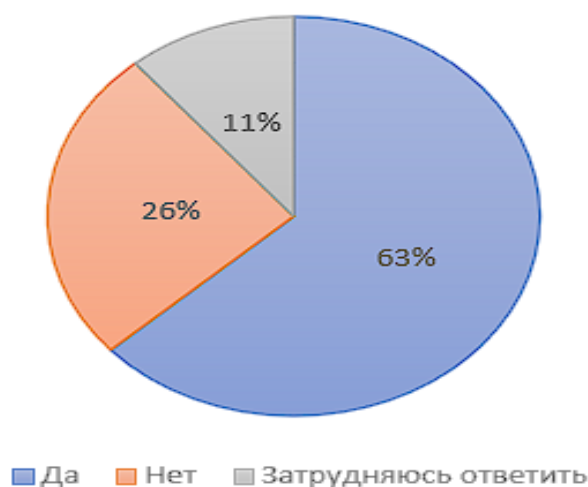


Рис. 3. Оценка студентами присутствия у них «проблем со здоровьем» в связи с низкой двигательной активностью.

Исходя из полученных данных, почти половина опрошенных, 49%, уделяют менее 30 мин. в сутки на занятия физическими упражнениями. Около трети, 30% опрошенных, занимаются спортом от 30 минут до 1 часа. Пятая часть респондентов, 19% занимаются от 1 до 2 часов в день. И лишь 2% студентов тратят на поддержание своего физического здоровья более 2 часов в сутки.

Сколько времени вы уделяете на занятия спортом в сутки

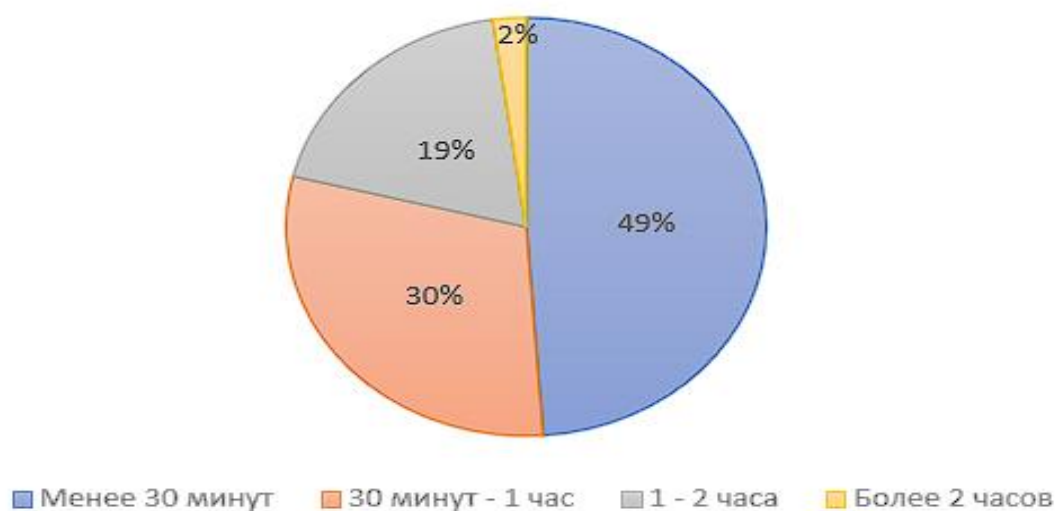


Рис. 3. Оценка студентами затрачиваемого времени на физкультуру и спорт.

Таким образом, в условиях дистанционного формата обучения время практических занятий физической культурой в значительной степени были заменены выполнением теоретических заданий. Безусловно, физическая культура подразумевает не только навыки и практическое применение знаний, но и теоретические основы. Однако, как показало исследование, полностью отказаться от физических нагрузок невозможно. Чтобы решить эту проблему, нами были разработаны методические рекомендации, направленные на повышение физической активности студентов.

Важной составляющей здорового образа жизни, несомненно, является правильное питание. Прежде всего необходимо исключить, или по крайней мере сильно сократить, употребление «быстрых перекусов» (так называемый фаст фуд). Включить в свой рацион больше овощей и фруктов, пить чистую воду.

Для соблюдения такого режима питания студентам можно установить на телефоны такие приложения, как «Счетчик калорий», «Правильное питание» и т.п. Кроме того, в ходе практических занятий в дистанционном формате делиться достигнутыми результатами и обсуждать возможные способы их улучшения.

Так как физические нагрузки для каждого человека выбираются индивидуально, то для поддержания минимальной физической активности во время дистанционных занятий можно отводить некоторое время на проведение разминки.

Посредством видеоконференций организовать «домашнюю разминку» несложно, однако, для упрощения процесса, мы предлагаем разделить на каждое занятие упражнения по группам мышц. Это позволит закрепить теоретические знания, определить значение разминки для себя, сильные и слабые места физической кондиции каждого студента.

Такой формат проведения академических занятий позволит контролировать физическую активность студентов, совершенствовать физические возможности студентов индивидуально.

Заключение, рекомендации. Таким образом, интеграция дистанционных занятий в формирование физической культуры личности студентов вузов должна проходить постепенно и дозировано. Это позволит сформировать совокупность необходимых привычек, которые помогут студенческой молодежи в достижении целей личностного развития. Поддержание культуры правильного питания и двигательной активности, режима сна и бодрствования крайне необходимы, в особенности в условиях дистанционного обучения.

Предложенные рекомендации позволят студентам выработать «полезные привычки», получить необходимые знания в сфере физической культуры и спорта, определить индивидуальные особенности и возможности организма.

Список литературы:

1. Александров С.Г. Организация занятий физической культурой со студентами в условиях распространения новой коронавирусной инфекции / С.Г. Александров, П.В. Кравцова // Сфера услуг: инновации и качество. - 2021. - № 53. - С. 4-13.

2. 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.

3. 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.

4. Савельев Д. С. Реализация онлайн-формата учебных занятий по физической культуре в условиях вуза / Д. С. Савельев, В. А. Куванов, Е. С. Жерлыгина // Теория и практика физической культуры. – 2021. – № 3. – С. 15-17.

5. Летягин Д. А. Использование дистанционного обучения на уроке физической культуры / Д. А. Летягин, Л. М. Кравцова // Дистанционные образовательные технологии в современной школе: опыт, проблемы, перспективы развития: Материалы Международной научно-практической конференции, Челябинск, 16–17 декабря 2020 года. – Челябинск: изд-во «Библиотека А. Миллера», 2021. – С. 161-163.

6. Организация занятий физической культурой в дистанционном формате / Д. М. Воронин, Е. Г. Воронина, А. В. Киселев, И. В. Киселева // Современные здоровьесберегающие технологии. – 2020. – № 2. – С. 7-18.

7. Тунева А. А. Влияние пандемии на переход занятий физической культурой в цифровой формат / А. А. Тунева // Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22–23 апреля 2021 года. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им.Г.В.Плеханова», 2021. – С. 1332-1336.

References.

1. Alexandrov S.G. Organizacija zanjatij fizicheskoj kul'turoj so studentami v uslovijah rasprostranjenja novoj koronavirusnoj infekcii [Organization of physical culture classes with students in the conditions of the spread of a new coronavirus infection // Sfera

uslug: innovacii i kachestvo [Sphere of services: innovations and quality]. - 2021. - No. 53. - pp. 4-13. (In Russ.).

2. Alexandrov S.G. Organizacija zanjatij po fizicheskoj kul'ture so studentami vuzov v distancionnom rezhime [Organization of physical culture classes with university students in remote mode]: Uchebno-me'todicheskoe posobie [Educational and methodological manual]. – Krasnodar: IP Tasalov A.V., 2021. (In Russ.).

3. Alexandrov S.G. Organizacija samostojatel'nyh zanjatij fizicheskoj kul'turoj i splortom studentov vuzov [Organization of independent physical culture and sports classes for university students]: Uchebno-me'todicheskoe posobie [An educational and methodological manual]. – Krasnodar: IP Tasalov A.V., 2021. (In Russ.).

4. Saveliev D. S. Realizacija onlajn-formata uchebnyh zanjatij po fizicheskoj kul'ture v uslovijah vuza [Implementation of the online format of physical education classes in the conditions of a university] // Teorija i praktika fizicheskoj kul'tury [Theory and practice of physical culture]. - 2021. – No. 3. – pp. 15-17. (In Russ.).

5. Letyagin D. A. Ispol'zovanie distancionnogo obuchenija na uroke fizicheskoj kul'tury [The use of distance learning in a physical education lesson] // Distancionnye obrazovatel'nye tehnologii v sovremennoj shkole: opyt, problemy, perspektivy razvitija [Distance learning technologies in a modern school: experience, problems, development prospects]: Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Materials of the International Scientific and Practical Conference], Chelyabinsk, December 16-17, 2020. – Chelyabinsk: Publishing house "A. Miller Library", 2021. – pp. 161-163. (In Russ.).

6. Organizacija zanjatij fizicheskoj kul'turoj v distancionnom formate [Organization of physical culture classes in a remote format] / D. M. Voronin, E. G. Voronina, A.V. Kiselev, I. V. Kiseleva // Sovremennye zdorov'esberegajushhie tehnologii [Modern health-saving technologies]. - 2020. – No. 2. – pp. 7-18. (In Russ.).

7. Tuneva A. A. Vlijanie pandemii na perehod na perehod zanjatij fizicheskoj kul'turoj v cifrovoj format [The impact of the pandemic on the transition of physical education to digital format] // Aktual'nye problemy, sovremennye tendencii razvitija fizicheskoj kul'tury i sporta s uchetom realizacii nacional'nyh proektov [Actual problems, current trends in the development of physical culture and sports, taking into account the implementation of national projects]: Materialy 3 Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem [Materials of the III All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation], Moscow, April 22-23, 2021. – Moscow: Plekhanov Russian University of Economics, 2021, pp. 1332-1336. (In Russ.).

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

**ОБЗОР РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КРАСНОДАРА)**

**MARKET OVERVIEW OF CONSULTING SERVICES
(ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF KRASNODAR)**

Аннотация: изучение рынка консалтинговых услуг является значимым для бизнеса. Компании время от времени нуждаются в привлечении профессиональных сторонних экспертов, имеющих большой опыт решения разноплановых проблем организаций и постоянно обновляющих свои знания, для получения наиболее объективного взгляда о положении фирмы, а также советов по повышению эффективности работы и достижению конкурентных преимуществ.

Abstract: the study of the consulting services market is significant for business. Companies from time to time need to attract professional third-party experts with extensive experience in solving diverse problems of organizations and constantly updating their knowledge to get the most objective view of the company's position, as well as advice on improving work efficiency and achieving competitive advantages.

Ключевые слова: консалтинг, аудит, рынок, оценочные услуги, маркетинговые услуги, аудиторско-консалтинговые компании, конкуренция.

Keywords: consulting, audit, market, valuation services, marketing services, audit and consulting companies, competition.

Формирование качественной деловой среды региональной экономики во многом зависит от степени развития инфраструктуры, одно из центральных мест в которой занимает консалтинговый бизнес. Консалтинг в России – относительно молодое функциональное направление организации производительных сил.

Весь спектр услуг консалтинговой фирмы, так или иначе, направлен на решение проблем, связанных с управлением деятельностью предприятия. Следовательно, к

консалтинговым услугам можно отнести деятельность по предоставлению любой информации, необходимой фирме для решения той или иной проблемы.

Являясь консультантом и помогая повысить эффективность бизнеса клиентов, компания в первую очередь должна сама быть эффективной, иметь четко выстроенную стратегию и тактику достижения своих целей, а также стремиться улучшить свою деятельность за счет внедрения инноваций. Таким образом, консалтинговые компании должны являться «образцами для подражания» для своих клиентов, быть их проводниками в инновационной среде.

Около 0,22 % совокупной выручки приходится на г. Краснодар, который представляют АКГ «Ваш СоветникЪ», ООО «Фабер Лекс», ООО «Аудит без границ».

На рынке аудита и консалтинга г. Краснодара работает более 200 компаний. Наиболее крупные из них – АКГ «Ваш СоветникЪ», «Аудит-Альянс», – консалтинговые компании, которые входят в международные сети. На долю крупнейших игроков приходится 2/3 рынка. Среди них можно выделить аудиторско-консалтинговые группы: «А-Коста», «Ваш СоветникЪ», «Аудит-Альянс», аудиторские фирмы – «Актив Аудит», «Фабер Лекс» и консалтинговая – «Эксперт».

Структура рынка аудита и консалтинга г. Краснодара представлена на рисунке 1.

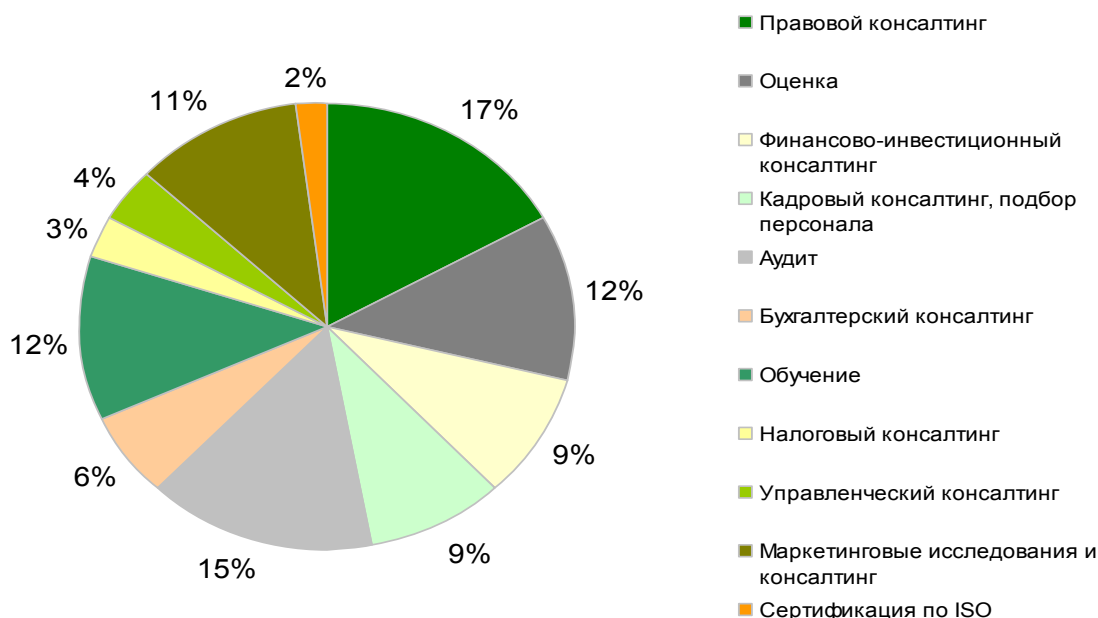


Рис. 1. Структура рынка аудита и консалтинга г. Краснодара

В структуре рынка аудита и консалтинга г. Краснодара – 17% рынка приходится на правовой консалтинг. Серьезную конкуренцию в этом направлении составляют: ООО

ГК «Эксперт», группа компаний «Фабер Лекс», АКГ «Ваш СоветникЪ», представительство московской компании «Вегас Лекс», АО «Бизнес-фактор», ООО «ФМ консалтинг».

Аудиторские услуги – 15% рынка, которые представлены на рынке следующими основными игроками: «Аудит Альянс», АКГ «Ваш СоветникЪ», аудиторская фирма «Актив-Аудит», «Аудит без границ», ООО АФ «Аудит-консалтинг».

Оценочные услуги – 12% рынка. На рынке в этом направлении работают: «Агентство оценки, экспертизы и консалтинга», группа компаний «А-Коста», ООО «Центр оценки и экспертизы собственности», группа компаний «Фабер Лекс», компания АО «Бизнес-фактор».

Обучение и повышение квалификации составляют 12 % рынка. Основные игроки на рынке – это АКГ «Ваш СоветникЪ», «Аудит Альянс», «Аудиторско-консалтинговый центр», НЧОУ ДПО «УЦ «Персонал-Ресурс», «Персоналити-Л».

Доля маркетинговых услуг на рынке – 11%. Основные конкуренты на рынке: «Ваш СоветникЪ», «Макон-консалтинг», консалтинговая группа «Эксперт», а также такие компании как: центр маркетинговых технологий «Амадеус», агентство коммуникаций «R-Class».

Подбор персонала и кадровый консалтинг, так же, как и финансово-инвестиционный консалтинг, составляет 9% рынка. Подбором персонала в Краснодарском крае занимаются следующие компании: АКГ «Ваш СоветникЪ», центр развития персонала «Авангард», центр новых профессий «Плеяды», кадровый центр «Аудит Альянс», консалтинговая группа «Экконс».

В сфере финансово-инвестиционного консалтинга работают АКГ «Ваш СоветникЪ», Агентство экономического развития Краснодарского края, «Аудит Альянс», группа компаний «Эксперт», «Аудиторско-консалтинговый центр», ООО АФ «Аудит-консалтинг».

6% составляет бухгалтерский консалтинг. На рынке представлены – группа компаний «А-Коста», группа компаний «Фабер Лекс», «Аудит-Альянс», ООО «ФМ консалтинг», Региональный центр сертификации и консалтинга, ООО АФ «Аудит-консалтинг».

4% рынка приходится на управленческий консалтинг. В этом направлении работают: АКГ «Ваш СоветникЪ», «Аудит Альянс», «Аудиторско-консалтинговый центр», «Центр поддержки предприятий».

Налоговый консалтинг занимает 3% рынка. Основные игроки – группа компаний «А-Коста», АКГ «Ваш СоветникЪ», «Аудит Альянс», группа компаний «Фабер Лекс».

В ходе проведенного с компанией АКГ «Ваш СоветникЪ» исследования конкурентов выяснилось, что основными соперниками АКГ являются: ООО «Аудит Альянс», группа компаний «А-Коста». На вопрос, «Какие аудиторско-консалтинговые фирмы г. Краснодара Вы знаете?», 30 % респондентов отметили «Аудит Альянс», 28% – «Ваш СоветникЪ», 17 % – «А-Коста» и пр.

Основными конкурентами компании «Ваш СоветникЪ» по направлению маркетинговых услуг в сфере жилой и коммерческой недвижимости являются «Макон-консалтинг» и консалтинговая группа «Эксперт».

Важно отметить, что конкуренция на рынке консалтинговых услуг (маркетинговый, финансовый консалтинг) базируется не только на цене. На рынке присутствует низкая ценовая эластичность.

В г. Краснодаре и в целом в крае достаточно благоприятные условия для развития консалтинга, в том числе и маркетингового направления. Сложившаяся экономическая ситуация позволяет оставаться на рынке тем консалтинговым компаниям, которые действительно оказывают качественные услуги и которые смогли завоевать рынок края своей квалификацией и своим опытом. Также достаточно важно для консалтинговых компаний в этих условиях найти свое место на рынке и быстро реагировать на новые условия, изменения.

Таким образом, услуги аудиторско-консалтинговых компаний г.Краснодара развиваются динамично, влияя на его упорядоченность и структуризацию. Количество участников рынка и спектр услуг, оказываемых консалтинговыми компаниями, расширился (по сравнению с кризисным периодом), что привело к ужесточению конкуренции на данном рынке. Эти факторы, в конечном счете, обуславливают прогрессивное развитие консалтингового бизнеса и, следовательно, вселяют уверенность в качественном развитии региональной деловой среды.

Список литературы:

1. Куклина Е.А. Консалтинг как элемент инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в России [Электронный ресурс]/ Е.А. Куклина, А.А. Коршунова. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38099077>
2. Лапенков В.Ю. Факторы конкурентоспособности российских компаний на рынке консалтинговых услуг/ В.Ю. Лапенков// Креативная экономика. — 2019. — № 8. — С. 1549-1562.
3. Раех-а: официальный сайт. — Москва. — URL: <https://raex-a.ru/>

*Денисова Н.И.**к.т.н., доцент кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель А.Ю.**к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Насырова А.З.,**обучающаяся 3 курса направления Торговое дело
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

РОЛЬ ТАРЫ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

THE ROLE OF PACKAGING IN THE ENVIRONMENTAL POLICY OF ENTERPRISES

Аннотация: одной из наиболее серьезных экологических проблем, стоящих перед промышленно-развитыми странами, является загрязнение окружающей среды бытовыми и технологическими отходами, которые токсичны, химически активны, содержат вредные компоненты. Увеличение спроса на натуральные продукты и широкий интерес потребителей к здоровому питанию в последние годы отмечен во всем мире. Все это неразрывно связано с необходимостью использования для такой продукции экологически безопасной упаковки. Поскольку мир становится все более экологически сознательным, то вопросы хранения, транспортирования и продажи различных предметов находятся в авангарде изменений.

Annotation: One of the most serious environmental problems facing industrialized countries is environmental pollution by household and technological waste, which is toxic, chemically active, and contains harmful components. The increase in demand for natural products and the wide interest of consumers in healthy nutrition in recent years has been noted all over the world. All this is inextricably linked with the need to use environmentally friendly packaging for such products. As the world becomes more environmentally conscious, the issues of storage, transportation and sale of various items are at the forefront of changes.

Ключевые слова: тара, экологически безопасная упаковка, проблемы решения, варианты упаковки.

Keywords: packaging, environmentally friendly packaging, solution problems, packaging options.

Движение большинства товаров из сферы производства в сферу потребления невозможно без упаковки, которая представляет собой средство для защиты товаров от повреждений, от потерь и для повышения эстетичности товаров.

По данным экологических служб, только в Европе ежегодно производится несколько миллионов тонн различной упаковки. Из них перерабатывается только 29% с получением различного вида продукции, а около 30% – направляется на сжигание [7].

Размещение отходов на свалках и захоронения их в земле и в море не может быть надёжным способом снижения их воздействия на окружающую среду.

Одной из важных тем в последние годы является использование пластиковой упаковки и вред от нее для экологии. Долгое время считалось, что лучшей является упаковка из бумаги, металла или стекла, однако это не совсем так, поскольку при изготовлении бумажных пакетов и картонных коробок тратится в четыре раза больше воды и энергии, а в атмосферу попадает на 70% больше загрязняющих веществ. Поэтому по экологичности производства они уступают пластику [7]. В последний год потребление бумаги, картона и других упаковочных материалов, изготовляемых из древесины, становится все меньше [4].

Большая часть всех отходов, которые находятся на мусорных свалках и полигонах страны относится к одноразовой упаковке в виде пакетов и пленок (39,2%), пластиковые контейнеры (17,9%), бутылки (15,6%) и другие виды [7].

Требования к упаковке касаются не только безвредности для окружающей среды, но и прочности, практичности и удобства. Именно удобство пользования выделяют большинство (68%) потребителей, в связи с чем популярностью у них пользуются пластиковые пакеты. Каждый россиянин по данным исследований АКОРТ, использует в течение года 181 пакет, для страны эта цифра составляет 5% от общемирового количества, поскольку достигает 26,5 млрд. пакетов [6].

Но не менее удобны и гораздо более экологичны тканевые сумки-шоперы и простые авоськи, выдерживающие гораздо больший вес. Весь ноябрь «Магнит» совместно с международным производителем товаров для гигиены и здоровья Essity проводил акцию, по которой покупателям бумаги Zewa дарили эко-сумки за покупку (выдано более 37 тысяч эко-сумок), что являлось элементом воспитания аудитории покупателей экологически безопасного потребления и поведения.

Кроме того «Магнит» уделяет особое внимание бережливому потреблению ресурсов. С этой целью во всех торговых точек сети собирают отходы (пластик, пленка,

картон) и отправляют в распределительные центры компании. После сортировки их отдают на переработку специализированным организациям. Во многих точках сети установлены фандоматы (для сбора использованной тары), специальные боксы для сбора крышечек и контейнеры для сбора отработанных батареек[6].

В течение полугода три торговые сети («Пятерочка», «Магнит» и «Эльдорадо») в Москве и Краснодаре предлагали покупателям приобрести на кассе многоразовые сумки-шоперы, способные выдержать гораздо больший вес, и за повторное использование которых покупателям начисляли баллы по программе лояльности. Эти сумки были выполнены из материала спанбонда, который легко утилизируется и был изготовлен из перерабатываемого материала. По этой программе предусматривали побудить покупателей чаще использовать эко-сумки и отказаться от полиэтиленовых пакетов.



Рис. 1. Варианты эко-сумок-шоперов

Экологичная упаковка в настоящее время является одной из ключевых трендов, с помощью которого компании стремятся уменьшить углеродный след и стать более экологически сознательным участником. Это один пример того, как меняется бизнес, и если компании не будут идти в ногу со временем, то могут остаться позади.

Устойчивая упаковка решает экологические проблемы, связанные с жизненным циклом упаковки.

В идеале устойчивая упаковка должна быть получена ответственным образом, разработана так, чтобы быть безопасной и эффективной, изготавливаться из возобновляемых источников энергии, повторно использоваться в течение срока службы и перерабатываться в конце срока службы.

Идея заключается в том, чтобы уменьшить затраты на упаковку и воздействие экологического ущерба на окружающую среду и на планету.

Переходя на более экологичный способ упаковки и хранения продуктов, организации могут помочь уменьшить ущерб, наносимый планете и ее хрупкой экосистеме.

На это есть основные причины, по которым бизнесу следует инвестировать в экологичную упаковку.

Прежде всего, это правильное решение. С этической точки зрения нет оправдания тому, чтобы не придерживаться более экологичной политики в отношении упаковки.

Мир находится на грани, загрязнение пластиком находится на рекордно высоком уровне, а половина всего произведенного пластика была произведена за последние 15 лет. Около 8 миллионов тонн пластиковых отходов ежегодно попадает в океаны из прибрежных стран. Это все равно, что разложить по несколько мешков с мусором на каждой береговой линии по всему миру.

Доказано, что каждую секунду в мире выбрасывается 160 тыс. пластиковых пакетов, которые разлагаются почти 400 лет, загрязняют почву и воду, от них страдают животные и рыбы — путаются в них, принимают за пищу, в результате чего умирают.



Рис.2. Жертвы пластика в Средиземном море

Именно одноразовый пластик является самым главным и опасным загрязнителем. Поэтому многие страны, такие как Монако, Северная Македония и Индия запрещают одноразовый пластик, на очереди и другие страны, в том числе и Гонконг [8].

Настало время перейти от пластиковой упаковки к более экологичному варианту.

Вторая причина заключается в том, что бизнес должен адаптироваться, иначе он

потерпит неудачу. Долгосрочная, устойчивая упаковка – это будущее, от этого никуда не деться.

Сегодня потребители очень хорошо осведомлены о компаниях и их углеродном следе. Большая часть миллениалов были бы более лояльны к компании, которая помогает им решать социальные и экологические проблемы.

А поколение, стоящее за ними, еще более увлечено защитой окружающей среды. Ни один бизнес не будет продолжаться без подлинной, искренней экологической политики, и устойчивая упаковка является одной из основных черт этой политики.

Из современных упаковочных материалов, способных в будущем конкурировать с целлюлозно-бумажной продукцией, перспективными являются дешевые, экологичные пластики – биоразлагаемые полимеры, которые внедряются в производство и постепенно начинают вытеснять неорганические пластики.

Биоразлагаемые полимеры получают из возобновляемого растительного сырья — кукурузы, картофеля, бобовых, пшеницы, свеклы, тапиоки, древесины тополя и осины, которое можно использовать практически непрерывно. Влияние новой упаковки на окружающую среду на 30-70% меньше.

Компания Notpla создала пленку на основе морских водорослей, основанную на растениях и полностью натуральную, полностью биоразлагаемую, которая заменяет пластик. Для предприятий общественного питания, работающих на вынос, разработали способ прочной герметизации без пластика или смешанных материалов. С помощью пленки на растительной основе, изготовленной из морских водорослей, происходит защита не только продуктов питания, но и поверхности контейнеров на вынос, которое предотвратит просачивание жира в упаковку.

Растительный белок, который является побочным продуктом сельского хозяйства, может служить основой для получения полимерной пленки, которая не требует сшивки.

Ученые Шотландии работают над методом «Цветочной материи», который позволяет превращать в кожу, бумагу или упаковочную пену отходы цветов, поскольку почти 40% цветов даже не попадают к покупателям, а выбрасываются. Обработывая лепестки цветов, можно снизить попадание пластика в океаны, озера, реки и сушу.

Не все компании могут сразу же соответствовать всем критериям экологичной упаковки, но небольшие шаги в правильном направлении в конечном итоге приведут к этому.

Начать следует с минимизации размера и веса упаковки; чем меньше и легче упаковка, тем меньше времени уходит на ее изготовление и транспортировку.

У компании Amazon можно увидеть большие коробки для мелких товаров, поэтому нужно убедиться в том, что упаковка подходит для продукта [6].

Удивительно, но чернила могут быть самой дорогостоящей и расточительной частью процесса упаковки. Если же использование чернил необходимо, то лучше применять соевые чернила, так как они более экологичны, и их также можно обесцвечивать, что упрощает их переработку.

Изготовление упаковки из переработанного материала – это огромный шаг вперед на обоих концах производственной линии, который в долгосрочной перспективе сэкономит финансовые ресурсы.

Что касается остальных экологических стратегий упаковки, обратить внимание следует на растительную упаковку. Варианты на растительной основе быстро проникают в мир упаковки продуктов. Как следует из названия, эти материалы изготавливаются из биологических источников – от грибов и морских водорослей до кукурузы и пищевых отходов [1].

Правильные варианты упаковки на растительной основе будут зависеть от продуктов, которые нужно упаковать или отправить. Например, если компания продает продукты питания, она должна убедиться в том, что материал может защитить продукт, не влияя на его вкус. Если компания отправляет более объемные товары, то выбирать нужно прочные материалы на растительной основе, такие как упаковка из кукурузного крахмала и грибов.

Говоря о растительной упаковке, следует упомянуть и о съедобной упаковке. Съедобную упаковку, как правило, называют двоюродной сестрой растительной упаковки, поскольку происходят они из одного и того же семейства, то есть из биологических источников, но съедобная упаковка делает еще один шаг вперед, поскольку ее можно есть безопасно. Эта упаковка съедобна, безопасна для пищевых продуктов и использовалась на спортивных мероприятиях (Лондонский марафон, где бегуны могли пить воду без чашки) [3].

Съедобная упаковка – идеальный вариант для розничных продавцов продуктов питания и напитков, поскольку она может стать отличным дополнением к вкусным предложениям.

Внимания заслуживает и компостируемая упаковка, изготавливаемая из

материалов, которые можно компостировать дома и в коммерческих целях. Они часто изготавливаются из полимеров растительного происхождения, которые могут разлагаться в компосте.

Время, требуемое для полного компостирования упаковок, будет зависеть от материалов и их качества. Коммерческое предприятие по производству компоста может разложить эти упаковки за 90 дней, в то время как домашнее компостирование может занять примерно 180 дней [1].

Упаковочные материалы имеются в изобилии в цепочке розничных поставок. Продукты упаковываются в мешки или пакеты, прежде чем они попадут в организацию, часто с использованием дополнительной упаковки. Таким образом, компаниям необходимо оптимизировать то, как товары перемещаются по цепочке, чтобы можно было свести к минимуму эти материалы и связанные с ними отходы [1].

Многие компании работают со своими поставщиками, чтобы оптимизировать методы цепочки поставок. Можно попробовать следующее:

- правильно спрогнозировать спрос, чтобы избежать перепроизводства или избыточного заказа продукции;
- консолидировать поставки, чтобы использовать меньше упаковочных материалов;
- призывать своих партнеров по цепочке поставок использовать экологичные материалы на протяжении всего процесса.

Рекомендуется также работать с производителями, которые отдадут приоритет устойчивому развитию. Прежде чем подписать соглашение с поставщиком, нужно спросить об их производственных процессах и методах. Используют ли они экологически чистые материалы? Что они делают, чтобы минимизировать свой экологический и углеродный след?

Если возможно, то следует проверить их помещения, чтобы воочию увидеть их оборудование, расходные материалы и так далее. Оттуда руководство сможет принять взвешенное решение о том, работать с ними или нет.

Компания «Атлантик-Пак» работала над проблемой снижения толщины материалов для упаковки пищевых изделий, поскольку уменьшение толщины пленки приводит к снижению отходов при использовании. Использование технологии одновременной двуслойной ориентации Triple Bubble, позволило разработать такую уникальную пленку для термоформовки, покрывную пленку для лотков при

сохранении прозрачности, термостойкости, высокого уровня непроницаемости по газам и воде и возможности пленки герметично свариваться.

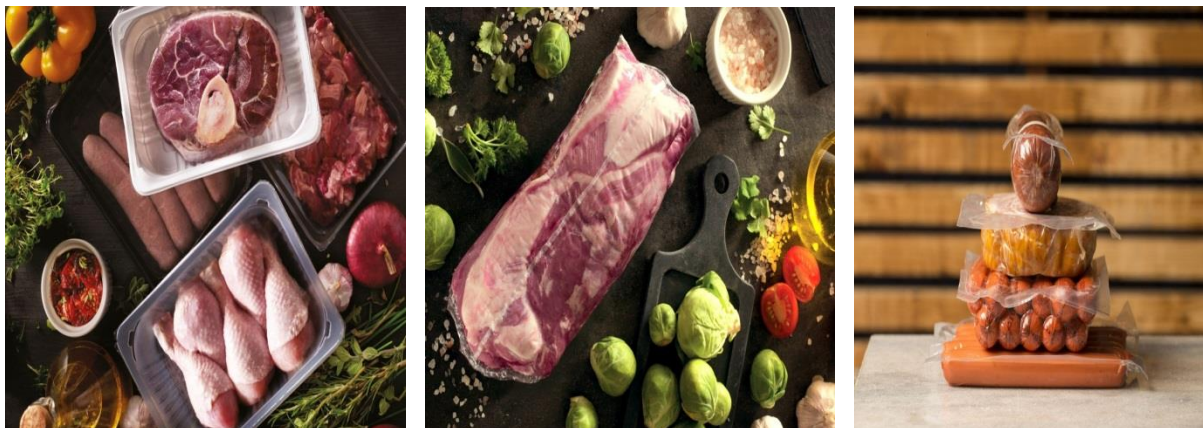


Рис. 2. Использование пленок двуосной ориентации для упаковки пищевых продуктов

Так, компания Ritual, производящая витаминные добавки, служит прекрасным примером бизнеса, использующего переработанную упаковку, вдобавок с чернилами на растительной основе. Также, Ritual перешел на почтовую программу, которая изготавливается исключительно из переработанной газетной бумаги и волокон.

Усилия компании по защите окружающей среды распространяются и на бутылки и крышки. Флаконы для витаминов изготовлены из переработанного пластика, а крышки – из постиндустриальной смолы, то есть остатков производственного процесса.

Отличным примером также является интернет-магазин The Tshirt Mill, который производит одежду и аксессуары по индивидуальному заказу. Это позволяет клиентам распространять свои проекты на различные товары, чтобы они могли создавать уникальные изделия.

Когда дело доходит до выполнения заказов, The Tshirt Mill отправляет заказы в 100% компостируемых почтовых ящиках, которые сделаны из полимера на биологической основе и растительных материалов, таких как пшеница и солома.

Продукция бренда домашнего текстиля Maison Tess признана за высокие стандарты устойчивости и социальной ответственности, и эти меры также применяются компанией по выполнению заказов.

В дополнение к рассылке своей продукции с использованием 100% компостируемых почтовых ящиков, Maison Tess также предлагает многоразовую упаковку. Так, заказы приходят в хлопчатобумажных мешочках на шнурке, которые клиенты могут использовать снова и снова.

Таким образом, экологически чистые инициативы раньше были чем-то новым в деловом мире. Несколько лет назад экологичность была чем-то, что могли продвигать только нишевые или дальновидные компании. Однако сегодня использование устойчивых методов уже не является чем-то приятным – это все больше становится стандартом. Различные организации призывают к более коллективным, экологически безопасным усилиям по сохранению планеты.

Независимо от того, решит ли организация использовать экологически чистые материалы, сменит ли поставщиков или оптимизирует процессы цепочки поставок, необходимо обеспечить реализацию данных инициатив.

Подводя итоги можно отметить, что будущее на рынке тары за новыми, современными и технологичными упаковочными материалами, которые постепенно вытесняют привычные картон и стекло. Производители стремятся добиться значительной экологичности будущей упаковки, используя новейшие разработки ученых и создавая все условия для переработки существующих материалов.

Список литературы:

1. Денисова Н.И. Инновации тароупаковочной индустрии В сборнике: Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения. Сборник научных работ преподавателей III Международной межвузовской конференции. 2019. С. 91-96.
2. Инновации упаковочной индустрии. Упаковочные материалы [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.lesonline.ru/n/3D69C>
3. Новинки в сфере упаковочных материалов // [Электронный ресурс]. – URL: http://www.avalot.ru/novinki_v_sfere_upakovochnyx_materialov.html
4. Требования к упаковке от Amazon: <https://empoaagency.pro/blog/amazon-guide/trebovaniya-k-upakovke-ot-amazon/>
5. Липина А.В. Экоупаковка: современное состояние проблемы и роль дизайна в ее решении. http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz26_pril/51/template_article-ar=K41-60-k49.htm
6. Экологичная упаковка [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Cleandex. – Режим доступа: http://www.cleandex.ru/articles/2008/06/10/ecofriendly_materials13
7. Жихарева Вера Что такое экологичная упаковка. <https://plus-one.ru/manual/2022/04/19/chto-takoe-ekologichnaya-upakovka>

*Козловская С.А.**к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им Г.В. Плеханова**Перевезенцева А.А.**обучающийся на очной форме обучения**по направлению «Экономика»**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Шнак Н.Н.**обучающийся на очной форме обучения**по направлению «Экономика»**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**CURRENT STATUS AND PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF
OPERATIONAL CONTROL AT INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Аннотация: статья посвящена операционному контроллингу, современному концептуальному инструменту управления деятельности промышленного предприятия, который координирует и объединяет процессы планирования, регулирования и контроллинга.

Актуальность и необходимость оперативной реализации контроллинга оправдан. Концепция, цели, задачи и функции операции контроля, его сущность и роль в системе управления отраслью предприятия должны быть приняты во внимание.

Abstract: the article discusses operational controlling- a modern management concept an industrial company that coordinates and integrates processes planning, regulation and controlling. The urgency and need to implement the operation controlling. The concept of management and its feature. The article describes the concept, objectives, tasks and operational controlling functions.

Ключевые слова: оперативный контроллинг, промышленное предприятие, эффективность, система управления, информация, управленческие решения.

Key words: operational controlling, industrial enterprise efficiency, system of management, information, administrative decisions.

На современном этапе развития рыночных отношений промышленность предприятия – это совокупность отделов, которые отличаются по своему виду от видов деятельности, связанных с единым процессом производства продукции или предоставления услуг. Они являются экономически и юридически независимыми хозяйствующими субъектами, которые несут ответственность за результаты своей деятельности, поэтому они особенные, нужна система управления, которая позволит определить конкурентоспособность и положение на динамично-развивающемся рынке.

В условиях экономического кризиса и быстро меняющихся условий экономической среды принятия административных решений становится все более сложным и утомительным процессом, поэтому у руководителей возникает острая потребность в «внутреннем консультанте», который владеет всей необходимой информацией.

В случае отсутствия адекватной и современной информации о текущем состоянии и перспективах деятельности компании возникает необходимость формирования новых подходов к управлению. При их внедрении требуется следующее: разработка и применение таких инструментов, которые не только позволяют прояснить ухудшение экономических проблем компании, но и своевременно дадут сигналы к действию. Они помогут «разработать» узких мест на предприятии с ориентированным на будущее подходом, и они обеспечивают информационную поддержку для управления бизнес-процессами, определенными стратегическими и операционными целями.

Один из инструментов, позволяющих эффективно разрабатывать и внедрять в промышленном предприятии современные подходы к управлению, является контроллинг. В ответ на растущую непредсказуемость и нестабильность внешней среды предприятия контроллинг способствует интеграции частных компонентов – целей, задач и функций управления предприятием – в единый комплекс процессов по средствам информационной поддержке и координации.

Термин «контроллинг» информативен, он передает природу этого современного феномена в управлении и охватывает весь спектр управления процессом для достижения конечных целей и результатов компании.

Потребитель в исследованиях в области контроллинга в современной промышленности рыночные условия компенсируется необходимостью теоретического и методического подхода. Обоснование и разработка методических рекомендаций по

совершенствованию системы стратегического, тактического и оперативного управления на промышленном предприятии. Современная система управления промышленным предприятием не может эффективно функционировать без применения принципов и инструментов контроля.

Основные причины появления новой системы управления на отечественных предприятиях, которое учитывает внедрения контроллинга, включают в себя следующее:

- повышенная нестабильность внешней и внутренней среды предприятия;
- необходимость повышения гибкости и надежности работы предприятия;
- требование создания продуманной системы действий для обеспечения выживания компании и предотвращения кризисных ситуаций;
- выполнение передачи целей управления от контроллинга прошлого к будущему анализа, необходим постоянный мониторинг изменений, происходящих во внешней и внутренней среде компании.

Понимание контроллинга в разных странах, сформировавшиеся на основе деловой и организационной культуры компаний, не только определяет ценности компании, правила принятия управленческих решений, но и координирует работу всех отделов и сотрудников промышленного предприятия.

В мире существует два основных концептуальных подхода к контроллингу между которым существуют другие течения, определяющие направления его развития. В Германии преобладание подходов заключается в предоставлении научного обоснования принципов и методов контроллинга, а в США и некоторых европейских странах реализуется более практичный подход с упором на инструменты контроллинга и их применение на практике.

Понятие «контроллинг» пришло в Россию из Германии. Англоязычные страны относятся к концепции с сочетание контроля, планирования и контроллинга.

В зависимости от степени применения также существует различие между стратегическим и оперативным уровнем, а также стратегическим и оперативным контроллингом. Стратегические вопросы направлены на достижение глобальных целей, поставленных пред долгосрочным промышленным предприятием, и довольно кратко представлен в научной литературе.

Европейские и отечественные авторы такие как: П. Хорват, Д. Хан, Х. Фолмут, Р. Манн, Э. Майер, Н. Г. Данилочкина, Одегов. Ю. Г, А. Дайле, А.М. Карминский, Е. А.

Уткин, Р.А. Фатхутдинов, Е.Г. Ойхман, Г. Рыбацкий, Э. Шерм, подробно рассмотрели общие теоретические аспекты контроллинга, проблемы и принципы стратегического контроллинга не уделяя должного внимания для оперативного контроллинга.

Таким образом, ведущие эксперты по контроллингу Германии, Р. Ман и Э. Майер дают следующие определение: «это система управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности компании, то есть в экономическом плане, с определенной степенью условности, как система управления прибылью компании».

По словам действующего члена Российской академии наук и АБОП Ю.Г. Одегова, система контроллинга представляет собой комплексный подход к управлению, сочетающие элементы планирования, реализации и контроллинга за функционированием стратегии развития и управление бизнесом.

Также такой подход предполагает постоянный мониторинг и всесторонний анализ внутренней деятельности и ресурсов компании, анализ внешних аспектов функционирования компаний – поставщика, покупателя, макроэкономических факторов, государственной политики, изменений в нормативно-правовой базе и другие. Роль операционного контроллинга он состоит из постоянного мониторинга и постоянно деятельности компании.

Именно оперативный контроллинг является наиболее практичным по своему характеру, поскольку основные резервы оптимизации российских компаний находятся в операционной деятельности.

Переход компании к стратегическим целям из года в год осуществляется путем разработки и достижения операционных целей.

В зависимости от текущего состояния бизнеса, компания определяет операционные цели, полностью ориентированные на стратегию, достигают этих целей и устанавливают следующие операционные шаги, тем самым стремясь к стратегическим целям.

В этом процессе горизонтальная координация операционных целей каждой отрасли и бизнес-единицы, и интеграция этих целей с операционными целями важна для компании в целом.

Достижение операционных целей может быть достигнута в разных областях: в разных направлениях и с разной скоростью.

Очевидно, что оптимальным для достижения этих целей является эффективное использование имеющихся ресурсов компании, а именно выполнение основных

функций управления: планирование, управление, организация и контроль над ресурсами компаний.

Для реализации своих функций менеджерам нужна информация: полная, достоверная, пунктуальная, ведь есть определенный минимум количества без эффективного управления невозможно.

Кроме того, необходима не только информация, но только информация, которая систематизирована и проанализирована, интерпретирована и агрегирована, актуальность и информации в оперативном контроллинге входит на первый план, так как информация должна иметь непосредственное отношение к конкретному решению и рассмотреть следующие данные:

- условие, при которых принимается решение;
- целевые критерии; ряд возможных альтернатив (какие решения могут быть приняты в принципе);
- последствие принятия каждой из альтернатив (что произойдет, если будет принято решение).

На основе полученной информации проводится анализ и составляются рекомендации для принятия управленческих решений.

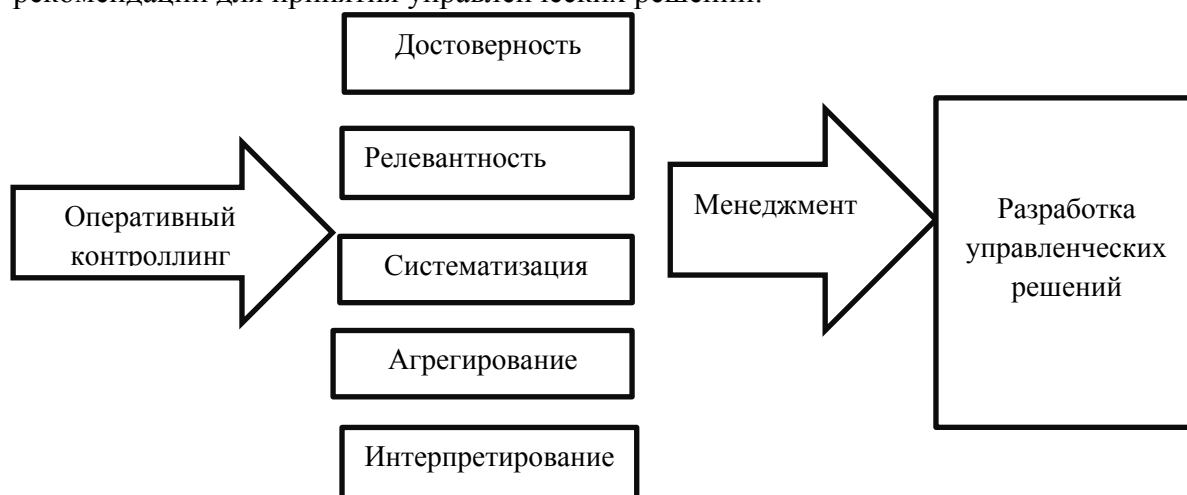


Рис. 1. Структура процесса «Разработка управленческих решений»

Так на промышленном предприятии процесс может выглядеть следующим образом: Менеджер (мастер), составляет оперативно-календарный план, тогда как контроллер дает информацию для составления плана, берет информацию о текущем ходе производства.

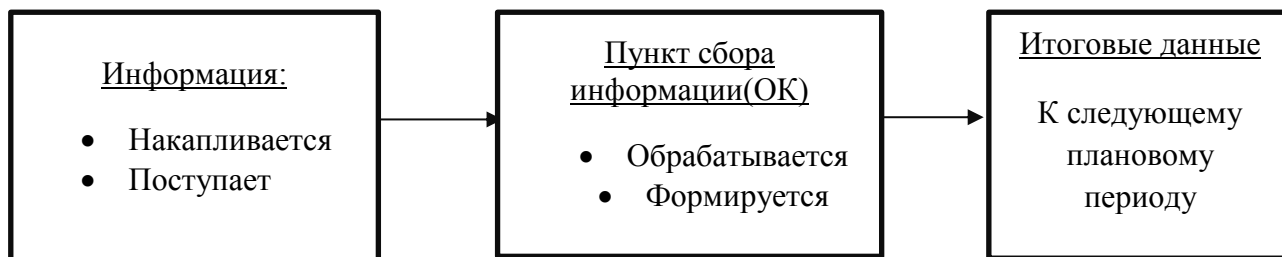


Рис. 2. Процесс принятия управленческого решения на промышленном предприятии

При выполнении этого процесса осуществляется следующие этапы (рисунки 3-5)

1. Этап планирования

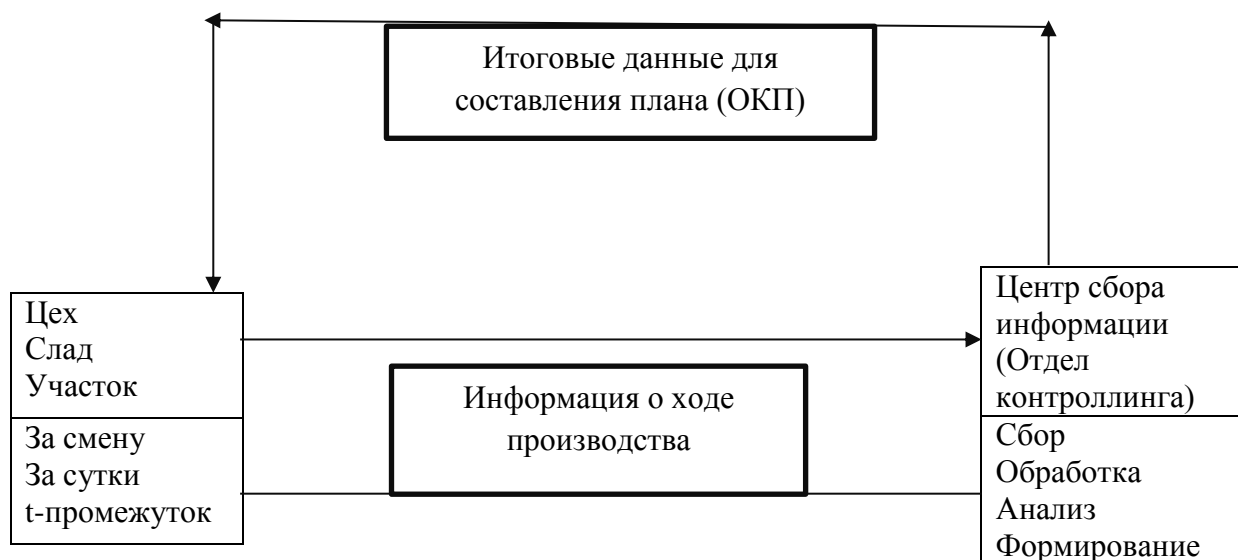


Рис. 3. Особенности принятия решения на этапе планирования

Основными критериями информации являются: достоверность, своевременность и полнота.

2. Этап контроллинга

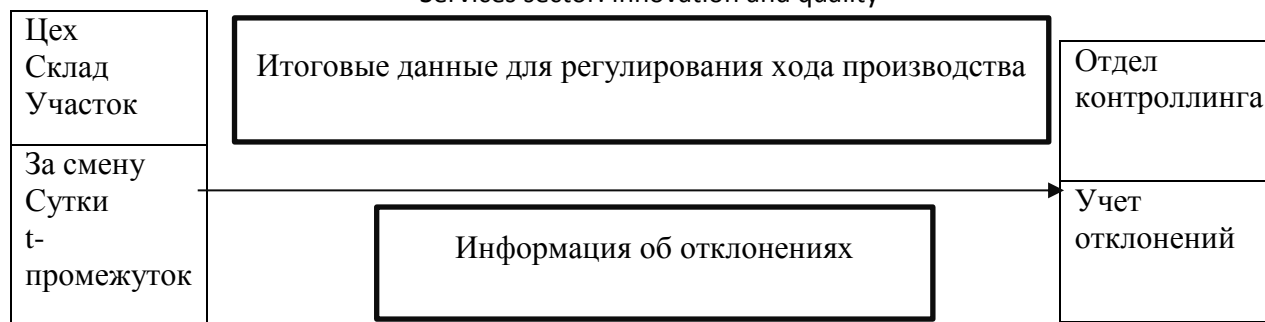


Рис. 4. Особенности принятия решения на этапе контроллинга

Требования к критериям учета: полный, своевременный и точный

3. Этап анализа и разработки рекомендаций для выработки управленческих решений

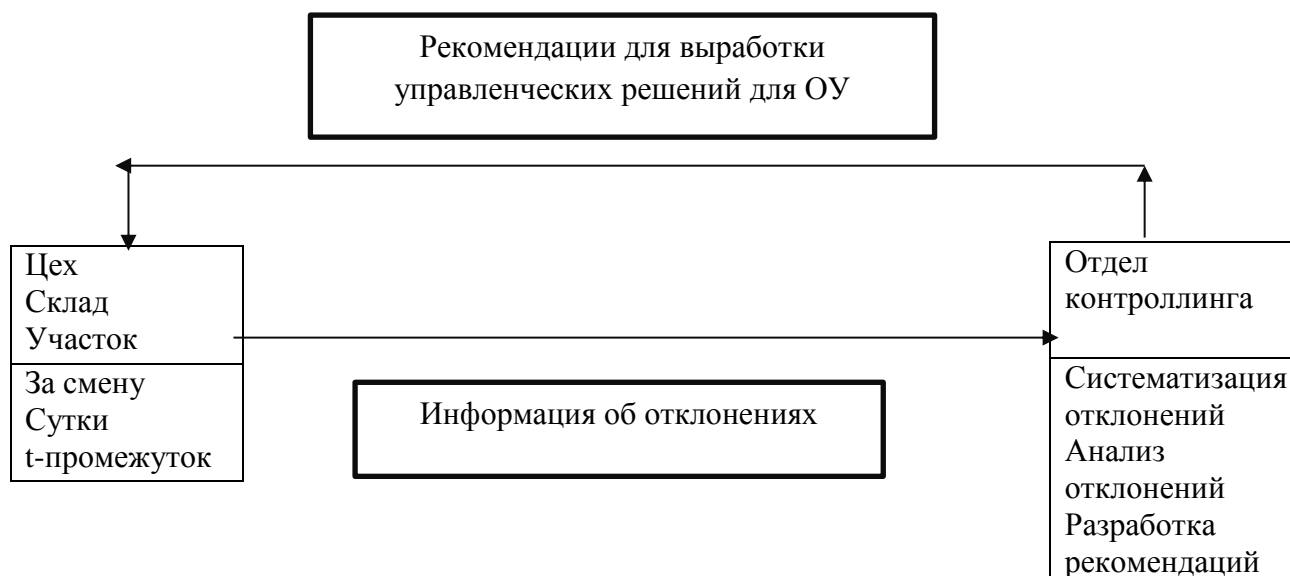


Рис 5. Особенности принятия решения на этапе анализа и разработки рекомендаций

Критерии анализа: своевременность, ранжирование отклонений, избирательность (не все отклонения требуют действий).

Основываясь на анализе текущей ситуации, а также будущих возможностей и опасностей, контроллинг определяет, какие альтернативы действиям, которые компания имеет в настоящее время, а также оценивает их из альтернатив по достижению цели компаний. Основываясь на этих рекомендациях, менеджер может принимать значимые или административные решения.

Вот почему основной целью оперативного контроллинга является информация и консультирование поддержки менеджеров, чтобы они могли предоставлять качественные услуги и управления производственной компанией.

В соответствии с этой целью организации системы контроля, включающей под системой оперативного планирования, учета, контроля и анализа, помогают руководству оптимизировать достижения операционных целей компании. Другими словами, оперативный контроллинг помогает руководителям делать все правильно.

Таким образом, с одной стороны, стратегический контроллинг определяет маяки, указывающие направления движения в сторону оперативного контроллинга, с другой стороны, в сторону оперативного контроллинга регистрируется скорость движения и потребляемые ресурсы, и изучение близости стратегических целей к реальности и, если необходимо, предлагает руководству пересмотреть эти цели или достичь их каким-либо другим способом, то есть изменить расположения оставшихся маяков.

Особенность ситуации в современной России заключается в том, что она необходима для реализации как контрольно-регистрационных, так и биллинговых функций, а также для консультирования и навигации одновременно.

Исходя из этого нашей стране необходимо быстро освоить и внедрить основные принципы оперативного контроллинга, которые Запад прошел два десятилетия назад, одновременно изучая и применяя на практике современные методы и инструменты в наиболее развитых зарубежных и отечественных компаниях.

Современное развитие промышленности в России характеризуется необходимостью разработки оперативного контроллинга, методологических и инструментальных аспектов. Хорошо развита одна из областей оперативного контроллинга, связанная с выставлением счетов-фактур, затрат и выгод. Почти все программное обеспечение для информационной поддержки систем управления включает в себя блоки: «Финансовый Контроллинг», «Контроллинг Затрат», «Контроллинг показателей эффективности».

Оперативный контроллинг тесно связан с управлением принимая во внимание, они взаимодействуют при определении параметров во временных и содержательных разделах, в разработке и обслуживании системы внутреннего учета, а также в разработке требования к бизнесу. Однако эти понятия часто заменяют друг друга, и если управленческий учет в полной мере используется на Российских мероприятиях, то применяются или вообще не применяются частичные методы оперативного контроллинга.

Следовательно, текущим приоритетом бухгалтерского учета является аналитическая составляющая в контроллинге, это привело к тому, что в современной практике контроллинга возникла некоторая стагнация. Руководители компании видят в контроллинге только один отдел, который фокусируется исключительно на углубленном анализе финансовых данных и данных управленческого учета.

Как за рубежом, так и в России очень много в работе контроллинговых служб, особое внимание уделяется планированию и контроллингу оперативных бюджетов. В этой части резервы для повышения эффективности бизнеса особенно в долгосрочной перспективе они очень ограничены. Для условий России речь идет о потенциальном росте интегральных показателей эффективности бизнеса на 1-3 % в год, что, учитывая нынешнее положения дел в национальной экономике, можно считать несущественным количеством. В развитых странах эти цифры значительно ниже и рассчитываются в процентах.

В тоже время следует отметить, что в современной экономике все больше компаний ощущают нехватку информации для принятия соответствующих управленческих решений. Поток информации между отделами и подразделениями постоянно усложняется, становится все более количественным и качественным.

Становится все труднее контролировать эти потоки, следовательно, на предприятии есть служба, которая может выполнять функции поставщика информации для работ систем управления предприятия становится необходимой. В основе концепции оперативного контроллинга лежит предварительный и постоянный контроллинг.

Предварительный контроллинг позволяет понять, как можно достичь поставленных целей в случае расхождения целей с прогнозируемыми показателями. Постоянный контроллинг, в свою очередь, позволяет анализировать отклонения, которые система управления производством может своевременно перенастроить. Влияние менеджера на текущие процессы будет немедленным и своевременным.

Оценивая фактическое состояния управления по ступеням пирамиды, профессор С.Г. Фалько отметил, что большинство его систем компании работают в своей стратегической части, то есть в контроллинге работают со вторичными источниками информации, не переходя на эти уровни, они оказывают значительно большее влияние на эффективность компаний. Мы говорим о таких областях, как организация рабочих мест и производственных процессов и производственных процессов, основанных на принципах научной организации производства, из-за чего по мнению экспертов можно добиться увеличение интегральных показателей эффективности на 15-30 %. В

настоящее время проблемы управления инновации на предприятии практически не затрагиваются. Потенциал повышения эффективности составляют около 50-75 %.

Контроллинг на ближайшее будущее должен быть на основные источники эффективности, особенно в следующих областях разработка методов организации труда и производства во всех функциональных сферах деятельности предприятия. При организации в качестве контроллинговой службы на промышленном предприятии необходимо: не ограничиваться выполнением внутренних проверок и функциями управления затратами, следует помнить, что контроллинг способен органично связать информационную базу и все виды информации источника, анализа, мониторинга, планирования и контроллинга.

Если эти условия будут выполнены, то контроллеры станут необычными специалистами по бухгалтерскому учету и анализу, то тогда они действительно будут востребованными помощниками руководителей предприятий в различных народно-хозяйственных особенностях.

Список литературы:

1. Говорун Е.А., Мгоева Д.М. Контроллинг эффективности хозяйственно-экономической деятельности организации. В сборнике: Проблемы современного социума глазами молодых исследователей - XIII. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 150-153.
2. Козловская С.А., Приходько К.С. Развитие инвестиционной политики эффективного управления деятельностью холдингов в отраслевой экономике на уровне региона // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 6 (65). С. 46-51.
3. Лаута Ю.С., Герасимов Б.И., Создание системы контроллинга на промышленном предприятии; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова., Тамбов: Изд-во Тамбовского государственного технического университета, 2017г. - 96 с.
4. Манн Р., Майер Э., Контроллинг для начинающих, 2-е изд., - М.: «Финансы и статистика» 2018г. – 304 с.
5. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. «Аудит и контроллинг персонала»: учебник. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2016. – 560 стр.
6. Фалько С.Г., Расселл К. А. Левин Л.Ф. «Контроллинг: национальные особенности - российский и американский опыт» Журнал объединения контроллеров «Контроллинг. Технологии управления» № 2 2017 г.

Козловская С.А.*к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Погосова Л.В.***магистрант 1 курса направления подготовки**38.04.04 Государственное и муниципальное управление**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

ORGANIZATION OF PROJECT MANAGEMENT IN STATE AUTHORITIES

Аннотация: В статье рассмотрены аспекты внедрения системы проектного управления в государственных органах власти. Актуальность проектного управления обусловлена новыми вызовами к системе государственного управления в России. В современных условиях критически важной становится способность исполнительного аппарата реализовать запланированные проекты и задачи и достичь поставленных целей в срок и в рамках установленных бюджетов. Управление проектами на основе проектного подхода обладает рядом достоинств, также отмеченных в статье.

Annotation: The article considers aspects of the implementation of the project management system in state authorities. The relevance of project management is due to new challenges to the public administration system in Russia. In modern conditions, the ability of the executive apparatus to implement the planned projects and tasks and achieve the goals set on time and within the established budgets becomes critical. Project management based on the project approach has a number of advantages, also noted in the article.

Ключевые слова: проект; процесс; проектное управление; система проектного управления; государственный орган; проектный офис; проектный комитет.

Key words: project; process; project management; project management system; state body; project office; project committee.

На данном этапе Правительство Российской Федерации активно внедряет и использует в своем управлении программно-целевой подход. Суть в том, что стратегия развития страны теперь подкреплена целевыми показателями. Целевые индикаторы

переводятся в перечень жизнеспособных национальных программ, охватывающих все стороны общественной жизни и нации в целом.

Программа каждого штата содержит взаимосвязанный перечень ключевых мероприятий (проектов). Для достижения поставленных целей и более эффективного использования бюджетных средств в современных условиях необходимо внедрять и использовать новые инструменты управления.

Одним из таких инструментов является управление проектами. Во всем мире методы управления проектами показывают свою актуальность и эффективность. Правительство Российской Федерации сформировало бюджетный процесс по принципам программы, тем самым создав предпосылки для развития практики проектного планирования.

Менеджмент в российском государственном учреждении. Ведь госпрограмма – это система проектов. На данном этапе деятельность государственных учреждений необходимо должным образом совершенствовать путем внедрения эффективных методов управления проектами.

Кроме того, использование методов проектного управления как важного инструмента повышения эффективности Кремля и федерального правительства нашло отражение в основных направлениях деятельности Кремля до 2018 года. В своем выступлении перед Президентом Российской Федерации В.В. Путин выбрал управление проектами как один из ключевых инструментов эффективного управления в государственных органах. По итогам Петербургского международного экономического форума Президент также поручил региону создать проектный офис.

Государственные органы (как и любые другие организации) могут условно различать два вида деятельности: процессы (операции) и проекты. Процессная деятельность имеет периодический и итеративный характер. В большинстве случаев организации создаются для выполнения конкретных процессов. Процесс – это ряд регулярно повторяющихся операций, потребляющих ресурсы и дающих конкретные результаты, представляющие ценность для потребителя.

Наоборот, развитие, модернизация и улучшение конкретных показателей требует качественно новых изменений, которые должны быть реализованы посредством реализации проекта.

Проект – это разовая, одноразовая деятельность с ограничением по времени, и когда множество проектов объединяются для формирования программы проекта, в том числе государственной программы, конечный результат уникален.

Определение границ между проектной и процессной деятельностью очень важно

для государственных органов, в сферу деятельности которых входят различные функции, цели и задачи. Одна из актуальных проблем сегодня заключается в том, что органы власти по-прежнему неэффективны.

Часто работа авторитетного сотрудника заключается в выполнении бесконечного потока поручений и задач. В этом потоке сложно понять и понять этот порядок или какой цели он принадлежит. Основным преимуществом внедрения проектного управления является повышение вероятности достижения поставленных целей.

Особенности управления проектами, уникальные для государственного сектора:

- 1) Работа в строгих правовых рамках.
- 2) Подотчетность вышестоящим органам.
- 3) Финансировать проект за счет бюджетных средств.
- 4) Публичная отчетность и публичное управление.
- 5) Амбициозные цели проекта.
- 6) Разнообразие государственных проектов, важность и масштабы архивирования.
- 7) Сосредоточиться на социальных благах, а не на прибыли от вложения финансовых ресурсов.

Управление проектами как концепция представляет собой совокупность методов, средств и средств, направленных на достижение целей проекта при балансировании нагрузки, ресурсов (деньги, усилия, время, материалы), качества и риска, включая методики.

Компании используют разные стандарты для внедрения единой методологии реализации проектной деятельности. Например:

Международные стандарты управления (менеджмента) проектами:

- ISO 10006:2003, Quality management systems — Guidelines for quality management in projects; в России принят как ГОСТ Р ИСО 10006-2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по менеджменту качества при проектировании»;
- ISO 21500:2012, Guidance on project management (в России принят как ГОСТ Р ИСО 21500:2014 «Руководство по проектному менеджменту»);

Национальные стандарты с расширенной географией применения:

- ANSI PMI PMBOK 5th Edition — A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide);
- PRINCE2 (PRojects IN a Controlled Environment);
- ISEB Project Management Syllabus;

- Oracle Application Implementation Method (AM);

В 2013 году создан совет по реализации проектного управления в государственных учреждениях по субъекту федеральной власти и Российской Федерации по внедрению и развитию проектного управления в государственных учреждениях. В состав совета входят представители органов государственной власти, коммерческих организаций, научных и образовательных учреждений Российской Федерации.

По мнению экспертов Минэкономразвития России, применение подхода, изложенного в методических рекомендациях, обеспечивает достижение целей при минимальных временных рамках, повышает эффективность используемых ресурсов, является прозрачным и действенным. для обеспечения срока и своевременности. Кроме того, инструментарий методических рекомендаций помогает подразделениям более эффективно взаимодействовать при проведении совместной деятельности и сотрудничать с соответствующими подрядными организациями.

Ценность методических рекомендаций еще и в том, что они прошли все проверки и согласования правового характера, что очень важно для государственных органов. Органы государственной власти могут смело применять положения документа, не опасаясь вопросов со стороны юридического отдела.

Кроме того, вводятся и внедряются вспомогательные процессы для реализации основного процесса «управление проектами».

1. Управление мотивацией участников проекта.
2. Управление возможностями участников проектной деятельности.
3. Организационное обеспечение проектной деятельности.
4. Техническая поддержка проектной деятельности.

Вспомогательные процессы фактически представляют собой блоки подопераций в определенном направлении, которые отвечают каждому этапу реализации управления проектом.

На каждом этапе организации системы управления проектами в государственном органе в рамках каждого вспомогательного процесса он взаимосвязан с дальнейшим развитием системы и реализует необходимый комплекс мероприятий.

Список литературы:

1. Веприкова М.Я., Козловская С.А. Корпоративная культура: роль и место в совершенствовании результатов деятельности коммерческой организации. Экономика и предпринимательство. 2020. № 1 (114). С. 1029-1033.

2. Гагарский В. А. Процессное и проектное управление // Портал «Профессионал управления проектами». [Электронный ресурс] URL: <http://www.pmpofy.ru/content/rus/219/2197-article.asp>.

3. Ефремов В. С. Проектное управление: модели и методы принятия решений // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 6.

4. Козловская С.А., Бондарь А.М. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления. Заметки ученого. 2020. № 4. С. 114-119.

5. Краснов А. С. Рождение проектной культуры // Бюджет. 2015. № 8. С. 32-35.

6. Николаев А.А., Дунаева А.И., Удачин Н. О. Совершенствование процессов проектного управления в Российской Федерации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2014. № 3. [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-protssesov-proektnogo-upravleniya-v-rossiyskoy-federatsii>.

7. Макарова Д.С. Развитие управления проектами в России. В сборнике: V МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ "АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА". Сборник научных трудов студентов. 2021. С. 384-389.

8. Моисеев И.В. Проектное управление реализацией стратегий // Бюджет. 2015. №12. С. 54. [Электронный ресурс] URL:<http://old.creativeconomy.ru/articles/30872>.

9. Моргунова Н.В., Филимонова Н.М. Методические подходы к оценке лучших практик применения методов проектного управления органами государственной власти // Российское предпринимательство. 2013. № 23 (245). С. 10-19.

10. Прокофьев С.Е., Мурар В.И., Рашкеева И.В., Елесина М.В. Проектное финансирование: сущность и значение // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2014. № 6. [Электронный ресурс] URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/02EVN614.pdf>.

11. Шестопалов П.Л. С первого раза правильно // Бюджет. 2015. № 8. С. 74-77.

12. Материалы официального сайта Министерства экономического развития. [Электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru>.

13. Методические рекомендации по применению проектного управления при решении задач улучшения инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, разработанные автономной некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». [Электронный ресурс] URL: http://asi.ru/upload/iblock/238/MethodicheskieRecomendazii_all.pdf.

*Козловская С.А.**к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им Г.В. Плеханова**Сорокина Д.А.**обучающийся на очной форме обучения**по направлению «Экономика»**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

КОНТРОЛЛИНГ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

CONTROLLING RISKS IN THE ENTERPRISE

Аннотация: в данной статье раскрыто понятие контроллинга рисков и основные виды рисков в финансовой организации. Основным принципом любого коммерческого предприятия является стремление к извлечению наибольшей прибыли, на который влияют риски компании. Рассмотрены принципы управления рисками и представлены в виде иерархии потребностей службы риск-контроллинга банка. Основными рисками банков являются операционные, отраслевые, риски потери деловой репутации, риски потери ликвидности и кредитные риски, содержащие фондовые, валютные и процентные. Рассмотрены инструменты, применяемые службой контроллинга к отдельным видам риска и цели, преследуемые организацией.

Annotation: this article reveals the concept of risk control and the main types of risks in a financial organization. The basic principle of any commercial enterprise is the desire to extract the greatest profit, which is affected by the risks of the company. The principles of risk management are considered and presented in the form of a hierarchy of needs of the bank's risk control service. The main risks of banks are operational, sectoral, reputational risks, liquidity risks and credit risks containing stock, currency and interested rates. The tools used by the control service for certain types of risk and the goals pursued by the organization are considered.

Ключевые слова: контроллинг рисков, риск-аппетит, кредитный риск, отраслевой риск, риск потери ликвидности, операционный риск, риск потери деловой репутации, управление рисками.

Keywords: risk control, risk appetite, industry risk, liquidity risk, operational risk, reputational risk, risk management.

Контроллинг рисков представляет собой взаимосвязанную систему методологического, информационно-аналитического обеспечения принятия управленческих решений и координирования взаимосвязей между формированием информационной базы, финансовым риск-анализом, планированием и контролем, нацеленного на управление финансовыми рисками предприятия и своевременным их предотвращением. Риск-контроллинг, по сути своего функционирования, является базисом для всей системы управления организацией или же антикризисного управления.

Основным принципом любого коммерческого предприятия является стремление к извлечению наибольшей прибыли. Ограничением здесь является возможность получения потерь. В этом и проявляется рисковая деятельность. В случае финансовых рисков говорится о неопределенности финансовых результатов в будущем.

Функции контроллинга рисков находятся во взаимозависимости между собой и объединены общей целью. Выделяют следующие функции:

- диагностика абсолютных и относительных темпов изменений фактических показателей финансового риска от плановых;
- мониторинг финансового состояния организации;
- разработка оперативных и стратегических решений, направленных на оптимизацию рисков;
- деятельность по корректировке показателей и решений в ходе их реализации;
- мониторинг реализации разработанных решений, взаимосвязанных с риском установленных нормативов.

На примере универсального банка, занимающегося всеми основными видами банковских операций, рассмотрим риск-контроллинг. В функционировании ПАО «ТКБ БАНК» деятельность по управлению рисками и их снижению является основной. Как и в любом виде деятельности, так в банковской сфере, для эффективного управления рисками следует использовать количественные параметры измерения.

Это не говорит, что отвергаются качественные, они также переводятся в количественные, на основе которых возможно отследить характер отклонения плановых и фактических величин.

Совет директоров «ТКБ БАНК» утвердил «Стратегию управления рисками» базирующуюся на следующих принципах, она представлена рисунке 1.

Данные принципы отображены в виде пирамиды потребностей, что

свидетельствует об иерархичности их распределения. Низшие потребности являются базовыми, при удовлетворении которых происходит переход к наиболее высшим.

Тем самым, если банк всё же решился на рисковую деятельность, то она возможна лишь в пределах собственного капитала и с учётом постоянного мониторинга её динамики. На вершине пирамиды базируется контроль рисков.



Рис. 1. Основные принципы управления рисками ПАО «ТКБ БАНК»

Он существует в определенных условиях, путь к которому прокладывается сквозь совокупность других неотъемлемых функций в виде: принятия стратегических решений; корректировки показателей; мониторинга финансового состояния и так далее.

Стратегическая задача банка состоит в поддержании соотношения, где доходность преобладает над риском. Так как деятельность банка является довольно обширной (депозитные, кредитные, валютные, инвестиционные и иные операции), то и спектр риска расширяется.

Целью контроллинга рисков в ПАО «ТКБ БАНК» является политика по установлению лимита на рисковые операции. Следствием является увеличение рентабельности деятельности. Вводится понятие «аппетит на риск», количественно характеризующее уровень рисков, которые банк может принять в соответствии с финансовыми показателями. Данная политика проводится с целью формирования оптимальной структуры банковских пассивов и активов.

Риск-аппетит является заранее определенным уровнем и видом риска в рамках

допустимого уровня, которые банк готов принять для достижения своих целей, исходя из масштабов и характера деятельности в рамках стратегии и бизнес-плана. Данный показатель является важным по нескольким причинам:

- 1) позволяет осуществлять распределение ресурсов;
- 2) служит ориентиром при разработке стратегии развития компании;
- 3) является решающим фактором при принятии решений с учетом риска;
- 4) позволяет выявить ключевые риски банка.

Таким образом процесс определения, управления и мониторинга показателя риск-аппетит в ПАО «ТКБ БАНК» является следующим (рисунок 2).

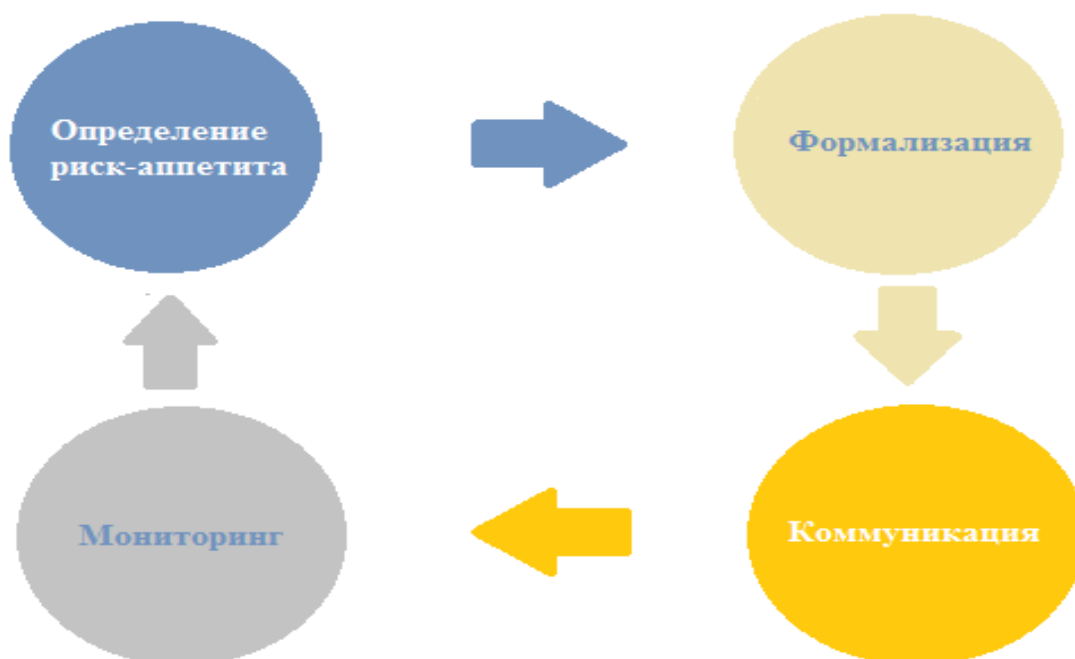


Рис. 2. Цикл риск-аппетита ПАО «ТКБ БАНК»

При контроллинге рисков банком учитываются рекомендации Банка России, Базельского комитета по банковскому надзору и регулированию, требования Европейского Банка Реконструкции и Развития.

Основными видами риска, на которые направлены действия контроллинга рисков, являются:

- 1) кредитный риск;
- 2) риск потери деловой репутации;
- 3) операционный риск;

- 4) фондовые риски;
- 5) валютные риски;
- 6) отраслевой риск;
- 7) риск потери ликвидности.

Риск-контроллинг ставит перед собой задачу по минимизации риска, а именно, по поддержанию его на определенном уровне, не наносящим вред как кредиторам, так и вкладчикам банка. Главенствующей целью банковской деятельности является управление кредитным портфелем – обеспечение получения максимального дохода при наименьшем содержании риска.

Наибольшую долю в сфере деятельности банка занимают кредитные операции. Их осуществление является наиболее рисковым. Тем самым, оценка рисков по кредитным операциям является важнейшей частью анализа финансовой устойчивости банка. Производится по детальной оценке всех ожидаемых рисков и возможность их преодоления.

Существуют особые случаи, при которых кредитование заемщиков не производится:

1. Отсутствие перспективы дальнейшей деятельности с заемщиком.
2. Неблагонадежность заемщика.
3. Высокий уровень риска кредита.
4. Нестабильное финансовое состояние организации заемщика.

Служба контроллинга выделяет как необходимые условия конкурентоспособности банка такие инструменты: установление лимитов на различные операции и оценку финансового состояния. Данные мероприятия позволят не только повысить уровень конкурентоспособности, но и обезопасить банк от возможных потерь денежных средств.

Риск-контроллинг, разрабатывая стратегические задачи, определяет и поддерживает риски на уровне не наносящим существенного вреда. В приоритет ставится обеспечение сохранности активов и капитала и снижение убытков. Рыночные риски возникают в случае финансовых потерь банка, следствием которых являются изменения в конъюнктуре рынка: изменение процентных ставок, курсов валют, рыночной стоимости финансовых инструментов и драгоценных металлов. Рыночные

риски объединяют в свою группу и иные виды рисков, такие как: процентные, валютные и фондовые.

Выделяют следующие инструменты регулирования общих рыночных рисков:

1. Установление лимитов допустимых потерь.
2. Установление лимитов по финансовым инструментам.
3. Управление дисбалансами для удержания риска на допустимом уровне.
4. Персональное лимитирование открытых позиций для дилеров.

Используя заранее разработанные сценарии поведения, служба контроллинга проводит тестирование финансовых инструментов с целью анализа финансовых результатов к факторам риска и взаимосвязь всех рыночных факторов риска.

Иной вид риска, это риск потери ликвидности, возникающий в следствии неспособности банка исполнить свои обязательства, результатом чего является несение убытков. Причиной потери ликвидности служит несбалансированность финансовых активов и обязательств банка. Перед службой контроллинга стоит задача обеспечения способности банка современно и полно выполнять свои денежные и иные обязательства. Это обеспечивается по средствам следующих принципов:

- 1) каждая сделка принимается в расчет риска ликвидности;
- 2) в отношении между ликвидностью и доходностью лидирующие позиции занимает ликвидность;
- 3) управление ликвидностью является неотъемлемой задачей банковских служб.

Для анализа потери ликвидности риск-контроллинг использует соответствующие нормативы, установленные Банком России, в следствии чего вносит стратегические коррективы.

ПАО «ТКБ БАНК» в сфере операционного риска проводит политику перманентного мониторинга внутренних и внешних факторов, влияющих на риск, а именно, несоответствие характеров и масштабов деятельности, ведущих к возникновению убытков. В след за чем проходит полноценный цикл, осуществляемых службой контроллинга рисков (рисунок 3).



Рис. 3. Управление операционными рисками ПАО «ТКБ БАНК»

Основной целью контроллинга данного риска выступает возможность минимизации финансовых и информационных потерь. Основным инструментом является анализ административно-управленческих расходов, который позволяет выявить источники операционных рисков и дать и оценку с точки зрения качества и количества. Также для минимизации операционного риска ПАО «ТКБ БАНК» использует в своей деятельности следующие инструменты:

- 1) аудит действий пользователя;
- 2) дифференциация доступности информации;
- 3) разработка защитных мер от несанкционированных действий.

Правовой риск в банковской системе возникает в следствие несоблюдения нормативных правовых актов и иных заключенных договоров. Данный вид риска можно избежать в случае полного соблюдения обеими сторонами формального процессуального сотрудничества. Правовой риск выступает ответвлением операционного риска.

Преследуя общую цель по минимизации риска, осуществляется выявление и сбор данных о факторах, влияющих на правовой риск. Служба риск-контроллинга ПАО «ТКБ БАНК» с целью управления правовым риском проводит следующие мероприятия:

- 1) дифференциация полномочий сотрудников;
- 2) правовой внутренний контроль;
- 3) система внутренних правил, нормативных актов и иных договоров, носящая юридический характер;
- 4) постоянный мониторинг изменений, вносимых в сферу банковского обслуживания.

Большое значение в коммерческой деятельности любой организации имеет репутация. Репутационный риск связан с возникновением убытков по причине снижения спроса в результате формирования негативных отзывов. Как правило, деловую репутацию зарабатывают долгие годы, а разрушить её возможно в один миг. Репутация банка – это механизм, состоящий из множества частиц, дополняющих друг друга и отлично взаимодействующих между собой. Такими составными частями являются:

- 1) рекламная политика;
- 2) социальная позиция банка;
- 3) качество обслуживаемого сервиса;
- 4) политика взаимодействия с клиентом;
- 5) доверие к банку;
- 6) соблюдение правовых актов.

Для поддержания репутации ПАО «ТКБ БАНК» на должном уровне проводятся различного рода мероприятия: разработка стратегии в рамках улучшения деловой репутации банка; взаимодействие с клиентом по стандартам и нормам, расположение его к услугам данного банка; анализ финансовой активности и публикация отчетных данных в общий доступ; взаимодействие со спонсорскими и благотворительными проектами в целях распространения рекламной информации.

Отраслевой риск представляет собой возможность несения убытков в связи с изменениями как внутри отрасли, так и в сравнении с другими отраслями. При рассмотрении внутриотраслевого уровня речь идет, скорее, об устойчивости фирмы к отношению к другим фирмам, о её конкурентоспособности. Чаще всего, внутриотраслевой риск тесно взаимосвязан с репутацией в целом. Ведь в сфере банковского обслуживания репутация играет большую роль при определении конкурентоспособности финансовой организации. Проанализировать внутриотраслевую конкуренцию можно при помощи следующей информации:

рыночная способность покупателей поставщиков; степень вхождения в отрасль; наличие субститутов; политическое и социальное окружение.

ПАО «ТКБ БАНК» при оценке отраслевых рисков учитывает следующее:

- 1) уровень организации в масштабах региона и страны в целом;
- 2) риск репутационной конкуренции;
- 3) общее состояние рынка;
- 4) степень государственной поддержки;
- 5) возможность положительной динамики развития в условиях отрасли.

Тем самым, целью анализа данного вида риска является определение степени привлекательности отрасли и ее отдельных товарных рынков (фондовый, инвестиционный, валютный и так далее). По средствам проведения такого анализа появляется возможность отметить структуру, пронаблюдать динамику и разработать стратегию поведения в случае наступления угроз (рисков). Но, стоит отметить, что сфера банковского обслуживания подвержена резким колебаниям в плане финансовой устойчивости. На это влияет множество совокупных факторов, как политических и экономических, так и социальных, и не только в пределах рассматриваемого региона, но и в мировом масштабе.

Подводя итоги, на примере ПАО «ТКБ БАНК» рассмотрено функционирование службы риск-контроллинга и совокупности применяемых инструментов в рамках определенных видов риска: кредитного (фондового, валютного); операционного; потери деловой репутации; отраслевого; операционного; потери ликвидности.

Рассмотрев все виды рисков, подтверждается определение понятия «контроллинг риска», характеризующего формирование, планирование, контроль и управление финансовыми рисками организации при помощи методологических и информационно-аналитических методов и инструментов.

Список литературы:

1. Говорун Е.А., Мгоева Д.М. Контроллинг эффективности хозяйственно-экономической деятельности организации. В сборнике: Проблемы современного социума глазами молодых исследователей - XIII. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 150-153.
2. Козловская С.А., Приходько К.С. Развитие инвестиционной политики эффективного управления деятельностью холдингов в отраслевой экономике на уровне

региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 6 (65). С. 46-51.

3. Кредитные риски банков и заемщиков: всегда ли есть риск в кредитной сделке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovcombank.ru/blog/kreditni/kreditnie-riski-bankov-i-zaemshchikov-vsegda-li-est-risk-v-kreditnoi-sdelke> (дата обращения 05.05.2022)

4. Пирамида потребностей Маслоу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/piramida-maslou> (дата обращения 05.05.2022)

5. Риск аппетит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/Risk_Appetite.shtml (дата обращения 05.05.2022)

6. Стратегии риск аппетита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/kz/Documents/risk> (дата обращения 05.05.2022)

7. Управление рисками ПАО «ТКБ БАНК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tkbbank.ru/bank/disclosure/risk_management/ (дата обращения 05.05.2022)

8. Управление рисками в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iccwbo.ru/blog/2016/upravlenie-riskami-v-organizatsii> (дата обращения 05.05.2022)

*Михайлова Л.С.**к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Колесник А.В.**обучающийся кафедры экономики**предприятий и организации**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Гирская К.А.**обучающийся кафедры экономики**предприятий и организаций**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Потапова А.Д.**обучающийся кафедры экономики**предприятий и организаций**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ**

**WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF PRODUCTS OF
DOMESTIC PRODUCERS IN THE CONTEXT OF IMPORT SUBSTITUTION**

Аннотация: в данной статье рассматривается понятие весомости показателей при проведении анализа конкурентоспособности товара. Предметом данного исследования являются чипсы бренда «Lay's» со вкусом сыра. На основании опроса определённой группы потребителей были выявлены как положительные стороны продукта, так и негативные, что позволило сделать выводы и дать рекомендации по улучшению качества продукта, его маркетинговой деятельности, ассортимента и др. В работе также приведена объективная оценка по всем анализируемым показателям.

Abstract: This article discusses the concept of the weighting of indicators when analyzing the competitiveness of a product. The subject of this study are chips of the Lay's brand with cheese flavor. Based on a survey of a certain group of consumers, both positive and negative aspects of the product were identified, which allowed us to draw conclusions and make recommendations for improving the quality of the product, its marketing activities, assortment, etc. The paper also provides an objective assessment of all the analyzed indicators.

Ключевые слова: Весомость, конкурентоспособность, чипсы «Lay's», показатели конкурентоспособности продукции, экономические показатели

Keywords: Weight, competitiveness, «Lay's» chips, product competitiveness indicators, economic indicators

В данной работе нами рассмотрен вопрос импортозамещения в сфере пищевой промышленности в современных экономических условиях.

Предметом анализа является их конкурентоспособность.

Объектом исследования является отечественные предприятия пищевой промышленности и их продукция.

Для оценки уровня конкурентоспособности исследуемого продукции нами применяется экспертный метод, в составе 7 экспертных групп.

В ходе работы была оценена весомость показателей конкурентоспособности методом ранжирования.

В ходе исследования были решены такие задачи, как:

- Проведение оценки весомости показателей конкурентоспособности экспертным методом, позволившая выявить значимость каждого из показателей для потребителей в современных кризисных условиях.

- Осуществление анализа конкурентоспособности чипсов, представленных на рынке, позволивший выявить лидеров и аутсайдеров отрасли.

- Разработаны рекомендации по повышению эффективности функционирования и конкурентоспособности отечественных предприятий в сфере производства чипсов в условиях импортозамещения.

4 слайд: в ходе работы была оценена весомость показателей конкурентоспособности методом ранжирования. Для оценки уровня конкурентоспособности исследуемой продукции нами применяется экспертный метод.

На следующем этапе оценки уровня конкурентоспособности чипсов был произведен выбор оценочных образцов.

В качестве которых нами были выбраны наиболее популярные иностранный и отечественные торговые марки, обладающие схожестью по критериям конкурентоспособности и относящихся к одной группе по классификационным признакам: lays, naturals, Pringles, Bon Giorno, Московский картофель, Kracks, Каждый день.

Важнейшим этапом оценки конкурентоспособности продукции является составление номенклатуры показателей конкурентоспособности. Как правило, при оценке любой продукции учитываются показатели функциональных, эргономических, эстетических свойств продукта, а также надежности и безопасности. В осуществленном эксперименте в качестве групповых показателей выступают показатели качества (органолептические, эстетические, эргономические, натуральность, сохранность), маркетинговые показатели (популярность бренда, популярность фирмы-изготовителя, наличие отличительных знаков) и экономические показатели (цена).

В связи с тем, что не все показатели конкурентоспособности оказывают одинаковое влияние на результат оценки, он во многом зависит от значимости отдельных показателей для потребителей. Количественная оценка такой значимости выражается коэффициентом весомости, которая определяется экспертными методами.

Для опроса потребителей была разработана анкета, содержащая ранги. На основании заполненных анкет были рассчитаны коэффициенты весомости по каждой группе показателей по формуле 1:

$$j = \frac{m \times n - S_i}{0,5 \times m \times n \times (n-1)}, \quad (1)$$

где S – сумма ранговых оценок экспертов по каждому показателю;

m – число экспертов;

n – число показателей.

Расчет итогового коэффициента весомости проводился по формуле 2:

$$J_{ит} = J_{гр} \times J_{ед}, \quad (2)$$

где $J_{ит}$ – итоговый коэффициент весомости;

$J_{гр}$ – групповой показатель весомости;

$J_{ед}$ – единичный показатель весомости.

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно сделать следующие выводы.

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности чипсов "Lay's" на основе показателей весомости

| Группа | Весомость, j | Групповые показатели | J | Единичные | J | Итого j | Баллы | Баллы (ср.знач./10) |
|---------------------|----------------|----------------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------------------|
| Показатели качества | 0,286 | Органолептические | 0,386 | Вкус | 0,667 | 0,0735 | 8 | 0,8 |
| | | | | Аромат | 0,238 | 0,0262 | 5 | 0,5 |

| Группа | Весомость, j | Групповые показатели | J | Единичные | J | Итого j | Баллы | Баллы (ср.знач./10) |
|---------------------------------|--------------|-----------------------|-------|---|-------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | | | Консистенция | 0,095 | 0,0105 | | |
| | | Натуральность | 0,243 | Вид картофеля (картофель/порошок) | 0,075 | 0,0052 | 10 | 1 |
| | | | | Соотношение белка и жира | 0,122 | 0,0085 | 6 | 0,6 |
| | | | | Усиления вкуса (0-4) | 0,204 | 0,0142 | 2 | 0,2 |
| | | | | Консерванты (отсутствуют, присутствуют, присутствуют ненатуральные) | 0,224 | 0,0156 | 2 | 0,2 |
| | | | | Количество соли -низкое -высокое | 0,136 | 0,0094 | 0 | 0 |
| | | | | Наличие аллергенных продуктов -есть -отсутствуют | 0,129 | 0,0090 | 0 | 0 |
| | | | | Красители натуральные/ненатуральные | 0,109 | 0,0076 | 10 | 1 |
| | | Сохранность | 0,129 | Срок годности | 0,381 | 0,0140 | 0 | 0 |
| | | | | Тип упаковки | 0,095 | 0,0035 | 0 | 0 |
| | | | | Целостность продукта | 0,524 | 0,0192 | 7 | 0,7 |
| | | Эстетические | 0,157 | Цвет | 0,095 | 0,0043 | 8 | 0,8 |
| | | | | Форма | 0,286 | 0,0128 | 7 | 0,7 |
| | | | | Внешний вид | 0,619 | 0,0278 | 5 | 0,5 |
| | | Эргономические | 0,086 | Удобство упаковки | 1 | 0,0245 | 0 | 0 |
| | | Показатели маркетинга | 0,095 | Популярность бренда | 0,667 | Популярность бренда | 0,667 | 0,0423 |
| Популярность фирмы-изготовителя | 0,238 | | | Популярность фирмы-изготовителя | 0,238 | 0,0054 | 3 | 0,3 |
| Наличия отличительных знаков | 0,095 | | | Наличия отличительных знаков | 0,095 | 0,0009 | 10 | 1 |
| Экономические показатели | 0,619 | Цена | 1 | Цена | 1 | 0,6190 | 109 руб.-150 г. | 0,6 |
| | | | | | | | 73 руб. - 100 г. | |
| | | | | | | | 6 | |

Важнейшим этапом оценки конкурентоспособности продукции является составление номенклатуры показателей конкурентоспособности. Как правило, при оценке любой продукции учитываются показатели функциональных, эргономических, эстетических свойств продукта, а также надежности и безопасности.

В проведенном эксперименте в качестве групповых показателей выступают показатели качества (органолептические, эстетические, эргономические, натуральность, сохранность), маркетинговые показатели (популярность бренда, популярность фирмы-изготовителя, наличие отличительных знаков) и экономические показатели (цена).

Среди трех групп показателей самыми важными оказались экономические – их весомость составила 0,619, далее идут показатели качества с весомостью 0,286, после них – показатели маркетинга, весомость которых составила лишь 0,095. Следовательно, в большинстве случаев потребители в первую очередь смотрят на цену продукта, после этого оценивают качественные показатели (органолептические, эстетические, эргономические, натуральность, сохранность), и только в конце принимают во внимание маркетинговые показатели (популярность бренда, популярность фирмы-изготовителя, наличие отличительных знаков).

Анализ весомости групповых показателей позволил понять, что среди показателей качества самыми значимыми для потребителей выступают органолептические показатели с весомостью 0,386, а также показатели натуральности с весомостью 0,243. Наименьший интерес вызывают эргономические показатели, весомость которых составляет лишь 0,086.

При исследовании единичных органолептических показателей было замечено, что вкус играет решающую роль при выборе продукта – весомость данного показателя составляет 0,667, а балл по нему – 8. Следовательно, вкусовые качества чипсов «Московский картофель» достаточно высоки, поэтому нет необходимости внедрять серьезные изменения по улучшению вкуса. Далее идет аромат с весомостью 0,238 и баллом 5. Несмотря на то, что весомость данного показателя не столь высока, важно принять меры по улучшению аромата путем добавления качественных пищевых ароматических добавок, которые не только вызывают у потребителя желание попробовать чипсы, но и приносят минимальный вред здоровью. Такой показатель качества, как консистенция, является не сильно важным для потребителей продукта,

поскольку его весомость составила всего 0,095, но его балл высок (7). Никаких изменений в консистенции не требуется.

Рассмотрим единичные показатели натуральности. Наибольшую весомость (0,224) имеет показатель, свидетельствующий о наличии либо отсутствии консервантов в составе чипсов. Балл по данному показателю низок (2), что говорит о необходимости срочного внедрения изменений в технологию производства, заключающихся либо в исключении консервантов из состава продукта, либо в замене ненатуральных консервантов натуральными. Далее по значимости идет показатель усилителей вкуса с весомостью 0,204 и баллом 2. В данной сфере следует провести модификации с усилителями вкуса: их исключение либо сведение к минимуму, поскольку увеличение приведёт к ухудшению здоровья потребителей и создаст общую картину продукции, как некачественной и опасной. Третьим по значимости (0,136) является показатель количества соли в чипсах, балл по показателю – 0.

Рекомендуется минимизировать количество соли в составе продукта для улучшения отношения потребителей к продукту и бренду. Далее по значимости идет наличие аллергенных продуктов с весомостью 0,129 и баллом 0. Из данных можно сделать вывод, что в составе чипсов «Московский картофель» присутствуют аллергенные продукты, которые должны быть исключены в связи с большой вероятностью возникновения аллергических и токсических реакций у потребителей.

Общий коэффициент конкурентоспособности чипсов «Московский картофель» равен 0,64. Данное значение свидетельствует о том, что товар конкурентоспособен, востребован на рынке и имеет определенные преимущества перед товарами конкурентов. Также мы можем увидеть на представленном слайде, что лидирующее место понимает «Lay's» с коэффициентом 0,92, второе почетное место занимает производитель «Pringles» с коэффициентом 0,89, далее «Kracks» с коэффициентом 0,87, «Naturals», «Московский картофель», «Bon Giorno», «Каждый день». Среди показателей маркетинга лидирует популярность бренда с весомостью 0,667 и баллом 3. Популярность бренда крайне важна в современном мире, поэтому для ее развития необходимо пересмотреть маркетинговую стратегию, маркетинговые коммуникации, рекламные методы, провести дополнительные маркетинговые исследования для увеличения популярности бренда.

Наличие отличительных знаков наименее важно для потребителей, весомость этого показателя составляет лишь 0,095, а балл – 10. Помимо этого, важную роль

играют слоганы, поэтому рекомендуется указывать на упаковках легко запоминающийся, простой и интересный слоган, при произношении которого у покупателя будет прослеживаться чёткая корреляция с чипсами «Московский картофель».

Практически все чипсы ответственного производителя не обладают уникальными отличительными чертами, упаковки просты и примитивны. Необходимо произвести ребрендинг, направленный на улучшение ассоциаций потребителей о бренде. Для этого можно проводить розыгрыши подарков, которые поощряют потребителей покупать все больше и больше товаров.

Также важную роль играют слоганы, поэтому рекомендуется указывать на упаковках легко запоминающийся, простой и интересный слоган, при произношении которого у покупателя будет прослеживаться чёткая корреляция с данными чипсами.

Необходимо изменить внешний вид товара: провести редизайн таким образом, чтобы у потребителей визуал упаковки чипсов «Московский картофель» ассоциировался только с положительными эмоциями, приятным проведением времени и желанием купить продукт только взглянув на него.

С маркетинговой точки зрения рекомендуется привлечение звёзд кино, спорта, вокала и иных сфер жизнедеятельности, поскольку при виде кумира у потребителя складывается доверительное отношение к потреблению данного вида продукции.

Непрерывная работа над получением и максимизацией размера чистой прибыли является важнейшим критерием успешной работы компании. Чтобы увеличить прибыль компании рекомендуется реализовать такие виды деятельности, как повышение объемов производства и реализации продукции, снижение затрат на производство продукции, повышение качества выпускаемой продукции.

Необходим переход отечественных компаний пищевой промышленности от стратегии низких издержек к стратегии оптимальных издержек, заключающейся в достижении оптимальных значений для потребителей показателей качества и маркетинга с сохранением ценового конкурентного преимущества.

Для улучшения маркетинговых показателей рекомендуется провести независимый аудит всех цифровых каналов компаний — SEO-продвижения, партнерского маркетинга, контекстной рекламы, email-маркетинга, социальных сетей и т.п. и на основе полученных данных составить план продвижения. Лучше всего

осуществлять анализ в начале года, поскольку это позволит оценить работу компаний за прошлый год, чтобы улучшить уже существующие процессы.

Хотелось бы отметить, что в современных экономических реалиях отечественные компании продолжают активно заниматься маркетинговой деятельностью. Российские бренды находят и используют все доступные возможности для повышения узнаваемости продукта. Изменение дизайна логотипа, типографии, цветов и упаковки-это шаги, направленные на то, чтобы бренд был виден повсюду: из торговых точек, традиционных СМИ, стратегических партнерств и социальных сетей. Новый внешний вид выражает доступность бренда и его ценности – качество, доверие, уникальность и яркость.

Также, можно сделать вывод о том, что маркетинговые стратегии отечественных компаний анализируют бренд с помощью структуры комплекса маркетинга, которая охватывает 4 точки (Продукт, Цена, Место, Продвижение). Существует несколько маркетинговых стратегий, таких как инновации продукта, подход к ценообразованию, планирование продвижения и т.д. Эти бизнес-стратегии, основанные на комплексном маркетинге, помогают бренду добиться успеха, занять конкурентоспособные позиции на рынке и достичь своих бизнес-целей и задач.

Таким образом, в целом, данное исследование доказало, что благодаря своим агрессивным маркетинговым стратегиям и знаниям рынка, отечественные производители пищевой промышленности являются достаточно конкурентные преимущества как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Список литературы:

1. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность: учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 169 с.
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 406 с
3. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 242 с.
4. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 343 с.

5. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 139 с.

6. Сологубова, Г. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 332 с.

7. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.]; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 407 с.

8. Михайлова Л.С. Анализ требований к информации товаров. // Энергоэффективные и ресурсосберегающие технологии и оборудование в пищевой промышленности и теплохладотехнике. Материалы Республиканской научно-практической интернетконференции. Казань, 2016. (РИНЦ)

9. Михайлова Л.С. Механизм оценки реализации интегрированных маркетинговых технологий в малом бизнесе. // «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики». Журнал перечня ВАК, № 2, 2016. (РИНЦ, ВАК).

10. T.A. Dzhum, M.V. Ksenz, L.S. Mikhailova, S. S. Malkhasyan // Competitiveness Indicators of Catering Business Entities: The Case of Russia, (Показатели конкурентоспособности предприятий общественного питания на примере России) International Journal of Economic and Business Administration Volume VII, Special Issue 1, 2019. - pp. 411-416. Журнал входит в состав SCOPUS

*Пидяшова О.П.**к.э.н., доцент**кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,**Шоля А.А.**Магистрант кафедры финансов и кредита**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

FINANCIAL ANALYSIS AND ITS ROLE IN MANAGING THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Аннотация: в статье рассмотрены современные подходы к определению и сущности финансового анализа, а также сопутствующих ему процессов. Показана роль финансового анализа в процессе управления деятельностью предприятия. Исследованы основные методы финансового анализа, позволяющие осуществить комплексную оценку эффективности деятельности предприятия. Обозначенные процессы в целом позволяют максимально эффективно осуществлять планирование деятельности предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе в целях ее эффективного функционирования. Показана взаимосвязь и взаимозависимость финансового анализа и финансовой политики предприятия.

Annotation: the article considers modern approaches to the definition and essence of financial analysis, as well as the processes accompanying it. The role of financial analysis in the process of enterprise activity management is shown. The main methods of financial analysis, which make it possible to carry out a comprehensive assessment of the effectiveness of an enterprise's activities, have been studied. The indicated processes as a whole make it possible to most effectively plan the activities of the enterprise in the short and long term in order to ensure its effective functioning. The interrelation and interdependence of the financial analysis and financial policy of the enterprise is shown.

Ключевые слова: финансовый анализ, методы финансового анализа, финансовая политика организации, эффективность деятельности предприятия

Keywords: financial analysis, methods of financial analysis, financial policy of the organization, efficiency of the enterprise

В современных экономических условиях для многих коммерческих предприятий и организаций повышается значимость проведения постоянного мониторинга эффективности своей деятельности с целью сохранения своих позиций на рынке товаров и услуг, а также укрепления своего финансового положения. Для этого в большей степени используется методологический инструментарий финансового анализа, позволяющий не только провести количественную оценку тех или иных показателей, но и выявить тенденции линии их развития во времени.

Основной целью проведения финансового анализ организации является определение ключевых показателей её финансовой деятельности, исследование их динамики, выявление тенденций развития и на основе полученных результатов выработка рекомендаций по повышению эффективности работы организации в целом для укрепления финансового положения. [1]

Для достижения поставленной финансовым анализом цели необходим синтез из оценки предполагаемой прибыльности и финансовой стабильности. Данные показатели взаимодействуют и имеют влияние друг на друга. Финансовая стабильность является ключевым показателем для поддержания постоянной эффективности предприятия, а, следовательно, получение прибыли на протяжении всего периода деятельности. В свою очередь финансовая стабильность невозможна без должного объёма денежных средств.

Экономические и хозяйственные процессы непосредственно являются предметами для исследования финансовым анализом. Причины возникновения данных процессов и их результаты также подлежат рассмотрению и анализу. В свою очередь в качестве объектов анализа выступают предприятия. Нередко финансовые показатели организаций также становятся объектами исследования. [8]

В числе субъектов финансового анализа традиционно выделяют:

- компании и фирмы;
- органы власти и управления;
- государственные предприятия;
- кредитные организации и учреждения;
- индивидуальные предприниматели;
- аудиторы и др.

В числе основных задач для проведения финансового анализа можно выделить следующие:

- получение достоверной информации об объектах анализа;
- выявление слабых сторон организации для их устранения;
- составление и прогнозирование организационной политики для принятия управленческих решений;
- выявление потенциальных резервов для разработки направлений, способствующих повышению эффективности работы организации в целом, и в том числе отдельных финансово-экономических процессов.

Финансы организации используются с целью создания и наращивания потенциала производства, а также обеспечивают протекающие хозяйственные и производственные процессы.

Для того, чтобы оценить эффективность взаимодействия и использования финансовых ресурсов, необходимо посмотреть на финансовое положение организации в целом. Другими словами, состояние финансов при котором оно характеризуется созданием и движением ресурсов организации. Данным ресурсами могут являться денежные средства, кредиты и займы, привлеченные средства, специальные фонды и другие ресурсные источники.

Рассмотрим подходы известных российских экономистов к основным принципам проведения финансового анализа.

В.В. Ковалев предложил осуществлять финансовый анализ на основе схемы, состоящей из 2 модулей, которые в свою очередь представляют собой упрощенный, быстрый анализ и более детальный анализ. [2]

Первый модуль или так называемый экспресс-анализ предполагает получение объективной информации в короткие сроки, с элементами, наглядно предоставляющими информацию о состоянии организации. Данный модуль анализа затрагивает финансовую отчетность по внешним (формальным) признакам, а именно правильность и точность составления отчетности. Выявление и рассмотрение проблемных мест в отчетности, изучение динамики данных статей, а также анализ полученного аудиторского заключения и изучение заданной учетной политики организации.

Что касается второго, углубленного модуля, он подразумевает всестороннее рассмотрение и изучение отчетности предприятия, составление подробной

характеристики с оценкой финансового потенциала. Данный модуль анализа, предложенный В.В. Ковалевым призван дополнять и конкретизировать первый, экспресс-модуль. Он делает возможным разобраться в конкретных нарушениях в работе организации, детально выявить необходимые для исправления вопросы.

Существуют и другие подходы построения финансового анализа. Так, некоторые авторы предлагают проводить финансовый анализ в 4 этапа, а именно:

- предварительный анализ;
- углубленный анализ;
- обобщение результатов анализа;
- прогнозирование. [3]

Предварительный анализ является аналогом экспресс-анализа В.В. Ковалева и подразумевает такие же действия, а именно оценку финансового состояния компании. Данный предварительный анализ представляет собой целое, состоящее из 3 частей:

- подготовительный этап. Базовая и поверхностная проверка бухгалтерской отчетности, подготовка ее к будущим этапам;
- предварительный обзор отчетности. Проверка полученный в предыдущем этапе документов, обзор динамики выбранных показателей, с целью выявления факторов, влияющих на их изменение;
- расчет и анализ важнейших показателей. Подведение итогов предыдущих этапов, использование полученной ранее информации. Оценка финансового состояния организации путем анализа полученных результатов.

Углубленный анализ финансовой отчетности. Его суть заключается в более подробном рассмотрении всех показателей как за отчетный период, так и за будущий. Данный анализ заключается в полном изучении полученной документации:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет об изменении капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- комплексный отчет о финансовом состоянии организации.

Третьим этапом является обобщение результатов анализа. Его суть заключается в подведение итогов всех проведенных ранее исследований, составления необходимых отчетов. Составление предложений по улучшению функционирования компании также входит в этот этап.

Последним, но не менее важным этапом является прогнозирование. Правильный анализ и составление возможных дальнейших изменений показателей и финансового состояния предприятия напрямую влияет на экономическое положение на рынке, а также развитие внутренних процессов организации.

Таким образом, существуют различные подходы к проведению финансового анализа, но в целом везде наблюдается схожая методология.

Обратимся к методам финансового анализа в целом и рассмотрим наиболее популярные и часто используемые из них:

- метод, основанный на использовании абсолютных и относительных величин;
- метод, основанный на средних величинах;
- сравнительный метод;
- метод группировки;
- метод, основанный на таблицах;
- метод баланса;
- метод цепных подстановок.

Обратимся к использованию абсолютных и относительных величин в финансовом анализе. Так, абсолютные величины используют, как правило, в виде информационной базы или же в качестве показателей, которые используются для расчета и составления характеристики финансового состояния предприятия. Относительные показатели используются для отражения соотношений абсолютных величин изучаемого процесса и величин второго показателя. Например, данным показателям может являться другой процесс или же аналогичный процесс другого временного промежутка. Расчёт относительного показателя производится путем деления одного показателя на другой, принимаемый за базу исследования. Относительные и абсолютные величины могут принимать вид средних величин, при рассмотрении изучаемого процесса на временном промежутке. Средние величины используют при необходимости обобщения полученных результатов за время всего финансового исследования. Метод средних величин предполагает большое количество различных форм. При проведении финансового анализа применяются две наиболее эффективные - средняя арифметическая и средняя хронологическая. Средняя арифметическая позволяет получить данные на определенный момент времени, а хронологическая за некий период.

Сравнительный метод заключается в сопоставлении двух показателей с целью получения необходимой информации и достижения поставленных задач. Данный метод способствует выделению общего во всем объеме финансовых показателей.

Суть метода группировки заключается в делении финансовой совокупности показателей на группы, которые обладают схожими признаками или же свойствами. Данный метод позволяет добиться большей эффективности исследования при использовании дополнительных методик, например, метод сравнений.

Графический метод подразумевает множество наглядных отражений полученных результатов финансового анализа. Данными отражениями могут быть таблицы, рисунки, графики и другие способы представления информации. Например, графики, имеют важное значение для представления информации. Наглядное, иллюстрированное представление информации способствует доходчивому пониманию результатов исследований.

Говоря о результатах проведенного финансового анализа, стоит отметить, что их отражение в таблице наиболее распространено. Представление данных в виде таблиц также является наиболее удобным способом. Он позволяет легко и полно воспринимать информацию о финансовом состоянии предприятия и других полученных показателях. Аналитическая таблица представляет собой систему, состоящую из цифр, которая намного точнее и нагляднее текстовой формы, а также имеет гораздо меньший объем. Более того данная форма представления позволяет полностью охватить всю изучаемую совокупность, что делает более простым выявление закономерностей. Все вышеописанное в совокупности ускоряет процесс получения достоверной информации, необходимой для эффективного функционирования организации. [7]

Метод баланса используется для соотношения двух групп показателей, которые взаимосвязаны и уравновешены. Итоги данных групп по итогу должны быть равными. Данная методика используется в финансовом анализе при необходимости оценки наличия финансовых ресурсов у предприятия. Более того данная методика часто используется в совокупности с методикой детерминированных факторных моделей для более точного определения необходимых показателей.

Методика, основанная на цепных подстановках, подразумевает свое использование при необходимости расчета влияния конкретных определенных факторов на изменения результативного показателя. Однако это возможно только при наличии зависимости фактора и показателя.

Результаты финансового анализа являются основой разработки и реализации финансовой стратегии развития предприятия как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективах. Комплексный финансовый анализ показателей деятельности организации позволяет сформировать стратегические цели, используемые для основы финансовой политики компании. В то же время финансовая политика определяет показатели необходимые для анализа. Таким образом становится очевидной взаимосвязь и взаимозависимость финансового анализа и финансовой политики предприятия. [4]

Основой формирования финансовой политики предприятия являются цели и задачи, выработанные как на краткосрочную, так на долгосрочную перспективу. Причем первоначально определяются цели и задачи, имеющие долгосрочный стратегический характер, а затем на их основе, более детальные ориентиры финансовой политики предприятия на менее длительный период времени. Необходимость разработки и реализации финансовой политики на разных промежутках времени позволяет оценить её эффективность в целом и возможность вносить определенные корректировки при достижении определенных намеченных целей. [5]

В числе основных задач финансовой политики, во многом зависящими от качественного финансового анализа, можно выделить следующие:

- повышение масштабов деятельности;
- определение доли предприятия на рынке товаров и услуг;
- повышение качества менеджмента предприятия;
- оценка инвестиционной привлекательности предприятия;
- определение потенциальных возможностей предприятия в производственной и финансовой сфере и др. [6]

Для успешной реализации обозначенных целей необходимо решить ряд задач, в числе которых можно выделить следующие:

- проведение оценки стоимости предприятия (на основе использования разных методов и определения наиболее объективного);
- общий анализ финансового положения предприятия и оценка его финансового потенциала;
- своевременный контроль за движением средств предприятия как в денежной, так и натуральной форме;

- тщательный мониторинг состояния расчетов с дебиторами и кредиторами с целью своевременного выявления риска неплатежей и др.

Процесс финансового анализа становится более эффективным при использовании компьютерных технологий, что позволяет обрабатывать большой объем информации с большей точностью. В крупных корпорациях проводится анализ огромного количества показателей, однако в разрезе небольших предприятий, достаточно нескольких выбранных показателей, чтобы выявить проблемные места компании и продумать их устранение. Это позволяет исправить недостатки, которые образовались в результате планирования основных показателей деятельности предприятия.

Таким образом, роль финансового анализа в управлении деятельностью предприятия является достаточно существенной. Кроме того, особую значимость имеет качественность проведенного анализа, т.е. насколько объективны были использованные данные, какие методы и методики были использованы в процессе проведения финансового анализа, насколько учтена совокупность факторов, определившая достижение того или иного показателя деятельности предприятия. Комплексный финансовый анализ, проведенный на качественном уровне, во многом предопределяет расчет точных и обоснованных показателей деятельности предприятия в краткосрочном, так и долгосрочном периоде.

Список литературы:

1. Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник для бакалавриата и магистратуры / Т. И. Григорьева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 486 с.
2. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика: Учебник / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2019. – 1104 с.
3. Крылов, С. И. Финансовый анализ: Учебное пособие / С.И. Крылов. - 2-е изд., стер. - Москва: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 160 с.
4. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 304 с.

5. Литвиненко, А.А. Принципы формирования финансовой политики организации в современных условиях / А.А. Литвиненко, О.П. Пидяшова // Сфера услуг: инновации и качество. – 2020. - № 49.

6. Маркосян, О.Р. Финансовая политика предприятия / О.Р. Маркосян, О.П. Пидяшова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. - № 69-6.

7. Пидяшова, О.П. Основы финансового механизма управления деятельностью организации / О.П. Пидяшова // В сборнике: Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. - 2019.

8. Пидяшова, О.П. Финансовый механизм управления деятельностью предприятия / О.П. Пидяшова, Г.А. Паладыч // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. №35.

*Пидяшова О.П.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Яшина Е.Н.,
магистрант кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE THEORY OF COMPANY VALUE

Аннотация: в статье рассмотрены основные подходы отечественных и зарубежных экономистов к понятию стоимости компании. Сформулированы основные цели и задачи проведения оценки стоимости компании. Исследованы факторы, оказывающие влияние на оценку стоимости компании. Дана краткая характеристика современных подходов к определению стоимости компании, а также выделены их достоинства и недостатки. Рассмотрена экономическая сущность бизнеса как основы формирования стоимостной оценки. В заключении сформулированы особенности проведения оценки стоимости компании в современных условиях российской экономики.

Annotation: The article considers the main approaches of domestic and foreign economists to the concept of company value. The main goals and objectives of the company's valuation are formulated. The factors influencing the assessment of the company's value are investigated. A brief description of modern approaches to determining the value of a company is given, as well as their advantages and disadvantages are highlighted. The economic essence of business as the basis for the formation of a valuation is considered. In conclusion, the features of the company's valuation in the current conditions of the Russian economy are formulated.

Ключевые слова: стоимость бизнеса, оценка стоимости компании, доходный подход, затратный подход, сравнительный подход, финансовые ресурсы

Keywords: business value, company valuation, income approach, cost approach, comparative approach, financial resources

В сложившихся экономических условиях оценки компании, главной целью любого бизнеса является удачно пройти процесс приспособления международного опыта оценки его стоимости к соответствующим спецификам российской экономики. Теория оценки источников образования капитала в целом и стоимости обособленного предприятия, как такового, представляется в большей части совокупностью научной теории и практического применения на примере фондового рынка США. С теоретической точки зрения зарубежные ученые посвятили множество трудов теме оценки стоимости предприятия. Основы портфельной теории изложены в исследовании американца Г. Марковича «Выбор портфеля» в 1952 году. Оценке активов (в т.ч. акциям компаний) уделил особое внимание и американский экономист У. Шарп [3]. Разработанная им модель оценки капитальных активов – CAPM (Capital Asset Pricing Model) сыграло огромную роль в становлении оценочной деятельности. М. Гордон выявил взаимосвязь дивидендной политики на стоимость фирмы, а ученые М. Миллер и Ф. Модильяни в своих работах сделали акцент на оценке влияние структуры капитала на стоимость компании [2].

Если участники выражают интерес в качественном и объективном выполнении оценочных работ, они прилагают усилия к реализации своих финансовых интересов и хотят достоверно выявить цели оценки исследуемого объекта.

Основные цели компаний можно классифицировать с разных сторон в соответствии с положением субъектов оценки:

1. Когда субъект оценки – компания, представляющая свои интересы в качестве юридического лица, целями оценки являются:

- гарантия финансовой устойчивости;
- выбор активного плана совершенствования организации;
- эмиссия акций;
- оценка эффективности менеджмента.

2. Если субъектом является владелец компании, можно определить основные задачи оценки:

- определение направлений эффективного вложения имеющихся активов;
- оценка стоимости компании с целью обоснования её цены на рынке;

- определение предполагаемой величины дохода, полученного в результате ликвидации организации.

3. В случае, если субъектами оценки являются кредитные организации, в числе основных целей оценки можно указать:

- выявление объективного финансового положения организации;
- определение возможной величины кредитных ресурсов для предоставления в пользование на условиях срочности, возвратности и платности.

4. При проведении оценки стоимости компании учреждениями фондового рынка основными целями являются:

- определение характеристик на рынке;
- обоснование действующего курса тех или иных ценных бумаг компании на рынке.

5. Потенциальные инвесторы при оценке стоимости ориентируются на следующие характеристики:

- определение эффективности вложений в компанию (полученный доход от инвестиционных вложений);
- возможная величина стоимости компании при её продаже иным инвесторам.

6. При проведении оценки стоимости со стороны государства могут быть обозначены такие цели, как:

- определение объективной стоимости как основы для расчета налоговых платежей;
- расчет потенциального размера выручки, полученной в результате продажи компании.

[4]

Итоги, которые получаются после оценки компании на основе главных задач, можно разделить на несколько групп:

- 1) на основе результатов страховых операций, определение фактической стоимости активов предприятия;
- 2) повышение производительности при руководстве компанией;
- 3) возможность определить сумму залога при принятии решения о кредите и расчет кредитоспособности компании;
- 10) эмиссия акций компанией;
- 11) осуществление расчета величины стоимости арендованного бизнеса;
- 12) при преуменьшении стоимости, когда происходит изъятие имущества компании на основании судебного решения;

Для более детального изучения вопроса оценки бизнеса, нужно остановиться на самом определении бизнеса как экономической единицы.

За основу нами было выбрано выражение, которое было сформулировано российскими экономистами:

«Бизнес – это предпринимательская деятельность, направленная на производство и реализацию товаров, услуг, ценных бумаг, денег или других видов разрешенной законом деятельности с целью получения прибыли» [5]. На наш взгляд, оно наиболее четко и емко отображает его суть.

Если говорить об оценке стоимости бизнеса, невозможно обойтись без определения понятия компании. «Компания – это имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности» [4].

Компания и бизнес – имеют много общего. Однако существуют четкие различия между этими понятиями.

Как и любой товар бизнес имеет альтернативные издержки. То есть если его полезность и выгода не так велики, а рост затрат непрерывен, оценщик может внести предложение о создании альтернативного бизнеса за эту же стоимость. [6]

Бизнес, как объект оценки имеет основные факторы, влияющие на стоимость всего дела:

- ликвидность бизнеса (его доли);
- структура выгоды и риски, связанные с их получением;
- нематериальные активы, репутация и имидж бизнеса;
- сдерживание бизнеса;
- размер оцениваемой доли;
- уровень управления, которым будет владеть новый собственник;
- предпосылки прогресса;
- своеобразие экономического положения;
- признаки конкуренции в данной отрасли;
- ассортимент и структура продукции;
- технологии, качество и затраты производства;
- ценовая политика;
- состав персонала;
- ветхость оборудования.

Для выявления перспективы роста и при реализации бизнеса на рынке купли-продажи, верная его оценка неизменно будет способствовать успеху. Так же оценка поможет проявлению действительной ситуации на предприятии, что опять же представлено первенствующим инструментом управления.

В процессе развития отношений купли-продажи в России начали появляться прецеденты, в которых технология оценки бизнеса становится по-настоящему неотъемлемой.

Однако, опыт в России демонстрирует, что не каждая система оценки стоимости компании за границей может быть использована у нас или зачастую внедрена неудачно и искажает результат.

В соответствии с российскими стандартами оценки стоимости бизнеса оценщику следует применять все три стандартных подхода к оценке, либо аргументировать воздержание от использования какого-либо из подходов.

К стандартным подходам принято относить доходный, затратный, сравнительный.

Если используемые оценщиком данные являются полными и достоверными, все три подхода должны дать результаты, достаточно близкие по своему значению. [1]

Стоимостный подход в принятии решений в современной экономике основан на концепции управления бизнесом.

Концепция управления стоимостью компании (Value Based Management) взяла начало в начале 80-х годов XX века и начала использоваться как результат стратегического и управленческого консалтинга [6]. Несмотря на то, что принципы VBM были зачаты в США, ряд крупнейших компаний в разных странах, куда входят Япония, Австралия, страны Латинской Америки и Южной Азии, взяли на вооружение и активно стали их применять. В России по настоящее время повсеместно используется концепция, где за основу взяты рентабельность и чистая прибыль.

Факторы стоимости компании из года в год все активнее подвергаются анализу со стороны владельцев, не смотря на кризис, так как рост стоимости компаний может быть удачным выходом из него.

А положительный сдвиг в развитии организации обеспечит конкурентоспособность на одном или обоих данных рынках, что обезопасит бизнес на какое-то время.

На основе практики ясно, что система хороша не только потому, что ориентирована на широкий круг лиц. Существуют разные объективные причины для ее применения.

Во-первых, ничего вернее показателя стоимости не определит итог функционирования компании. Во-вторых, акционеры – одни из немногих субъектов системы, кто реально стремится к получению максимальной выгоды и, как результат, повышению своего финансового положения и всех других участников.

Методология оценки стоимости компании берет свое начало в Гражданском кодексе РФ, где дается представление о компании как объекте гражданских прав.

Трактовка рыночной стоимости компании устанавливает определение в денежном выражении стоимости, которая наиболее полно и емко показывает свойства бизнеса как товара, то есть его полезность для вероятного приобретателя и затраты, которые нужны для получения этой полезности.

Ведь если компания имеет отрицательный баланс в разрезе собственного капитала, она все еще может быть престижной за счет репутации и нематериальных активов.

Исходя из пояснений выше, суть методологии, которая принимает участие в оценке рыночной стоимости компании, может быть определена следующим образом: стоимость компании в условиях рыночной экономики определяется объемом его активов (в том числе неосязаемых) с учетом привлекательности компании для вложений. Данная методология осуществляет целостный подход к установлению стоимости, когда фирма анализируется как объект с достаточно сложной организацией, а его цена на рынке обсуждается основываясь на комплексном представлении его функционирования, то есть стоимость компании превышает сумму стоимостей его элементов на величину так называемого системного эффекта. Основа представленной методологии основывается на цене компании, отражающую настоящую стоимость после рассмотрения предприятия в качестве объекта инвестиций.

Факторы, оказывающие влияние на стоимость предприятия (бизнеса), можно классифицировать следующим образом:

- 1) экономические факторы:
 - по направлению действия: внешние и внутренние;
 - по характеру действия: интенсивные и экстенсивные;
- 2) социальные факторы:

- наличие и развитость инфраструктуры;

- демографическая ситуация и др.

3) политические факторы:

- состояние законодательства в области оценки, собственности, налогообложения и т.д.;

- политико-правовая ситуация в стране.

4) географические факторы, местоположение, близость сырья, состояние окружающей среды.

Способность компании к росту реализации, несомненно, увеличивает стоимость фирмы и, наоборот, если отмечается тенденция к потенциальному снижению своих обязательств, их несвоевременное погашение, нехватка денежных средств, то это сразу же автоматически увеличивает риски неплатежей, снижение ликвидности, и как следствие, уменьшение стоимости компании. Обуславливается это тем фактом, что при приобретении компании потенциальный покупатель покупает и её обязательства, которые необходимо погасить. Таким образом, не менее, чем на величину этих обязательств будет снижена и стоимость компании, а в ряде случаев, даже на большую величину, так как в этом случае потенциальный покупатель погашает и ряд своих рисков.

Существует великое число факторов, которые оказывают воздействие на относительную ликвидность разных пакетов. Важным может быть и объем доли. В определенных ситуациях больше покупают небольшую долю, а в прочих большую. С годами все больше укрепляется роль значимость фактора ликвидности в оценке компании. [7]

Для определения стоимости компании на определенный момент времени в практической деятельности инвестиционного менеджмента используются три подхода:

- доходный;

- затратный;

- сравнительный.

В каждом из подходов используются свои методологические особенности, в силу которых оценка стоимости компании может иметь разные характеристики. Рассмотрим каждый из указанных подходов, выделив их преимущества и недостатки.

1. Доходный подход. Сущность данного метода состоит в определении объема доходов, полученных организацией за определенный период времени. В этом случае используется принцип доходности – чем больше доходов, тем больше стоимость. При

проведении оценки доходным способом оценивается стоимость в современных условиях, на текущий момент времени и возможность её роста в ближайшей перспективе. При этом в расчете также учитываются возможные риски, связанные с осуществлением экономической деятельности.

2. Затратный подход. Основа данного подхода заключается в определении стоимости компании на основе тех затрат, которые она осуществляет в процессе своей деятельности. Положительной характеристикой затратного дохода является тот факт, что в результате проведенной оценки можно получить объективную величину произведенных расходов. В этом случае нет необходимости рассчитывать тот объем ресурсов, которые могут быть израсходованы в будущем, а получить их сумму уже в настоящем периоде времени. Однако в то же время, не учитываются и доходы, которые могут быть получены в будущем, что снижает полученную величину расходов. Кроме того, если объект оценки является достаточно старым, то объективность оценки может быть снижена за счет неучтенных факторов, которые могут проявиться при дальнейшей эксплуатации объекта.

3. Сравнительный подход. Основу данного подхода составляет проведение сравнительной характеристики объекта оценки с предприятиями и организациями, осуществляющими аналогичный вид экономической деятельности. При этом объективность полученных данных будет зависеть от многих факторов (географическое расположение, масштабы деятельности, величина капитала и активов и др.). Таким образом, при использовании данного подхода наибольшей проблемой является поиск предприятия или организации, максимально приближенного к объекту оценки по различным параметрам. Однако в практической деятельности провести подобного рода работы представляется весьма затруднительным. На наш взгляд, сравнительный подход самый противоречивый из представленных, так как он при правильно подобранной информационной базе может дать наиболее полную картину и стоимости компании. Но, в то же время, при недостоверных данных может вызвать крупные ошибки в оценке.

В заключении следует отметить, что прежде, чем проводить оценку стоимости организации с использованием рассмотренных выше методов, следует дать общую характеристику объекта исследования, а также проанализировать его имущественное состояние за несколько лет, чтобы иметь возможность прогнозировать его развитие в

ближайшей перспективе на предмет продолжения осуществления текущей экономической деятельности или продажи.

Список литературы:

1. Богатырев, С. Ю. Корпоративные финансы: стоимостная оценка: учебник / С.Ю. Богатырев. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 164 с.
2. Рыманов, А. Ю. Основы корпоративных финансов. Учебник / А.Ю. Рыманов. - Москва : ИНФРА-М, 2020. — 150 с. — (Высшее образование: Магистратура).
3. Шарп, У.Ф. Инвестиции. Учебник / У.Ф. Шарп, Александер Г. Дж, Бэйди Д.В. – НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 1040 с.
4. Шимширт, Н. Д. Практические аспекты финансового управления корпорацией: учебное пособие / Н. Д. Шимширт, В. В. Копилевич ; под. ред. Н. Д. Шимширт. - Томск : Издательский Дом ТГУ, 2017. - 160 с.
5. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование: монография / И. В. Петрученя, А. С. Буйневич. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. - 196 с.
6. Пидяшова, О.П. Оценка стоимости компании в современных условиях / О.П. Пидяшова, А.А. Галицкая // Сфера услуг: инновации и качество. – 2017. - № 32.
7. Пидяшова, О.П. Финансовый механизм управления деятельностью предприятия / О.П. Пидяшова, Г.А. Паладыч // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. - № 35.

*Приходько К.С.,**к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Савина К.С.,**преподаватель ОСПО**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЫНКА ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

TRANSFORMATION OF MARKET NEEDS UNDER THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS DURING THE PANDEMIC

Аннотация: пандемия COVID-19 проявила значительное воздействие на образ жизни всего человечества и внесла изменения в модель покупательского спроса и поведения. Закрытие торговых площадок и общепита, режим самоизоляции, масочный режим, запрет любых массовых мероприятий, карантин – это все, конечно же, отразилось на объемах продаж и на потребление товаров и услуг в целом. Рассмотрены основные изменения потребительского поведения в условиях пандемии; определено влияния нового внешнего фактора сказывался на спросе потребителей; выявлены новые тенденции, на которые стоит обратить внимание компаниям, для привлечения клиентов.

Abstrac: The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the way of life of all mankind and has changed the pattern of consumer demand and behavior. The closure of trading floors and public catering, the regime of self-isolation, the mask regime, the ban on any mass events, quarantine - all this, of course, affected sales volumes and the consumption of goods and services in general. The main changes in consumer behavior in a pandemic are considered; determined the influence of a new external factor affecting consumer demand; new trends have been identified that companies should pay attention to in order to attract customers.

Ключевые слова: поведение потребителей, спрос, пандемия, доход, покупательское поведение, объемы продаж.

Keywords: consumer behavior, demand, pandemic, income, buying behavior, sales volumes.

Пандемия новой инфекции COVID-19 берет свое начало в городе Ухане в центральной китайской провинции Хубэй в 2019 году и распространилась на территории более чем 200 стран Европы, Азии, США и Африки, поставив под угрозу само существование мировой экономики, вызвав ее стагнацию. Данный вирус с огромной скоростью поменял привычный порядок жизни и оказал отрицательное влияние на экономику нашей страны. Вирус принудил людей к социальной дистанции и самоизоляции, которые привели к экономическому застою и заставил многих рабочих оставить свои привычные места занятости и получить новый для себя статус «безработный». [1]

Пандемия вызвала финансовый перелом и переломный период в отрасли здравоохранения как в мире в целом, так и в экономике отдельных стран. Очевидно, что это все только ухудшило неопределенность и опасения в отношении прогнозируемых результатов для мировой экономики и в нашей стране, в частности.

То, что представлялось необыкновенным вчера, уже стало привычным на сегодняшний день. Цифровизация повседневной жизни помогает раскрывать новые способности как для компаний потребительского раздела, так и для самих потребителей, ускоряя трансформацию рынка и сознания потребителей.

Поэтому немаловажно подразумевать, в какой степени потребительское поведение и клиентский опыт потерпели перемены к нынешнему времени, и как они будут развиваться в перспективе.

Фирмы, не имеющие подобного понятия и не предпринимающие мер согласно приспособления ко «новой реальности», останутся за спиной тех, у кого получится добиться интереса, преданность и почтения потребителей.

Покупательское поведение относится к процессу формирования потребительского спроса на основе личного выбора товаров на товарном рынке с учетом текущих цен и личного бюджета.

Такое поведение формируется в результате влияния рыночного механизма, в котором основаны функции спроса и предложения.

Спрос - это желание потребителей покупать определенный продукт или услугу по определенной цене в течение определенного этапа времени, чему способствует готовность платить за свои покупки. [2]

Выделяют ценовой и неценовой спрос:

- доходы клиентов. По мере увеличения выручки количество покупок увеличивается, а спрос перетекает в более дорогую группу продуктов, которая имеет высокое качество и более высокую цену. Спрос на продукцию более низкого ценового диапазона способна рухнуть, поскольку покупатели могут предоставить для себя подобное число продуктов по более высокой цене;

- ожидания клиентов. В случае если потребители убеждены, что цена определенной группы товаров будет расти, это приведет к кратковременному увеличению спроса клиентов;

- увеличение или уменьшение рынка. Данное сопряжено с миграцией клиентов или демографией на рынке. Снижение рождаемости дает десятилетнее уменьшение спроса на недвижимость;

- качество товара. Если качество товаров снизится по неизменной цене, спрос клиентов начнет двигаться к подобным продуктам;

- наличие замен. Если на рынке есть продукт с подобными качествами, то часть спроса переходит на новые товары;

- реклама, мода и вкус клиентов. Агрессивная PR-компания способна поменять потребность покупателей на иную автомобильную марку, одежды или изменить приоритеты на более здоровый образ жизни, экологию.

Предложение - возможность и желание производителя реализовать конкретное число товаров или услуг по определенной цене в течение определенного периода времени. Они выделяют ценовые и неценовые предложения:

- доступность и объем ресурсов. Огромное количество ресурсов не влияет на стоимость компаний. Однако с наличием и размером общедоступных условий изготовления объединены производственные силы, а также производственные способности компаний.

- ожидание производителя. Предвкушение перемены стоимости товаров в перспективе также могут оказать влияние на стремление изготовителей доставлять результат на рынок.

В нынешних обстоятельствах можно отметить еще один бесценный фактор, влияющий на спрос и предложение. Это пандемия Covid19. Он стал одной из главных угроз сегодня как для мировой экономики, так и для финансовых рынков, а также для российской экономики и ее финансовых рынков.

С начала пандемии Covid19 многие люди опасались, что у них не будет возможности "выйти на улицу", внезапно начали покупать еду, особенно продукты на долгосрочное хранение, а также предметы первой необходимости "на будущее". В следствии подобных операций спрос на некоторые продукты в десять раз превысил свой обычный уровень. [3]

К примеру, по данным сети «Магнит» в период с августа по октябрь месяц спрос увеличился на мясные консервы – в 40 раз, замороженную продукцию – в 65 раз, овощи – в 30 раз, крупы – в 28,5 раз, сахар в 13,6 раза, соль – в 23,8 раз.

Таким образом, люди покупали продукты запасом, превышая обычный уровень спроса, на те же продукты, по сравнению с их предыдущими затратами, перед вирусом.

Затем произошло снижение спроса клиентов. Из-за насыщения число потребителей, которые пришли к "стратегическому запасу", сократилось, что, в зависимости от географического положения, нормализовало спрос. [4]

Можно выделить четыре актуальных решения, которые помогут указать на изменения поведения потребителей из-за нынешних событий:

1) Рыночная неопределенность и чувствительность к цене - рыночные реалии все чаще оказывают давление на потребителей, чтобы изменить их поведение.

2) Удобство и доступность как основа потребительского опыта - потребители стали более требовательными и все больше сосредотачиваются на опыте, который они получают.

3) Цифровое взаимодействие: между онлайн и офлайн - потребители все больше интересуются покупками в интернете, но все же не готовы целиком воздержаться от покупок в классических торговых центрах.

4) Приоритет новых потребителей – забота о себе и благополучие - потребители все больше внимания уделяют всему, что касается здоровья, а также вопросам экологии и устойчивости.

В промежутки высокого спроса потребительское поведение почти никак различалось в крупных и средних городах - с высоким доходом, несмотря на то, что в небольших городах люди по – прежнему покупали только то, что им нужно-за счет потребления других товаров из-за низкой платежеспособности.

Снижение доходов граждан из-за сокращения заработной платы и роста безработицы, естественно, привело к сокращению их расходов. Большинство населения

вряд ли может позволить себе продолжать покупать не только предметы первой необходимости, иногда даже деньги на оплату коммунальных услуг не остаются. [5]

Снизился спрос на одежду и обувь на 85,2%, на мебель и интерьер – на 53%, на товары для красоты и здоровья – на 60%, книги, музыку, фото и видео – на 55,8%.

На фоне снижения доходов российские потребители начали перераспределять расходы в пользу основных товаров, что привело к значительному снижению спроса к другим категориям.

Существенное замедление роста оборота розничной торговли в сентябре было вызвано снижением спроса, в частности на непродовольственные товары, подробнее указано на рисунке 1.

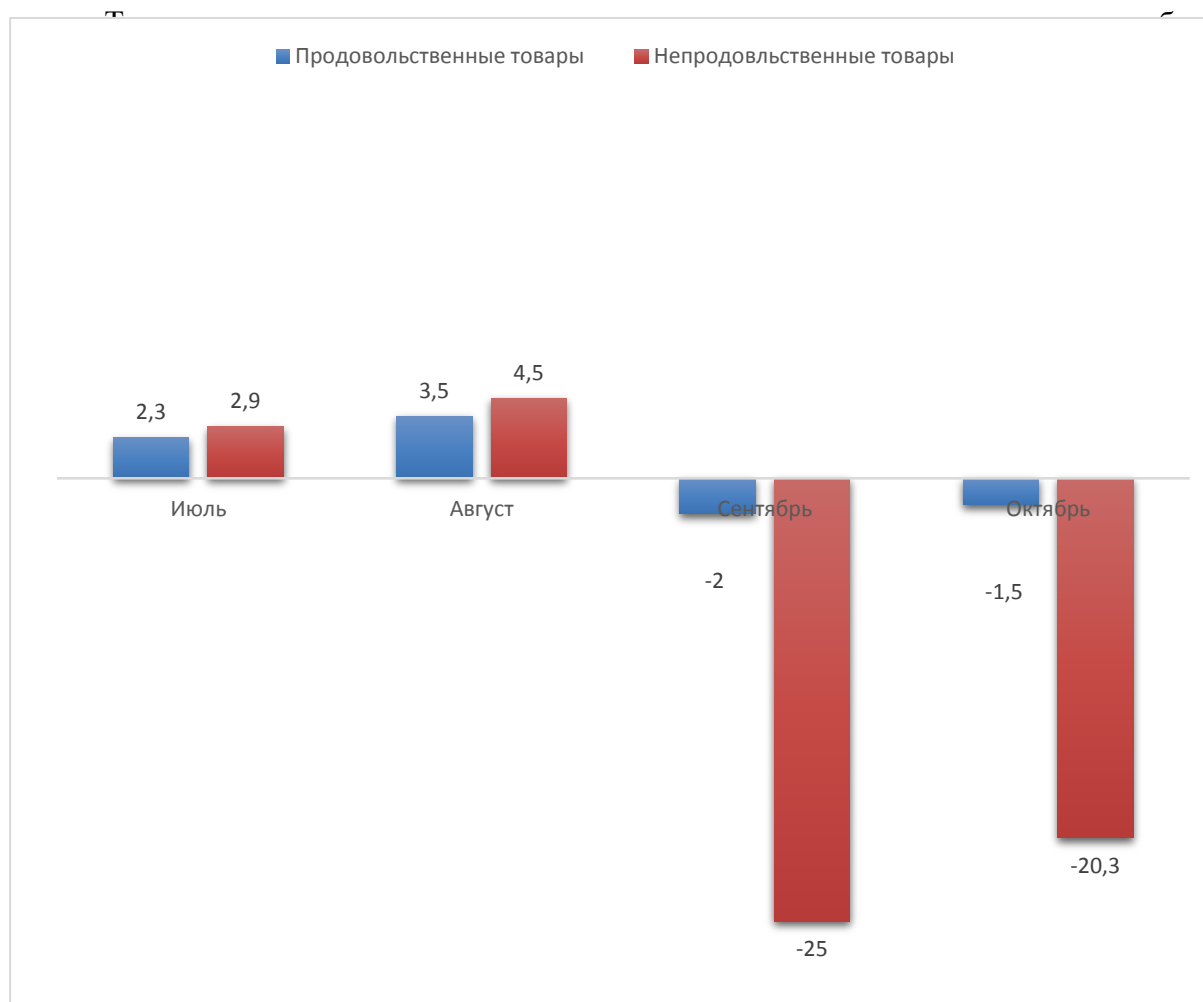


Рис.1. Снижение сопоставимого трафика покупателей в ведущих российских розничных сетях во втором полугодие 2021 г

Появились новые виды услуг для потребителей: бесконтактная доставка, организация показа товара через интернет-онлайн, развитие телемедицины.

Более всего потерпели неудачу и убыток следующие организации: строительные магазины, магазины одежды, обуви, автозапчастей, техники, электроники, автосалоны и торговые центры.

В целом, текущая ситуация со спросом потребителей ухудшается: на экономику влияет количество людей, которые боятся вируса и число пострадавших от него. Страх изменяет поведение людей и изменяет поведение тех, кто принимает решения. Пандемия Covid19 стала серьезной проблемой для розничной торговли, поскольку потребительский спрос меняется каждый день. [6]

Таким образом, пандемия Covid19 сегодня может быть приписана новому бесценному фактору, который оказывает одновременное влияние на спрос и предложение товаров.

Ситуация с коронавирусом оказала большое влияние на потребителей, особенно в России. До пандемии уровень доверия потребителей продемонстрировал так называемый "осторожный оптимизм": почти половина потребителей планировала увеличить расходы в течение следующих 12 месяцев.

После вспышки коронавируса картина изменилась: почти две трети потребителей заявили о снижении семейных доходов, что усилило стремление к экономии средств. Доля тех, кто планирует снизить расходы в ближайшие несколько месяцев, выросла почти в два раза (с 19 % в 2019 г. до 46 % в 2020 г.)

В связи с этим инвесторам потребительского сектора приходится уделять больше интереса ценам, поскольку все больше россиян становятся более практичными и бережливыми покупателями.

Свыше трети клиентов отдадут предпочтение товарам со скидкой и стараются не покупать товары без скидки, при этом 18 % перешли на более дешевые бренды. Держать палец на пульсе и быстро адаптироваться к новому поведению потребителей - это текущая задача на сегодняшний день.

Четыре основные тенденции, на которые стоит обратить внимание компаниям, для привлечения клиентов в период пандемии:

1) Будьте в тренде. Если ваша стратегия была эффективной год назад, теперь она может потерять актуальность. Настройте свои предложения с указанными выше тенденциями рынка. Подчеркните популярные категории продуктов в интернете,

устройства, с которыми вы чаще совершаете покупки, и мотивы для покупок в интернете.

2) Будьте качественным. Убедитесь, что ваши клиенты имеют лучший пользовательский интерфейс: выберите удобную и безопасную платформу электронной коммерции, создайте свой собственный интернет-магазин или Marketplace. Обязательно оптимизируйте его для мобильных устройств или создайте приложение.

3) Будьте на связи. Продвигайтесь на Google с Google My Business, обновление профиля еженедельно. Если у вас есть клиентская база, которая согласилась использовать личную информацию, настройте информационный бюллетень: регулярно отправляйте их со специальными предложениями и акциями. Рекламируйтесь в трендовых социальных сетях Facebook, Instagram и TikTok.

4) Будьте в теме. Не полагайтесь на прошлый опыт и старайтесь выбросить из стратегии все, что может сыграть вам злую шутку: юмор, связанный с пандемией и карантином, бескомпромиссные замечания о текущих тенденциях в экономике и здравоохранении, предложения, которые невозможно осуществить из-за новых ограничений.

Список литературы:

1. Приходько К.С. Воздействие мировых торговых сетей на развитие потребительского рынка в условиях глобализации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный университет. Краснодар, 2008

2. Приходько К.С. Аутстаффинг, аутсорсинг - современные технологии на рынке труда. Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 6. С. 15.

3. Приходько К.С. Социально-экономическая значимость торговых сетей в Краснодарском крае. Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 10. С. 10.

4. Приходько К.С., Козловская С.А. Формирование долговременных устойчивых конкурентных преимуществ и их экономическое обоснование. Финансовая экономика. 2019. № 5. С. 812-815.

5. Приходько К.С. Потребительский рынок как основной фактор институционального устойчивого развития Краснодарского края. Сфера услуг: инновации и качество. 2014. № 17. С. 4.

6. Приходько К.С., Козловская С.А. Исследования потребительского рынка как важнейшего фактора расширения внутреннего рынка товаров народного потребления. Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 11. С. 101-108.

7. Сергиян К.С., Мудрова Л.И. Развитие потребительского рынка в России в условиях жёсткой конкуренции мировых и отечественных торговых сетей. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 1-3. С. 421-425.

8. Сергиян К.С. Методика определения и эффективного управления конкурентоспособностью объектов сетевого ритейла с позиции потребительских предпочтений. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 3-2. С. 124-127.

9. Основные тенденции трансформации розничной торговли в 2020 году [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://retailhoreca.ru/retail_transformation_2020

10. Рейтинг российских регионов по динамике розничной торговли [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://ria.ru/20210830/torgovlya-1747765752.html>

11. 8 трендов в ритейле на 2021 год [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://new-retail.ru/>

12. Рынок труда России: новая реальность, или как мы пережили коронавирусный квартал. hhcdn.ru: веб-сайт.

13. Tisdell C.G. Economic and political issues raised by the COVID-19 pandemic.

14. Прогноз развития международной торговли в контексте COVID-19 <https://www.vavt-imef.ru/forecast-of-the-development-of-international-trade-interms-of-covid-19/>

Приходько К.С.*к.э.н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Говорун Е.А.***обучающаяся на очной форме обучения**по направлению «Экономика предприятий и организаций»**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

НОВЕЙШИИ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

THE LATEST TRENDS OF RETAIL CHAINS DEVELOPMENT IN RUSSIA

Аннотация: Анализ основных современных тенденций развития розничных торговых сетей. Были выявлены факторы, значительно повлиявшие на состояние и функционирование ритейлов. Также были подробно рассмотрены основные изменения в деятельности розничных торговых сетей в условиях мировой ситуации на 2021-2022 года. Обосновано применение более новых и развивающихся технологий не обойдет стороной розничные торговые сети, что в далеком будущем может полностью изменить систему розничной торговли.

Abstract: Analysis of the main modern trends in the development of retail trade networks. Factors that significantly influenced the state and functioning of retailers were identified. The main changes in the activities of retail chains in the context of the global situation for 2021-2022 were also considered in detail. The use of newer and developing technologies is justified and will not bypass retail chains, which in the distant future can completely change the retail system.

Ключевые слова: розничные торговые сети, крупнейшие ритейлы России, диджитализация, инновации, тенденции развития розничных торговых сетей.

Keywords: retail chains, the largest retail chains in Russia, digitalization, innovation, development trends of retail trade networks.

Розничная торговая сеть (РТС) представляет собой совокупность нескольких торговых точек (2 и более), которые обладают общей информационной структурой,

логистикой, стратегиями развития и управляются из одного центра. Их целью является продажа определенных видов товаров и обслуживание покупателей.

В настоящее время сфера торговли в России находится под влиянием таких факторов как: состояние экономики страны, имеющей довольно ощутимые проблемы; осложнения во всех сферах жизни населения, связанные с пандемией коронавируса; политические и экономические взаимоотношения с зарубежными странами. Это все привело к снижению реальных доходов населения и потребительского спроса, а также вынудило торговые предприятия сменить приоритеты в пользу недорогих товаров и товаров первой необходимости.

При этом перспективы роста розничной торговли в России не только позволяют развиваться российским розничным агентам, но и позволяют войти на российский рынок популярнейшим европейским ритейлерам.

По данным из Росстата оборот розничной торговли на протяжении последних лет неуклонно рос и за первые 3 квартала 2021 года уже составил 17,6 трлн. руб. (рис. 1).



Рис. 1. Оборот розничной торговли на период с 2015 по 2020 года

Как видно по рисунку 1, вплоть до 2020 года оборот розничной торговли непрерывно возрастал и в 2019 году достиг показателя 33,5 трлн. руб., но в 2020 году он снизился на 0,1 трлн. руб. или на 0,3%. Несмотря на это по сравнению с 2015 годом в 2020 году оборот выше на 32%.

При этом торговые сети на данный момент имеют определенные ресурсы, которые могут помочь им в дальнейшем развитии в условиях кризисов или стагнации экономики. Например: введение выгодных для себя изменений на региональных рынках при ослаблении позиций средних и малых предприятий. Исходя из этого, планы по продвижению розничных торговых сетей в 2021 году и на ближайшие несколько лет должны быть максимально гибкими, чтобы их можно было бы адаптировать под любое развитие событий и получение максимальной прибыли.

Так по окончании первого полугодия 2021 года можно выделить следующие крупнейшие торговые сети, действующие на территории Российской Федерации (рис. 2).

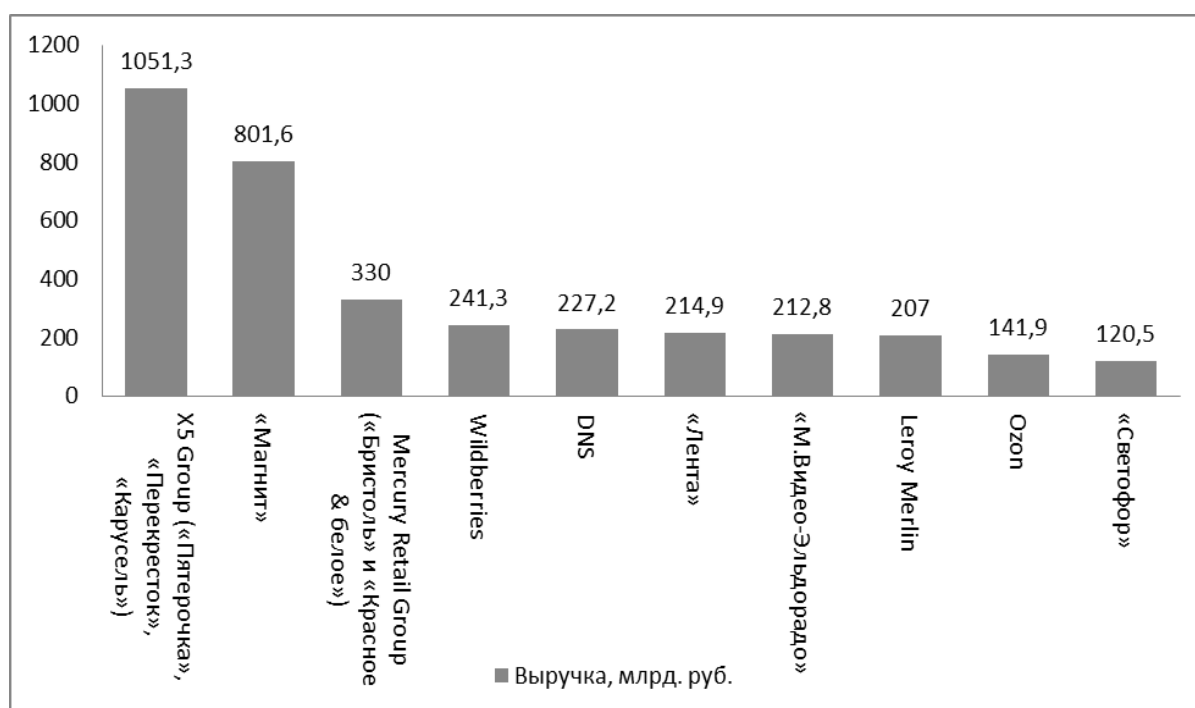


Рис. 2. 10 крупнейших ритейлеров по итогам первого полугодия 2021 года.

В 2019 году на долю этих торговых сетей приходилось 33,3% потребительского рынка, в 2020 – этот же показатель составил 37,4%. При этом прогнозируется рост показателя в 2021 и последующих годах. Так по рисунку 2 видно, что самая большая выручка у таких розничных торговых сетей как X5 Group и «Магнит», соответственно 1051,3 и 801,6 млрд. руб., на что оказало влияние стратегии развития, принятые ими ранее. Быстрыми темпами развивается также сеть магазинов «Светофор», которая только в прошлом году вошла в топ крупнейших ритейлеров, на данный момент она уже увеличила выручку по сравнению с 2020 годом на 39%.

Такой быстрый рост розничных торговых сетей в основном следует из того, что увеличивается частота покупок и размер среднего чека. Особенно это проявляется в продовольственной сфере и в магазинах по продаже одежды. При этом их наибольшее развитие, за последние 3 года, наблюдается в таких регионах как: Ленинградская область, которая уже много лет является лидером по развитию розничных торговых сетей, а также Новгородская, Московская, Владимирская и Томская области. Касательно регионов с наименьшим количеством розничных сетей можно выделить: Дагестан, Чеченская Республика и Ингушетия. В целом по стране показатель доли торговых сетей в общем обороте розничной торговли вырос с 30,7% до 38,5%.

Рассмотрим более подробно распределение по регионам России оборота розничной торговли и розничных сетей (рис. 3).

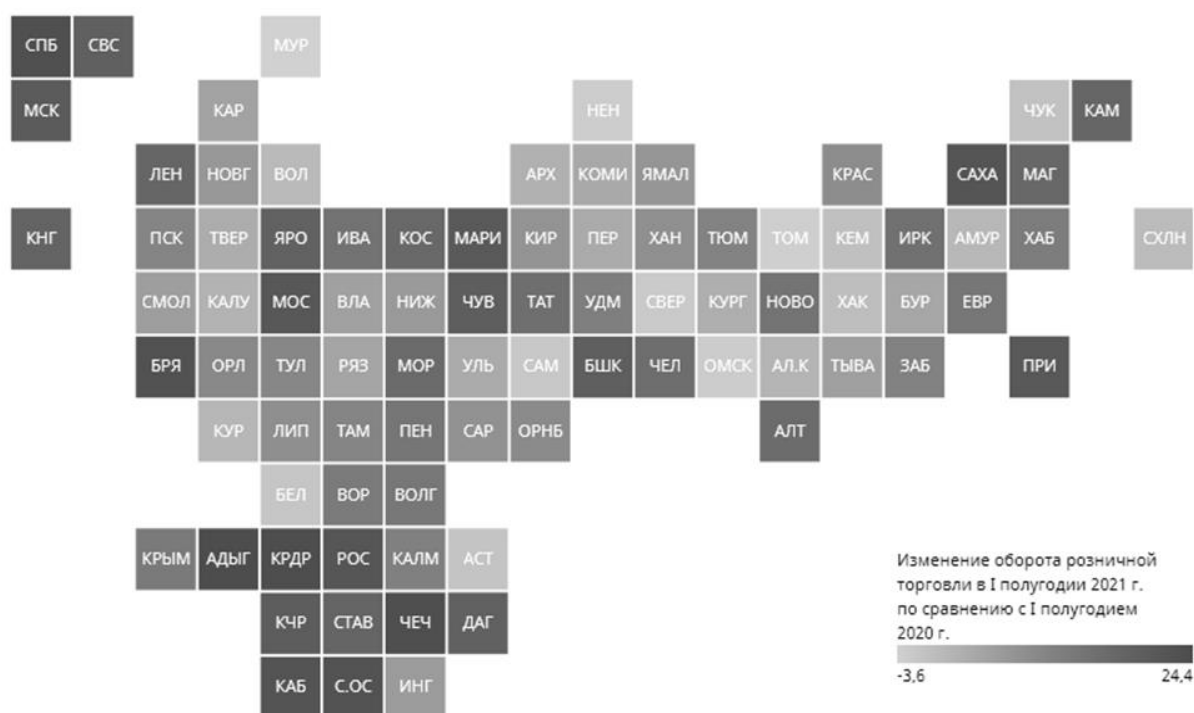


Рис. 3. Рейтинг российских регионов по обороту розничных торговых сетей за первое полугодие 2021 года.

По рисунку 3 видно, что за период с начала 2021 года оборот розничной сетевой торговли вырос в 80 регионах, а в 32 из них этот показатель увеличился более чем на 10%. Самый большой рост наблюдается на Юге России в Республике Адыгея (24,4%) и в Краснодарском крае (20,5%). При этом в некоторых регионах оборот розничных

торговых сетей снизился. Так, например, в Мурманской области он сократился на 3,6%, в Томской – на 1,7%, а в Ненецком автономном округе – на 1,5%.

Исходя из выше сказанного, нельзя не заметить, что развитие существующих и открытие новых торговых сетей в регионах благоприятно отразится не только на выручке региона и увеличении доходов населения, но и на развитие оснащенности территорий.

Рассмотрим основные современные тенденции в развитии розничных торговых сетей, влияющие на их конкурентоспособность на рынке и использование инноваций в торговом процессе.

Во-первых, в настоящее время большинство тенденций связано с цифровой трансформацией торговых сетей. Например: диджитализация, основной задачей которой является упрощение коммуникации между покупателем и продавцом. На быстрое развитие этой тенденции также повлияли ограничения связанные с пандемией коронавируса. Ведь в этот период большинство офлайн магазинов были вынуждены закрыться или переходить в режим онлайн магазинов и доставки на дом.

Еще одной тенденцией диджитализации является применение брендовыми магазинами режима дополненной реальности. На сегодняшний день, для клиентов не достаточно просто прийти в магазин за быстрыми покупками и сразу уйти, им необходимо получить удовольствие от самого процесса покупки. Примером может послужить, применение компанией Toyota программы, которая позволяет клиентам опробовать 10 любых автомобилей, даже не взяв в руки ключи. В целом с помощью дополненной реальности пользователи смогут виртуально примерить одежду, участвовать в рекламе своих любимых брендов или составлять виртуальные события.

Во-вторых, все чаще в больших розничных магазинах можно увидеть применение новых компьютерных технологий вместо рабочей силы. Это связано с цифровизацией общества и упрощением процедуры торговли. Ведь с помощью внедрения искусственного интеллекта и определенных алгоритмов анализа процессов ритейлеры смогут повысить продуктивность и эффективность своей деятельности. Основные нововведения в процессах оплаты покупок, управление логистикой и запасами, а также выкладке товаров и обеспечению прозрачности процессов производства и доставки товаров для потребителей.

В-третьих, последние несколько лет маркетплейсы постепенно вытесняют обычные ритейлы с рынка, полностью переворачивая товаропроводящую цепь. К тому

же появляется все больше агрегаторов, соединяющих желания и интересы потребителей напрямую с возможностями производителя, что тоже не идет на пользу развитию розничных торговых сетей.

Для того чтобы, предотвратить это сетевые магазины должны прекратить блокировать связь потребителя с производителем, а сосредоточиться в основном на создании удобного и простого интерфейса. Также ритейлам придется обеспечить прозрачность всех процессов, которые проходят товары от производства до появления на прилавках магазинов. Ведь сейчас покупатели все чаще хотят узнать больше информации о товаре перед его покупкой. Не исключено, что в недалеком будущем для этих целей будут разработаны специальные предложения.

В-четвертых, большая загруженность на работе, нежелание населения тратить много времени на совершение покупок, карантинные меры, введенные вследствие появления коронавирусной инфекции, внесли свои коррективы в приоритетность масштабов розничных магазинов. На сегодняшний день преобладают такие виды как «магазин у дома» и дрогери. Они становятся привлекательными для потребителей за счет близкой доступности, минимальных затрат времени на покупку товаров, а также доступных и приемлемых цен. В основном они открываются в спальных районах на достаточно далеком расстоянии от больших магазинов и ориентируются на продаже товаров повседневного спроса. Примерами могут служить: мясные, кондитерские или бакалейные лавки, также магазины похожие на «Магнит» или «Магнит-Косметик».

В-пятых, в больших розничных сетях в последний год происходит изменение kvi-корзины в основном за счет того, что рынок диктует правила ритейлам, а не наоборот. В первую очередь изменилось количество товаров в корзине. Если раньше их количество составляло 300-1000 товаров, то сейчас их становится еще больше из-за разного уровня потребителей. К тому же покупательная способность граждан сократилась, следовательно, потребители начинают смотреть на цены. Исходя из этого, возникает выбор, какой товар лучше взять – тот, что больше по душе, или акционный – с большей вероятностью, выбор падет на второй вариант.

Все это приводит к тому, что продажа товаров с помощью промо-акций увеличивается с бешеной скоростью. Например, в начале года количество промо-товаров в kvi-корзине уже составляло 60%. В некоторые магазины покупатели целенаправленно ходят только за товарами со скидками. При этом большинство промо-

акций инициируется производителями и поставщиками, поэтому сетевые магазины не теряют свою прибыль.

В целом можно сказать, что невозможно точно спрогнозировать как дальше будет складываться ситуация с розничными торговыми сетями. Но то, как сейчас развивается мировой рынок, точно окажет влияние на цены и спрос товаров. Также применение более новых и развивающихся технологий не обойдет стороной розничные торговые сети, что в далеком будущем может полностью изменить систему розничной торговли.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
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. Приходько К.С. Воздействие мировых торговых сетей на развитие потребительского рынка в условиях глобализации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный университет. Краснодар, 2008
4. Приходько К.С. Аутстаффинг, аутсорсинг - современные технологии на рынке труда. Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 6. С. 15.
5. Приходько К.С. Социально-экономическая значимость торговых сетей в Краснодарском крае. Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 10. С. 10.
6. Приходько К.С., Козловская С.А. Формирование долговременных устойчивых конкурентных преимуществ и их экономическое обоснование. Финансовая экономика. 2019. № 5. С. 812-815.
7. Приходько К.С. Потребительский рынок как основной фактор институционального устойчивого развития Краснодарского края. Сфера услуг: инновации и качество. 2014. № 17. С. 4.
8. Приходько К.С., Козловская С.А. Исследования потребительского рынка как важнейшего фактора расширения внутреннего рынка товаров народного потребления. Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 11. С. 101-108.

9. Сергиян К.С., Мудрова Л.И. Развитие потребительского рынка в России в условиях жёсткой конкуренции мировых и отечественных торговых сетей. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 1-3. С. 421-425.

10. Сергиян К.С. Методика определения и эффективного управления конкурентоспособностью объектов сетевого ритейла с позиции потребительских предпочтений. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 3-2. С. 124-127.

11. Основные тенденции трансформации розничной торговли в 2020 году [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://retailhoreca.ru/retail_transformation_2020

12. Рейтинг российских регионов по динамике розничной торговли [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://ria.ru/20210830/torgovlya-1747765752.html>

13. 8 трендов в ритейле на 2021 год [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://new-retail.ru/>

Штезель А.Ю.*к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова***Денисова Н.И.***к.т.н, доцент**Кафедры торговли и общественного питания
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова***Михайличенко А.С.***Студент I курса направления Торговое дело
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ВЛИЯНИЕ УПАКОВОЧНОГО МАТЕРИАЛА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

ENVIRONMENTAL IMPACT OF THE PACKAGING MATERIAL

Аннотация: В данной статье рассматривается экологическая обстановка окружающей среды и воздействие упаковочного материала на окружающую среду. Рассмотрено влияние сбора, хранения и утилизации упаковки на экологию, рассмотрен опыт других стран по исправлению экологической ситуации, представлены новые технологии производства тары и опыт её применения, рассматриваются методы улучшения экологической ситуации.

Annotation: This article discusses the ecological situation of the environment and the impact of packaging material on the environment. The impact of the collection, storage and disposal of packaging on the environment is considered, the experience of other countries in correcting the environmental situation is considered, new technologies for the production of packaging and experience in its application are presented, methods for improving the environmental situation are considered.

Ключевые слова: тара, экология, упаковка, загрязнение окружающей среды, технология, методы изменения экологической обстановки.

Keywords: packaging, ecology, packaging, environmental pollution, technology, methods of changing the environmental situation.

Огромная товарная масса, произведенная на различных предприятиях промышленности и сельского хозяйства, должна быть передана в сферу обращения для того, чтобы потребитель мог воспользоваться ею.

Технологические операции, связанные с перемещением товаров, ускоряются при

использовании разнообразной упаковки. Необходимым условием для проведения технологических операций, связанных с транспортировкой, складированием, поддержанием запасов, отгрузкой и упаковкой товаров, является наличие различных упаковочных материалов, поскольку без этого перевезти и хранить огромную товарную массу и довести ее до конечного потребителя практически невозможно. Поэтому в последние годы стали говорить о развитии тароупаковочной индустрии [2].

Многие люди, приобретая товары, даже не задумываются о том, почему тот или иной товар представлен в соответствующем виде - коробках, баночках, пакетах, в которых такие продукты находятся на полках. Но упаковка имеет огромное значение.

Упаковка в первую очередь обеспечивает сохранность товара на всем пути следования от поставщика до потребителя, создает удобства при транспортировке продукции, защищает от воздействия влаги, температуры, продлевая срок хранения, делает внешний вид товара более привлекательным.

Для успешной продажи тех или иных товаров необходимо предоставить покупателю не только товар высокого качества, в широком ассортименте, но и в надежной, безопасной и эстетически привлекательной упаковке. Использование мелкой тары позволяет потребителю сделать рациональный выбор при покупке.

Потребитель не представляет себе покупку какого-либо товара без информации, помещенной на упаковку, поэтому смело можно отметить информационно-коммуникативную роль упаковки. Выкладка товаров с использованием различных красочно оформленных упаковочных материалов привлекает внимание, оказывает эстетическое воздействие на покупателя, повышает культуру обслуживания покупателей.

Часть товаров, таких как лаки, краски, смазочные материалы, различные растворители и разбавители могут оказывать отрицательное воздействие на окружающую среду, поэтому использование различной герметичной тары и упаковки имеет для защиты окружающей среды большое значение.

Но наряду с положительной стороной упаковки возникает проблема загрязнения окружающей среды. Защищая товар от вредного воздействия, упаковка выступает источником отрицательного воздействия на экологию, которая в современном мире становится проблемой номер один, поскольку связана с изменением климата, с загрязнениями водных и воздушных ресурсов.

Каждый из нас пользуется продуктами не в чистом виде, а в упаковке, которая

удобна для нашего потребления, но с точки зрения природы – это огромная проблема. Устранить её совсем, вряд ли получится, по крайней мере, на нашем веку, а вот хотя бы обратить на это серьезное внимание для исправления ситуации, необходимо. Важно озвучивать эту тему, так как это может помочь другим людям осознать масштабы экологической катастрофы.

Торговля инициирует производственную работу, которая потенциально может привести к резкому росту негативного воздействия на окружающую среду. Для изготовления упаковки используются различные материалы – стекло, бумага, картон, древесина, полимеры и их сочетания, каждый из которых по-разному перерабатывается, что создает проблему утилизации.

В последние годы доля тары из стекла и древесины стала значительно меньше, на первый план вышла упаковка из пластика. Пластик является основным источником загрязнения Мирового океана. По данным ООН, ежегодно в мире производится более 300 млн. тонн пластикового мусора. Ненужные пластиковые отходы можно обезопасить путем вторичной переработки, сжигания или захоронения на полигоне.

В 2021 году мировой рынок переработки пластика оценивается в \$45,5 млрд., а к 2026 году его объем превысит \$65 млрд. К 2025 году в ЕС планируется собирать на переработку более 77% пластиковых бутылок, а к 2029 — до 90% [3].

Более половины всех отходов, которые вывозятся на мусорные полигоны России, составляет одноразовая упаковка, каждую секунду в мире используется и выбрасывается 160 тыс. пластиковых пакетов [3].

Исследования, проведенные в США, показали, что на производство одной единицы упаковки из пластика расходуется в 1,8 раз меньше энергии, чем из других материалов, из пластика можно создавать меньший объем и получать меньше твердых отходов [3].

Низкая себестоимость и удобство производства изделий из пластмасс выдвинуло этот материал на первое место и дало путь массовому распространению. Спрос на упаковку перерос в устойчивую потребность в ней, что связано с повышением технологии потребления продуктов и требований со стороны потребителей.

Ежегодно города мира производят около 1,3 млрд. тонн твердых отходов, по прогнозам к 2025 году эта цифра достигнет 2,2 млрд. Более 70% их них — это пластик, бумага и другой непищевой мусор. Вторичной переработке подлежит менее 150 млн. тонн мусора каждый год [5].

По исследованиям ЕС сегодня на душу населения приходится 167 кг упаковочных отходов, которые попадают в реки, озера, моря и почву, и за счет выделения химических веществ, становятся источником серьезных заболеваний [6]. Относительно легко перерабатывается алюминиевая тара, ее можно подвергать переработке многократно без изменения свойств. Переработка пластика и комбинированных материалов составляет особую трудность. Различные виды пластмасс перерабатываются по-разному, да к тому же не все пластмассы могут быть переработаны из-за присутствия в них вредных веществ, которые при переработке выделяют летучие органические соединения в атмосферу.

Из пластика более вредными являются полистирол (ПС) и поливинилхлорид (ПВХ), которые при повышении температуры выделяют токсичные канцерогенные вещества. Более безопасной для окружающей среды и для здоровья человека являются полипропилен (ПП), полиэтилентерефталат (ПЭТ), и полиэтилен (ПЭ). Эти виды пластика легче перерабатываются, из них получают плитку и черепицу, канализационные трубы, ящики и канистры, мебель, коврики и уплотнители для автомобилей [5].

Процесс разложения в естественных условиях упаковки из алюминия составляет от 80 до 200 лет, полного разложения упаковки из стекла - несколько тысячелетий, для разрушения пластика требуется более 400 лет. Периоды разрушения достаточно велики, поэтому в мире накапливается большое количество отходов из разных упаковочных материалов, которые либо сжигаются, либо хранятся на свалках, и лишь малая часть их перерабатывается (упаковка из пластика перерабатывается всего 9%) Одна только торговая сеть Amazon за 2020 год произвела более 270 тыс. тонн пластиковых отходов. Опрос покупателей этой сети показал, что 75% отправляли пластиковую упаковку на свалку, почти 20% покупателей использовали ее повторно, и только 5% покупателей выбросили упаковку в мусорные контейнеры в самом магазине Amazon [3].

На сегодняшний день загрязнение окружающей среды пластиковыми отходами, безусловно, приводит к нарушению экологического равновесия на всей планете, а не только в районах воздействия. Это говорит о том, что данная проблема касается каждого.

До перехода к рыночным отношениям тароупаковочной промышленности в стране практически не существовало, поскольку продукция не отличалась

конкурентоспособностью, а соответствующего оборудования для развития этого направления не было. Поэтому потери материальных ценностей были огромны. Так, если в США потери в пищевой промышленности не превышали 5%, то в нашей стране терялось от 30 до 40% пищевой продукции. Основная масса продуктов конечному потребителю предоставлялась в не упакованном виде [2].

В мире постоянно ведутся поиски новых усовершенствованных и экологичных видов упаковочных материалов. Несмотря на снижение темпов экономики, Россия продолжает занимать достаточно высокое восьмое место в мире по производству упаковки. Производители стараются изготавливать упаковку, которая по минимуму влияет на окружающую среду

Помимо внедрения технологий производства безотходных упаковочных материалов, необходим поиск и других решений экопроблемы. Перспективным методом утилизации упаковки является её сортировка и последующая переработка.

Решение проблемы переработки пластика можно за счет отдельного сбора и сортировки. И все чаще и чаще говорят о возобновляемой и биоразлагаемой упаковке, т.е. такой, которая является разлагаемой и безопасной [4].

Пластик со временем распадается на всё более и более мелкие частицы (микропластик), становясь источником загрязнения биосферы.

В недавних исследованиях учёные обнаружили, что он содержится даже в косметике. «Учёные нашли одну частицу микропластика в каждом литре воды из Ладожского озера», - говорится в interfax.ru, а ведь это большая часть запаса питьевой воды нашей страны. Иностранные исследования показывают, что микропластик найден в лёгких не одного человека. Согласно исследованию, в 11 из 13 образцов лёгочной ткани был обнаружен пластик 12 различных видов, в том числе тех, которые используются для создания бутылок, упаковок и синтетической одежды. Учёные считают, что это может привести к развитию болезней и проблем с дыханием. Это ещё одна причина как можно скорее предпринимать меры по решению этой проблемы.

Так, в Краснодаре, в отделении №2 совхоза «Солнечный», предприятия, производящие продукцию летом, отправляют ее в указанное место для упаковки в стеклянную и пластиковую упаковку. Эта компания способствует увеличению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу.

Согласно проведенному нами опросу, было четко сформулировано мнение граждан, проживающих в этом районе, от которых поступают жалобы на едкий запах,

затрудненное дыхание, невозможность из-за этого проветрить квартиру и т. д. Люди хотели бы пойти на компромисс с этим производителем. Например, сокращение выбросов с 18 до 22 часов вечера или полное прекращение работы компании по вечерам, выходным и праздничным дням.

Рынок упаковки считается одним из самых перспективных в нашей стране, и производители пытаются решать проблему создания экологичных и безопасных материалов с возможностью их вторичной переработки, безопасных для окружающей среды. В мире постоянно ведутся поиски новых усовершенствованных и экологичных видов упаковочных материалов.

Половина пластикового мусора приходится на одноразовые товары и упаковку, поэтому во многих странах (Монако, Северная Македония, Индия, Гонконг) происходит постепенный отказ от одноразового пластика. В России к 2024 году планируют отказаться от производства одноразовых товаров из пластика [3].

Пластиковые палочки, одноразовую посуду, упаковку, соломинки для напитков, одноразовой посуды крышки для стаканчиков, пластиковые палочки, контейнеры из пенопласта, конфетти, держатели для воздушных шаров и другие товары исчезнут из обихода потребителей. По мнению специалистов, человек ежегодно использует 37 одноразовых вилок, ножей и ложек и 18 одноразовых пластиковых тарелок [3]



Из инноваций в области тароупаковочной индустрии следует выделить некоторые довольно интересные разработки. Например, в Испании создан биопластика из томатов (а точнее из отходов консервного производства – листьев, стеблей, самих томатов), который разлагается в морской воде всего за месяц. Специалисты в разных странах обращают внимание на использование упаковки из водорослей, упаковки из

крахмала, занимаются разработкой биоразлагаемых материалов для упаковки, которая бы не наносила вред окружающей среде.

На наш взгляд, на начальном этапе работы по исправлению экологической ситуации в нашей стране стоит обратить внимание на опыт других стран в этой области, чтобы еще больше улучшить ситуацию.

Пищевые отходы

Упаковка от продуктов питания, напитков или других изделий является основной, наиболее распространенной частью отходов, с которыми мы сталкиваемся каждый день.

В идеальном мире упаковочные отходы были бы единственными отходами, о которых нужно заботиться в конце срока службы пищевого продукта. В действительности примерно треть всех производимых в мире продуктов питания фактически не потребляется, а теряется до потребления. Мы термин «пищевые отходы» используем для всех пищевых потерь, которые имеют место на розничных и потребительских этапах.

По исследованиям ученых Западной Европы ежегодно на свалках оказывается 1/6 часть всего продовольствия мира, что составляет 931 млн. тонн. Лидером являются домашние хозяйства (11% от общего количества), в год на одного человека приходится 121 кг выброшенной еды. Для многих пищевых продуктов решение об упаковке напрямую влияет на количество пищевых отходов при распределении в розничной торговле и в домах потребителей. Постепенно внедряется практика отделения биологических отходов от остального мусора.

В LCA упаковки пищевых продуктов (анализ жизненного цикла) в некоторой степени обсуждалась взаимосвязь между воздействием упаковки на окружающую среду и ее способностью сокращать пищевые отходы. Отдельные исследования показывают, что для некоторых продуктов экологическая выгода от сокращения пищевых отходов перевешивает воздействие на окружающую среду, вызванное использованием дополнительного упаковочного материала.

В последних упаковочных LCA часто анализируется упаковка, продлевающая срок годности, в отношении пищевых отходов приводится краткое изложение различных типов потерь продуктов питания, которые происходят в цепочках поставок продуктов питания.

Транспортировка, хранение и приготовление продуктов питания домашними

хозяйствами

Поведение потребителей на этапе использования продукта было определено как важный фактор общего воздействия многих продуктов на окружающую среду. Фаза использования пищевых продуктов не только имеет отношение к количеству пищевых отходов, но и вносит значительный вклад в потребление энергии и воды частными домохозяйствами. Оценка фазы использования в LCA более распространена для потребительских товаров с длительным сроком службы (таких как электронные приборы), чем для продуктов питания. В то же время было подчеркнуто, что различия в способе использования продуктов могут оказать значительное влияние на результаты ДМС для всех продуктов, «где фаза использования отвечает за большую долю общего воздействия на окружающую среду».

LCA макаронных изделий и кофе определили использование энергии приготовления как значительную точку в жизненных циклах продуктов. Потребление энергии при хранении охлажденных пищевых продуктов является еще одним важным фактором, влияющим на потребление энергии в жизненном цикле пищевых продуктов. Другие атрибуты упаковки, связанные с фазой использования, включают дозировку продукта и тип упаковочного материала, которые влияют на выбранную технологию приготовления пищи (например, микроволновая печь или электрическая плита). В то время как стало более распространенным явлением рассматривать пищевые отходы в упаковочных LCA, лишь в нескольких исследованиях обсуждается влияние упаковки на приготовление и хранение пищевых продуктов.

Упаковочный материал (первичный, вторичный и третичный)

Важной частью прямого воздействия упаковки на окружающую среду является воздействие производства упаковочных материалов, используемых для первичной, вторичной и третичной упаковки. Для продуктов с относительно низкими ингредиентами воздействия на окружающую среду, например безалкогольных напитков, производство упаковки может быть основным фактором общего воздействия на окружающую среду. В отличие от этого, для продуктов с высокоэффективными ингредиентами, например, сыра, относительный вклад упаковки в общее воздействие на окружающую среду обычно невелик.

LCA упаковки часто подчеркивают взаимосвязь между первичной, вторичной и третичной упаковкой и необходимость включения всех соответствующих уровней упаковки в LCA. Кроме того, было рекомендовано, чтобы все уровни упаковочной

системы разрабатывались параллельно.

Прямое и косвенное воздействие упаковки пищевых продуктов на окружающую среду

Упаковочные системы обычно описываются в иерархии из трех уровней: первичная, вторичная и третичная упаковка. Первичная упаковка (например, бутылка) находится в непосредственном контакте с продуктом, вторичная (например, коробка из гофрокартона) содержит несколько первичных упаковок, а третичная (например, поддон или рулонный контейнер) содержит несколько первичных или вторичных упаковок.

Подводя итоги всему вышесказанному можем сделать вывод, что будущее на рынке упаковки и тары за новыми, современными и технологичными упаковочными материалами, которые постепенно вытесняют привычные нам картон и стекло.

Список литературы:

1. «Взаимосвязь торговли и окружающей среды» 2021. https://studwood.net/1296773/ekologiya/problemy_ekologii_ispolzovaniia_tary_upakovocnyh_materialov_potrebitelskih_tovarov
2. Денисова Н.И. Инновации тароупаковочной индустрии В сборнике: Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения. Сборник научных работ преподавателей III Международной межвузовской конференции. 2019. С. 91-96.
3. Александр Хомяков ПЭТ-упаковка и экология: мифы и реальность <https://plus-one.forbes.ru/pet-upakovka-i-ekologiya-mify-i-realnost>
4. Вера Жихарева Что такое экологичная упаковка <https://plus-one.ru/manual/2022/04/19/chto-takoe-ekologichnaya-upakovka>
5. Дарья Кузнецова Как выбрать безопасную упаковку <https://plus-one.rbc.ru/ecology/kak-vybrat-bezopasnuyu-upakovku>
6. Норовкова Е.Э., Фролова Н. Ю. Влияние товарной упаковки на изменение состояния окружающей среды https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/36826/1/978-5-8050-0715-7_2021_032.pdf
7. Ткачик И. Б. Пластиковая упаковка и её воздействие на окружающую среду и человека <https://core.ac.uk/download/pdf/337279621.pdf>