

**«Мультидисциплинарные
исследования»**



**Результаты
теоретических
исследований
и практических
экспериментов**

**Сборник статей
международного
научно-исследовательского
конкурса**

**Санкт-Петербург
2021**



Eurasian Scientific and Methodological Center
«MULTIDISCIPLINARY RESEARCH»

International research competition

**RESULTS
OF THEORETICAL RESEARCH
AND PRACTICAL
EXPERIMENTS**

04 May 2021
St.-Petersburg (Russia)

St.-Petersburg
2021

УДК 001.891:608.1
ББК 91.9:6я43
Р34

Р34 Результаты теоретических исследований и практических экспериментов: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса. / под ред. Р.Д. Иванова. – СПб.: ЕНМЦ «Мультидисциплинарные исследования», 2021. – 80 с.

ISBN 978-5-6045408-8-6

В сборнике представлены статьи участников Международного научно-исследовательского конкурса «Результаты теоретических исследований и практических экспериментов», прошедшего 04 мая 2021 года в Санкт-Петербурге. В работах авторов рассмотрены проблемы научных исследований и практической деятельности на современном этапе развития.

Научное издание предназначено для докторов, кандидатов наук и соискателей научных степеней, научных работников и специалистов различных направлений и профилей, руководителей и сотрудников образовательных организаций, а также всех интересующихся рассматриваемой проблематикой с целью применения в научной работе и учебной деятельности.

Статьи издаются в авторской редакции. Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей, соблюдение законодательства в области интеллектуальной собственности, а также сам факт их публикации. Мнение ЕНМЦ может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

УДК 001.891:608.1
ББК 91.9:6я43

© ЕНМЦ «Мультидисциплинарные исследования» (ИП Иванов Р.Д.), 2021
© Коллектив авторов, 2021

ISBN 978-5-6045408-8-6



9 785604 540886

СОДЕРЖАНИЕ

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	6
ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ ВОЗДУХА Мельницкая Ксения Максимовна	7
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	12
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Окольничников Виктор Сергеевич.....	13
ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ Панченкова Алина Николаевна.....	17
ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ	20
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКУРСИИ Рекеть Алексей Николаевич, Пекарский Алексей Вячеславович	21
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	25
СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 Говор Елизавета Сергеевна	26
МИРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ КРИЗИСЫ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ Дроботова Дарья Юрьевна	31
БАРЬЕРЫ КАК СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА ПУТИ НАЧИНАЮЩЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ Говор Полина Сергеевна	36
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Зайнуллина Милена Рашидовна	40
ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ Мухортов Иван Алексеевич.....	44
ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА РФ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА И ПАНДЕМИИ COVID-19 Орлов Вадим Сергеевич.....	49

УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИЯМИ ПОТРЕБИТЕЛЯ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ БИЗНЕСА Осташева Мария Александровна.....	53
ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ Плотникова София Денисовна	61
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА Русинова Юлия Андреевна.....	66
ФОРСАЙТ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ Солодовник Александра Игоревна	71
РАЗВИТИЕ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ НА РЫНКЕ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ Юдаков Кирилл Александрович.....	75



**БИОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

УДК 574

ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ ВОЗДУХА

Мельницкая Ксения Максимовна

обучающаяся КГУ «Центр экологии, краеведения и туризма»
управления образования города Шымкент

Научный руководитель: Мельницкая Эльвира Юрьевна, педагог
дополнительного образования

Аннотация: Экологическая проблема одна из наиболее важных задач человечества. От решения этой проблемы зависит наше будущее. Необходимо решать создавшиеся экологические проблемы как можно скорее, иначе, какое будущее нас ожидает, если сегодня на каждого жителя города Шымкент приходится более 1 кг отравляющих веществ. Всегда необходимо помнить о том, что за каждую «победу» над природой человека, она мстит непоправимыми потерями. На всех стадиях своего развития человек был тесно связан с окружающим миром. Человек загрязняет атмосферу уже тысячелетиями, однако последствия употребления огня, которым он пользовался весь этот период, были незначительны. Приходилось мириться с тем, что дым мешал дыханию и что сажа ложилась черным покровом на потолке и стенах жилища. Это начальное загрязнение воздуха не представляло проблемы, ибо люди обитали тогда небольшими группами, занимая обширную нетронутую природную среду. Лишь за последние сто лет развитие промышленности "одарило" нас такими производственными процессами, последствия которых вначале человек еще не мог себе представить. Возникли города-мегаполисы, рост которых остановить нельзя. Все это результат великих изобретений и завоеваний человека. В данной работе нашей целью являлось экспериментальным путём выявить увеличение количества загрязнения воздуха, в зависимости от территории, близости её к очагам загрязнения, а также, наличие на территориях зеленых насаждений и роль растений в уменьшении этих загрязнений. Задачей являлось на практике проверить насколько зеленые насаждения определенных пород смогут помочь задерживать вредные вещества.

Ключевые слова: мониторинг, дымостойкие растения, газоустойчивые растения, индикатор, атмосфера.

VISUAL ECOLOGICAL AIR MONITORING

Melnitskaya Ksenia Maksimovna

Abstract: This project presents the results of investigations made in connection with a complex current ecological situation in Shymkent, and some regularities of increasing the number of air pollution depending on the areas adjacent to the foci of the pollutants. Moreover, the closer a zone of foci emissions, the higher the level of pollution. The measures proposed to improve the existing situation: to produce a mass planting, the relevant range for different areas of the village. So, for roadway in South Kazakhstan region (SKR) recommended to plant dimotane plants of certain species, and protective green zones by gas resistant plants. And when planting demosthenic and by gas

resistant plants it is necessary to consider the survival of these plants in each climatic zone to improve the efficiency of trapping them leaves harmful substances. The research part of the project was done in collaboration with methodologists and teachers of the Ecological education Center.

Keywords: monitoring, smoke-resistant plants, gas-resistant plants, indicator, atmosphere.

В городе Шымкент наблюдается перенасыщенность промышленных предприятий и автотранспорта, которые приводят к резкому ухудшению состояния окружающей среды и здоровья населения.

Воздушный бассейн г. Шымкент на сегодняшний день загрязнен выбросами вредных веществ и автотранспорта в многократно превышающих дозы ПДК (предельно-допустимые концентрации).

Основными виновниками загрязнения являются:

- Автотранспорт – 40 % всех выбросов города
- Промышленные предприятия – 35%
- Предприятия теплоэнергетики – 25 %.

Доля каждого из этих источников в общем загрязнении воздуха сильно различается в зависимости от места. Вредные газы попадают в воздух в результате сжигания топлива для нужд промышленности, отопления жилищ, работы транспорта, сжигания и переработки бытовых и промышленных отходов. В сутки на 1 жителя города приходится более 1 кг вредных выбросов. Из «экологически грязных» отраслей большую часть занимают – энергетика, нефтехимия. Выбросы вредных веществ от всех источников составили 153 тыс. тонн в год. Город Шымкент по уровню загрязнения воздушного бассейна стоит на 3 месте в списке особо загрязненных городов РК. В последнее время качество воздуха в нашем городе вызывает тревогу у специалистов-медиков. Это во многом связано с тем, что в наших домах воздух также загрязнен токсичными веществами и нашему здоровью наносится постоянный ущерб. Ведь основные загрязнители воздуха, такие как выхлопные газы, дым проникают внутрь помещений. Особенно страдают от этого жители тех районов, чьи дома находятся возле заводов, фабрик, автострад. Наиболее подвержены вредному воздействию дети. Другая причина напряженной экологической обстановки в нехватке зеленых насаждений. Наш город, в последнее время строит все больше и больше домов, прокладывают асфальтные дороги и площади, растёт количество автотранспорта, а зоны озеленения растут не так быстро, как это необходимо. Шымкент должен иметь площадь зеленой зоны – 12000 га, но сейчас наш город имеет всего – 4000 га, а на каждого жителя приходится 5,1м²,

при норме 21м². А ведь зелеными насаждениями можно локализовать значительную часть вредных выбросов.

Мною, совместно с научным руководителем для определения количества загрязнения воздуха, была произведена индикация на трех контрольных точках. Первые серии замеров я производила в 2019 году. Повторные данные я снимала с индикаторов в марте 2020 года.

Мониторинг производился в 3х местах:

1. Зона, прилегающая к проезжей части по улице Елшибек-батыр с высаженными по краю кустами сирени,
2. Зеленая парковая зона Экологического центра по улице Елшибек-батыр 110,
3. Зона, прилегающая к проезжей части по улице по улице Аскарова без зеленых насаждений.

Для того чтобы простым и визуальным способом оценить, насколько, воздух загрязнен в местности твёрдыми частицами (пыль, сажа, копоть) я изготовила несколько простейших индикаторов загрязнения. Заготовки делаются из твердого картона в виде карточек, в центре прорезается отверстие размером 2х2 см. Выбирается подходящее место для крепления индикатора. Раскрытый индикатор крепится к предмету сбоку, от отверстия. Затем необходимо отрезать кусок клейкой ленты и заклеить отверстие липкой стороной вверх. Отметить дату и погодные условия. Оставить индикатор необходимо на 24 часа и следить, чтобы его не мочил дождь. Через сутки, я снимала индикаторы и рассматривала клейкую ленту и частицы на ней через увеличительное стекло, а также и через микроскоп. В зависимости от места установки индикатора, я обнаруживала на клейкой ленте следы копоти, сажи и частицы пыли.

Результаты исследований.

Для достоверности данных наших экспериментов, мы провели мониторинг 2 раза, первый мониторинг был сделан в октябре 2019 года, а второй в марте 2020. В результате проведенного мониторинга и обработки данных были получены следующие данные, о том, что в районах, прилегающих к проезжей части, трассам, жилым зданиям твёрдых частиц, загрязняющих воздух находится наибольшее количество. Наиболее чистым районом оказалась парковая зона с зелеными насаждениями. Причём, состояние воздушной среды города Шымкент, не только не улучшилось за прошедшие месяцы, но и ухудшилось по таким показателям, как выбросы сажи. Что визуально можно наблюдать на индикаторах загрязнения. Все эти данные отражены нами в сводной таблице.

Также, путём сравнения индикаторов мы сделали выводы, что зеленые растения помогают уменьшить количество твердых вредных выбросов.

Таблица 1. Сводная таблица показателей мониторинга воздуха за 2019 - 2020 гг.

Зоны	Твердые частицы					
	Пыль		Сажа		Копоть	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Зона, прилегающая к проезжей части по улице Елшибек-батыр, с высаженными по краю кустами сирени	Умеренное количество		Нет	Небольшие вкрапления	Умеренное количество	
Зеленая парковая зона Экологического центра по улице Елшибек-батыр 110	В небольших количествах		Нет		Нет	
Зона, прилегающая к проезжей части по улице по улице Аскарлова без зеленых насаждений	В больших количествах		Умеренное количество		В больших количествах	

Известно, что растения различаются по своим свойствам, поэтому экологи рекомендуют нам подбирать для каждой климатической зоны и района свои полезные растения, которые хорошо приживаются и имеют высокие экологичные свойства.

Растения способствуют очищению воздуха на улицах, поэтому можно своими руками улучшить экологическую обстановку в городе. Экологи из экологического центра рекомендуют производить высадку специальных растений, которые с многократной силой будут очищать воздух, которым мы дышим. Существуют дымостойкие и газоустойчивые растения, они поглощают с огромной скоростью все вредные вещества – смог, дым, пыль, сажу и насыщают воздух кислородом. Причем чем грязнее воздух, тем лучше они растут! Природа, создав эти удивительные растения как- бы заранее знала, что наступит такая ситуация, когда нам понадобится ее помощь.

Таблица 2. Рекомендуемый ассортимент растений

Рекомендуемые растения	Проезжая часть	Защитные зелёные зоны
дымостойкие	Клен, ива, тополь пирамидальный, сирень, жасмин	
газоустойчивые		Ива, клен, ель колючая, можжевельник, сирень, жимолость

Выводы.

Наша тема кажется мне очень актуальной и интересной, мы считаем, что экологическая проблема одна из наиболее важных задач человечества. От решения этой проблемы зависит наше будущее. В нашей работе мы установили некоторые закономерности увеличения количества загрязнений воздуха на территории, у которой отсутствует растительность. Предлагаем, для улучшения состояния воздуха производить массовые посадки зеленых насаждений, для проезжей части высаживать дымостойкие растения определенных пород, а для защитных зеленых зон газоустойчивые растения, которые эффективно улавливают своими листьями вредные вещества. Озеленяя этими растениями свои улицы, дворы, пришкольные участки мы будем помогать природе!

Список использованных источников

1. Методическое руководство проведения биоиндикации воздуха и воды, КГУ «Экологический центр» управления образования города Шымкент, изд. Шымкент, 2019 год
2. Колобовский Е. Ю. «Экология для любознательных, или о чем не узнаешь на уроке биологии», изд. Академия развития, Ярославль, 2001 год
3. Энциклопедия «Я наблюдаю мир. Экология», изд. Просвещение, Москва, 2007 год
4. Сагимбаев Г.К. «Экология человека», изд. Алматы, 2001 год
5. Материалы из экологических интернет-сайтов.
6. Электронный журнал «ЭкоОбраз», Астана, 2018-2019 год.
7. Журнал экологических рекомендаций и занятий «Экоалем», Астана, март 2019 год.
8. Материалы Управления природных ресурсов и регулирования природопользования города Шымкент.

© К.М. Мельницкая, 2021



ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 371.1.07

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Окольничников Виктор Сергеевич

преподаватель ГАПОУ Архангельской области "Техникум строительства,
дизайна и технологий"

Аннотация: в статье представлено использование методов математической статистики в качестве экспертной оценки состояния образовательного учреждения. Дано обоснование такой оценки и представлена возможность её использования для преодоления сложностей в управлении образовательным учреждением. Кратко описан опыт автора в проведении такой оценки на примере образовательной организации среднего профессионального образования.

Ключевые слова: среднее профессиональное образование, управление в образовании, математическая статистика, экспертиза данных.

USE OF MATHEMATICAL METHODS IN EVALUATING THE ACTIVITIES OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION

Okolnichnikov Victor Sergeevich

Abstract: The article presents the use of methods of mathematical statistics as an expert assessment of the state of an educational institution. The substantiation of such an assessment is given and the possibility of its use to overcome the difficulties in the management of an educational institution is presented. The author's experience in conducting such an assessment is briefly described using the example of an educational organization of secondary vocational education.

Keywords: secondary vocational education, educational management, mathematical statistics, data examination.

Образовательные учреждения всех уровней в ходе своей деятельности периодически сталкиваются со сложностями, преодоление которых может быть более эффективным, если понятны их причины. Определение таких причин в разрезе управления образовательным учреждением сводится к анализу и обработке нормативно-правовой документации, принятых управленческих решений, а также общему анализу ситуации. Поскольку образовательные учреждения функционируют исключительно в правовом поле, то прямой анализ документов обычно не выявляет нарушений как причин сложностей, следовательно, не позволяет ускорить их преодоление. Автор сформировал

собственный метод анализа ситуации, при этом теоретические исследования продолжились и нашли подтверждение в ходе практических экспериментов.

Содержание метода заключается в следующем: производятся выборки по интересующим параметрам и математически определяются их взаимосвязи. Универсальность метода позволяет оценить эффективность деятельности учреждения по различным направлениям.

В качестве базы анализа могут быть использованы любые параметры, отвечающие требованию объективности. Для последующего анализа эти параметры переводятся в математический вид. Параметры, обнаруживающие математическую корреляцию, определяются как связанные прямой, обратной или другими зависимостями, выявленными в ходе анализа. Не коррелирующие параметры определяются как независимые. Этот метод позволяет установить очень точные и тонкие связи, которые могут быть незаметны при иных методах исследования. С точки зрения педагогики при этом осуществляется производное психолого-педагогическое измерение, как измерение переменных на основе закономерностей, связывающих эти переменные с другими [1, с. 32].

Математические методы далеки от определения конкретных проблем и никак не характеризуют причины взаимосвязей, а лишь обнаруживают их. Это с одной стороны характеризует метод как объективный, но с другой стороны, количественное описание не позволяет производить качественный анализ. Для анализа выявленных связей, описания проблем и нахождения их причин и решений результаты математической обработки преобразуются в описательную форму. Этот процесс становится в значительной степени объективным, если параметрами описательной формы выбрать конкретные сложности, выявленные на иных этапах разработки проблемы. Таким образом, сначала качественные показатели переводятся в количественные с целью обработки и объективизации, а затем полученные количественные показатели вновь переводятся в качественные для наглядного представления и дальнейшего анализа.

Опишем ход статистической обработки данных. Выбирается метод описания сопоставляемых параметров числовыми методами, каждый параметр оценивается рядом характеристических чисел, определяющих параметр. В качестве таких чисел могут быть выбраны значения контингента образовательного учреждения, рейтинговые оценки учреждения, успеваемость обучающихся, потеря контингента и другие. Эти числа расставляются по временной шкале, общей для всех параметров. Затем подыскивается математическая функция, наиболее точно описывающая получившееся распределение. Каждый параметр определяется своим набором чисел по своей

шкале и характеризуется собственной функцией зависимости от общего времени. Функции представляются в математическом виде и сопоставляются между собой, находятся их аналогии: общая форма, схожие коэффициенты, один порядок и так далее. Полученные аналогии позволяют выявить связи между рассматриваемыми функциями, а, следовательно, и между характеризующими ими параметрами.

Выбранный алгоритм соответствует взглядам других исследователей. «Оценка деятельности подразделений аппарата управления направлена на соизмерение затрат и результатов, связанных с их деятельностью» [2, с. 574].

Описанный теоретический метод был реализован автором в виде практического эксперимента. В ходе реализации производилась математическая оценка факторов формирования рейтинговой конкурентоспособности образовательного учреждения среднего профессионального образования в форме экспертизы данных. Экспертиза включала четыре этапа. Этап целеполагания, определивший направление экспертизы, включал определение предмета экспертной оценки и проблемы, приведшей к необходимости проведения экспертной оценки, запроса на экспертизу, задачу экспертизы, выбор типа экспертизы и вида экспертизы. На этапе проектирования была определена база экспертизы и лицо, ее выполняющее, произведен сбор данных. Этап статистической обработки данных является расчетным этапом, на котором обрабатывались данные и были установлены соответствующие зависимости. На этапе оценки была дана интерпретация полученным данным. Указанная оценка позволяет сделать прогноз состояния.

Таблицы исходных данных и полученных данных, описание этапов экспертизы, а также развернутые математические формулировки выходят за рамки данной статьи. Достаточно отметить, что конкретные цифры не важны в аспекте разрабатываемой проблемы, поскольку предлагаемый метод позволяет проводить анализ различных данных.

Решение практических задач деятельности образовательных учреждений на примере образовательного учреждения среднего профессионального образования часто требует особых направлений разработки, например, когда проблемы учреждения в целом выходят за рамки формальной оценки документации. Такие задачи допускают применение математических методов анализа для объективной, разносторонней и полной оценки, что позволяет дать особые рекомендации по совершенствованию деятельности. Данный метод оценки предполагает алгоритмизацию расчетов, позволяет выявлять различные проблемы и может быть распространен на любые организации образования.

Список использованных источников

1. Дружинин, В. Н. Экспериментальная психология : учебное пособие для бакалавриата, специалитета и магистратуры / В. Н. Дружинин. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 386 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09236-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/427494> (дата обращения: 30.12.2020).
2. Управление персоналом организации Учебник/Под ред. А.Я. Кибанова. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 638 с. — (Высшее образование). — [Электронный ресурс] Режим доступа: http://fptl.ru/files/menedjment/kibanov_upravlenie-personalom.pdf (дата обращения: 30.12.2020) — Загл. с экрана

© В.С. Окольников, 2021

УДК 1174.37

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ

Панченкова Алина Николаевна

студентка ОБПОУ «Курский педагогический колледж», г. Курск,
заместитель руководителя проекта «Тифломир: путешествие в искусство»

Научный руководитель: Михайлова Галина Валентиновна, преподаватель
психолого-педагогических дисциплин, преподаватель года 2020

Аннотация: данная статья содержит краткую характеристику особенностей развития положительной школьной мотивации младших школьников в процессе обучения. Представлена связь мотивации обучения с результатами учебной деятельности, также предложены методы стимулирования мотивационной сферы обучающихся.

Ключевые слова: мотивация, обучение, развитие, младшие школьники, учебная деятельность.

PROBLEMS OF CREATING PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF MOTIVATION

Panchenkova Alina Nikolaevna

Abstract: this article contains a brief description of the features of the development of positive school motivation of younger students in the learning process. The article presents the relationship between the motivation of learning and the results of learning activities, as well as the methods of stimulating the motivational sphere of younger students.

Keywords: motivation, training, development, primary school students, educational activity.

Деятельность и поведение человека обусловлены двумя функциональными сторонами: побудительной и регуляционной, они тесно взаимосвязаны и работают, дополняя друг друга. Мотивация является феноменом, связанным с побудительной стороной деятельности и поведения человека.

Почему мотивация так важна для нас? Дело в том, что этот процесс объясняет целенаправленность действий, устойчивость мотивов, конкретной деятельности, которая направлена на достижение поставленной цели.

Существует несколько видов мотивации, одним из которых является учебная мотивация. Условия для развития мотивации учения в начальной школе – вопрос, который без преувеличения влияет на обеспечение образования наилучшего качества и является важнейшим критерием эффективного обучения. Важность данного вопроса обеспечивает актуальность статьи. В соответствии с

Федеральным государственным образовательным стандартом начального общего образования (ФГОС НОО), результаты обучения которого требуют развитие мотивов учебной деятельности и формирование личностного смысла учения, необходимо обеспечение условий для высокого качества образования [1].

Повышение качества обучения и воспитания у обучающихся путём развития у них таких способностей, как самостоятельная постановка учебных целей, поиск способов их достижения, контроль и оценка собственной деятельности – в этом заключается социальный заказ современного общества к школе. Для того, чтобы выполнить данный заказ, необходимо создать соответствующие психолого-педагогические условия для развития положительной учебной мотивации у младших школьников, но данная проблема остаётся недостаточно разработанной. Индивидуальность каждого ребёнка требует применения к нему особого психолого-педагогического подхода для развития положительной школьной мотивации. Исходя из этого, актуальной для школы является задача организовать процесс обучения таким образом, чтобы в нём у обучающегося сформировалась позитивная мотивационная направленность и стремление к достижению успеха.

Мотив – мотивационное образование, которое считается главным составляющим мотивационной сферы каждого человека. Всякая деятельность считается мотивированной, иными словами, любая активность сопровождается мотивами, которые побуждают к действию. Производительность дидактического процесса обеспечивает ряд причин, одними из которых являются учебная мотивация, интерес к учебным предметам и познавательной деятельности. Мотивы учения – основные движущие силы дидактического процесса. Такие мотивы побуждают обучающегося исполнять учебную деятельность, выражают его направленность на определённые стороны познавательной работы. Зачастую, учебная активность школьника сопровождается системой мотивов, которые взаимосвязаны и дополняют друг друга.

По нашему мнению, если учитель создаст условия для развития учебной мотивации, то это будет способствовать повышению познавательной активности школьников. Рассмотрим данное предположение, приведя в пример взаимодействие обучающихся с учителем.

Важным условием, которое формирует мотивационную деятельность в ходе обучения, опираясь на основы гуманистической психологии, является использование в учебном процессе особой формы педагогического общения, которая подразумевает, что обучающийся будет чувствовать себя как самостоятельно действующая личность. Такой формой общения является сотрудничество. Данный стиль общения даёт ребёнку возможность убедиться в том, что его уважают, ценят и считаются с его

мнением. При этом учитель может обратиться за помощью к ученику или притвориться, что чего-то не знает, для того чтобы ребёнок попытался сам ответить на вопрос. Они вместе выясняют, устанавливают связи, намечают пути решения. В ходе урока педагог может допустить такую ошибку (преднамеренную), которую ему помогут исправить ученики. При этом исправления принимаются только после их аргументирования и тщательного обсуждения. Затем учителю стоит поблагодарить обучающихся за помощь.

Самостоятельность, по нашему мнению, является ещё одним важным критерием, способствующим развитию учебной мотивации. Учитель позволяет ученику самостоятельно выбрать объект и средства учебной деятельности.

Как правило, недостаток собственной активности ученика делает его зависимым от учителя и других, а более самостоятельные школьники имеют повышенную учебную активность. В этом прослеживается связь познавательной активности и самостоятельности.

Одной из задач учителя является диагностика и коррекция мотивации, необходимо активизировать мышление и заинтересовать каждого обучающегося, используя при этом все возможные методы и средства обучения.

Учебный процесс в начальной школе, как мы уже убедились, во многом зависит от уровня сформированности мотивации. Качественное восприятие учебного материала возможно только при наличии сознательного подхода к нему.

Исходя из вышеизложенного, мы считаем, что только целенаправленная и систематическая работа по развитию учебной мотивации имеет положительный результат и способствует качественному усвоению обучающимися знаний.

Список использованных источников

1. Федеральный Государственный образовательный стандарт начального общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 октября 2009 года, № 373.

2. Автор24: [Электронный ресурс]: понятия мотива и мотивации, классификация мотивов обучения // Справочник24 2019. URL: https://spravochnick.ru/pedagogika/teoriya_obucheniya/ponyatiya_motiva_i_motivacii_klassifikaciya_motivov_obucheniya/ (дата обращения: 09.10.2020)

3. Студенческая библиотека онлайн: [Электронный ресурс]: условия формирования учебно-познавательной мотивации. URL: https://studbooks.net/1670802/psihologiya/usloviya_formirovaniya_uchebno_poznavatelnoy_motivatsii (дата обращения 04.11.2020).

© А.Н. Панченкова, 2021



ФИЗИКО- МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 004.02

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКУРСИИ

Рекеть Алексей Николаевич

студент УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

Пекарский Алексей Вячеславович

студент УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

Научный руководитель: Макарова Нина Петровна, канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедры современных технологий программирования
Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

Аннотация: актуальная проблема программирования – поиск эффективного алгоритма решения задачи. В статье приводится анализ теоретических исследований и результатов практических экспериментов в области программирования рекурсивных и итерационных алгоритмов. Выделены достоинства и недостатки рекурсивной нотации, приведен пример возникновения ситуации переполнения стека и пути ее устранения.

Ключевые слова: программирование, итерация, рекурсия.

EXPERIMENTAL RESEARCH OF RECURSION

Alexey Reket, Alexey Pekarsky

Abstract: An urgent problem of programming is the search for an effective algorithm for solving the problem. The article presents the analysis of theoretical research and the results of practical experiments in the field of programming recursive and iterative algorithms. The advantages and disadvantages of recursive notation are highlighted, an example of the occurrence of a stack overflow situation and ways of eliminating it are given.

Keywords: programming, iteration, recursion.

В процессе участия в сетевом проекте «О-ах, рекурсия!» [1], участниками команды «Название команды» проведены исследования в области программирования рекурсивных алгоритмов. Получены интересные результаты.

В частности, выполнено сравнение времязатрат (в секундах) на выполнение программ решения задач: в таблице 1 – вычисление факториала заданного натурального числа, в таблице 2 – вычисление элемента Фибоначчи с заданным номером, в таблице 3 – нахождение суммы цифр заданного натурального числа. При этом выполнено сравнение времени выполнения программ в рекурсивной и нерекурсивной (цикл) нотациях.

Таблица 1. Времязатраты на вывод 15 факториалов

№ попытки	1	2	3	4	5	6
Рекурсия	0.08288	0.07795	0.07615	0.08211	0.08904	0.07688
Цикл	0.07404	0.07839	0.08266	0.07642	0.07469	0.07625

Среднее значение для рекурсивной программы составило 0,080835 секунды, а для циклического – 0,077075 секунды. Разница – 0,00376 секунды в пользу циклического алгоритма. Рекурсивный алгоритм занимает объем памяти 195 байт, а циклический – 178 байт. Разница – 17 байт в пользу циклической программы.

Таблица 2. Времязатраты на вывод 30 чисел Фибоначчи

№ попытки	1	2	3	4	5	6
Рекурсия	0.2902	0.2807	0.293	0.2767	0.2823	0.2819
Цикл	0.07017	0.07577	0.08306	0.08544	0.08362	0.07624

Из таблицы 2 видно, что среднее значение для рекурсии составило 0,2841 секунды, а для цикла – 0,07905 секунды. Разница – 0,20505 секунды в пользу цикла. Файл с рекурсией занимает 233 байта, а файл с циклом – 270 байтов. Разница 37 байт в пользу рекурсивного решения.

Таблица 3. Времязатраты на вычисление суммы цифр числа
18446744073709551614

№ попытки	1	2	3	4	5	6
Рекурсия	0.09393	0.07422	0.06897	0.06416	0.06987	0.09222
Цикл	0.06672	0.07421	0.06953	0.06117	0.07266	0.07719

Из таблицы 3 получим: среднее значение для рекурсии 0,077228 секунды, для цикла 0,075246 секунды. Разница – 0,001982 секунды в пользу цикла. Объем файла с рекурсией 199 байт, а с циклом – 209 байт, разница 10 байт в пользу рекурсии.

Проведение экспериментальной работы позволило определить некоторые преимущества и недостатки рекурсивного способа решения задач.

Преимущества рекурсии:

1) читабельность и компактность: чаще всего задача, решенная рекурсивным способом, читается легче, чем циклическая; исходный код меньше и понятнее;

2) простота реализации: для отдельных задач более уместным является применение рекурсивного алгоритма, например к задаче (1), но при этом нужно учитывать все недостатки данного метода;

3) небольшой вес: здесь всё не так однозначно; для отдельных случаев файл, содержащий рекурсивное решение, имеет меньший вес, чем циклическое решение, пример задач (2), (3); однако зачастую, наоборот.

Недостатки рекурсии:

1) ресурсозатратность: рекурсивный алгоритм затрачивает значительно больше компьютерных ресурсов, нежели циклический; это выражается в большей нагрузке, как на оперативную память, так и на процессор;

2) длительность: по сравнению с циклическим способом многократный вызов рекурсии требует больше времени. Это связано с тем, что при вызове рекурсии её параметры копируются в стек. При завершении вызова рекурсивной функции предыдущие значения параметров удаляются из стека, что приводит к лишним операциям. Циклический алгоритм работает быстрее для аналогичной задачи;

3) неэффективность рекурсивного способа: если рекурсия содержит большое количество параметров и внутренних переменных, то использование рекурсии не является эффективным. Это связано с тем, что для каждого рекурсивного вызова нужно делать копии этих параметров и переменных. Большое число рекурсивных вызовов приводит к чрезмерному использованию памяти, т.е. к ошибкам или некорректной работе программ.

Стек является одним из основных и важных понятий в рекурсии [2]. Ограниченный по объему стек быстро расходуется при большой глубине рекурсии, пример:

```
def factorial (n) :
    if n == 0 :
        return 1
    elif n == 1 :
        return 1
    else :
        return n * factorial(n-1)
n = int(input("Введите число: "))
print ("Факториал числа равен: ", factorial (n))
```

Методы борьбы с переполнением стека – использование хвостовой рекурсии, которую нормальные компиляторы трансформируют в итерации, или введение ограничений на вводимые значения исходных данных.

Список использованных источников

1. Макарова Н.П. Сайт сетевого проекта «О-ах, рекурсия!» // ВыProject 2020: сб. цифровых материалов III Международной неоконференции «Баркемп ВыProject 2020» / ГрГУ им. Янки Купалы; под. ред. Н. П. Макаровой. – Гродно: ГрГУ им. Янки Купалы, 2020. – С. 185-187.

2. Рекурсия и рекурсивные алгоритмы [Электронный ресурс] / Т.В. Диканев. Режим доступа: URL: <http://www.tvd-home.ru/recursion> (дата обращения: 05.3.2021).

© А.Н. Рекеть, А.В. Пекарский, 2021



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338

СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Говор Елизавета Сергеевна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет»

Аннотация: В статье будут изучены стратегии борьбы владельцев предприятий малого и среднего бизнеса с напряженной ситуацией, вызванной пандемией. Ведь они сильнее других ощутили последствия кризиса, так как запас денежных средств у них наименьший. Актуальность темы определена тем, что, предпринимательство является основой рыночной экономики, которую необходимо поддерживать и развивать.

Ключевые слова: предпринимательство, субъекты малого и среднего предпринимательства, стратегии выживания, пандемия.

SURVIVAL STRATEGIES OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS DURING A PANDEMIC COVID-19

Govor Elizaveta Sergeevna

Abstract: The article will explore strategies for dealing with small and medium-sized business owners in the tense situation caused by the pandemic. After all, they felt the consequences of the crisis more than others, since they have the smallest supply of funds. The relevance of the topic is determined by the fact that entrepreneurship is the basis of a market economy, which must be supported and developed.

Keywords: entrepreneurship, small and medium-sized businesses, survival strategies, pandemic.

В настоящий момент все компании переживают непростые времена, особенно тяжело это даётся малым и средним предприятиям, которые вынуждены бороться с кризисом с наименьшими финансовыми резервами.

Малый бизнес играет важную роль в экономике страны. Экономическая и социальная роль малого бизнеса заключается в праве граждан свободно использовать свои способности и имущество для осуществления предпринимательской деятельности. Цель данной статьи - поиск возможностей для выживания малых и средних предприятий во времена пандемии. Предприниматели в России сталкиваются с множеством проблем: пробелами в налоговом законодательстве, недостатком экономических ресурсов,

недобросовестностью крупного бизнеса, неграмотностью самих предпринимателей и высокими кредитными ставками. Решение этих проблем - важнейшая задача государства [1]. Ситуация в России неблагоприятна для малого и среднего бизнеса. С одной стороны, экономика в силу исторических причин фактически не создала качественной основы для развития предпринимательства. С другой стороны, для развития бизнеса требуется достаточно длительный период экономической стабильности, при котором будут устойчивые правила ведения бизнеса. Государство заинтересовано в развитии малого бизнеса и стимулирует его, предоставляя налоговые льготы, льготные кредиты, приоритетный доступ к госзаказу и другие преференции. Действующее законодательство предоставляет ряд преимуществ малым и средним предприятиям. Но возможности развития бизнеса остановила вспышка коронавируса. Снижение доходов для большинства предпринимателей составило более 75% [2]. В рамках заседания по вопросам борьбы с коронавирусом президент Российской Федерации Владимир Путин пообещал налоговые и кредитные каникулы для малых и средних предприятий, которые в первую очередь пострадают от пандемии. Правительство приняло множество постановлений и мер, которые показывают, что работа ведется, но они имеют малую практическую ценность. Основные меры поддержки бизнеса включают льготные кредиты на заработную плату сотрудников, временную отсрочку налогов и уплату налогов в рассрочку, кредитные каникулы, временную отмену арендной платы за муниципальное имущество и снижение страховых взносов с 30 до 15% в Фонд социального страхования [2]. Однако сложно выделить хотя бы одну меру, которая действительно помогла бы бизнесу в этой ситуации. Отсрочка и рассрочка не отменяются, а это значит, что к концу сложного экономического периода компаниям все равно придется искать резервы для выплаты денег. Кроме того, предпринимателям необходимо подумать о текущих расходах. Фактически, такие меры государственной поддержки приведут к тому, что наиболее чувствительные производства просто не смогут открыться после снятия карантина - не будет оборотных средств.

Однако бизнес не может полагаться только на внешнюю поддержку. Вот почему многие предприниматели начинают искать способы адаптации к новой экономической среде и быстро меняющемуся рынку.

Малые предприятия более гибкие, они могут быстро реагировать на изменения рынка и адаптироваться к новым реалиям, переосмысливая свою бизнес-модель и оптимизируя свои расходы [3].

Итак, давайте поговорим о стратегиях, с помощью которых малые и средние предприятия справляются с кризисом, вызванным пандемией.

1. Сосредоточенность на онлайн-продажах и онлайн-присутствии.

COVID-19 стал призывом к действию для стран, которые в настоящее время отстают от тенденции цифровизации, чтобы ускорить цифровую трансформацию своих экономик.

Чтобы обеспечить домашний досуг, многие организации в этом секторе создают контент в интернете: театры, музеи и даже зоопарки разрабатывают новые инновационные способы чувствовать себя комфортно в домашних условиях. Тренажерные залы также сталкиваются с необходимостью продолжать поддерживать своих клиентов, организуя онлайн-классы фитнеса и обеспечивая тренировки в реальном времени.

2. Снижение всех возможных затрат для уменьшения оттока денежных средств.

Нет единого руководства для этого подхода, так как затраты, которые можно снизить без отрицательного воздействия на бизнес, в значительной степени зависят от типа и размера компании, а также отрасли, в которой она работает.

Существует основная статья расходов, которую огромное количество компаний начало пересматривать - это аренда офиса. Хотя этот «уход» из офиса в значительной степени был вызван правительственными приказами о закрытии, многие владельцы бизнеса признают, что данный опыт указал им на то, что удаленная работа - это не просто возможность, а во многих отношениях более эффективный и экономичный подход. Считается, что эта негативная ситуация помогла нам научиться использовать и ускорять телеконференции, облачные сервисы и виртуальные глобальные рабочие пространства [1].

3. Перераспределение имеющихся ресурсов.

Еще один подход к более эффективному использованию ресурсов - их перераспределение. Вот несколько примеров того, как эта тактика была применена к персоналу:

- Понижение в должности. Продовольственным компаниям приказали работать только в режиме доставки, менеджеров и официантов перевели на должности доставщиков. Это позволило предприятиям сохранить часть дохода, а сотрудникам - работать в кризис и получать зарплату.

- Многозадачность. Крупные московские службы такси также пытаются компенсировать резкое падение спроса на транспорт, перепрофилируя своих таксистов в курьеры и предлагая клиентам новые услуги доставки.

- Разнообразие. Диверсификация комбинации продуктов там, где это возможно - невероятно эффективный способ разумного «перераспределения» ресурсов. В ситуации падения спроса некоторым компаниям придется изменить сферу своей деятельности и масштабы бизнеса. Например, компании,

работающие с тканями, решили воспользоваться ситуацией и пошить защитные маски, которых в настоящее время недостаточно [4].

4. Изменение маркетинговой и бизнес-стратегии.

Отмена офлайн-акций и реинвестирование ресурсов в цифровой маркетинг - очевидное решение, особенно с учетом резкого роста использования социальных сетей, когда во время пандемии уровень вовлеченности потребителей возрастает в среднем на 140%.

Однако многие компании заметили еще одну действенную тактику - предоставление дополнительных услуг для клиентов, которые дают потребителям поддержку в эти непростые времена.

Некоторые медицинские и спортивные компании используют этот подход для повышения лояльности своих клиентов. Например, Balance, приложение для медитации по подписке, предоставило каждому бесплатный доступ к своему контенту круглый год, чтобы помочь сообществу справиться со стрессом в это неопределенное время [3].

5. Реагирование на изменения спроса и другие потребительские тенденции.

Хотя кризис в разной степени затронул все сектора бизнеса, спрос на микроуровне вырос во многих конкретных областях. К ним относятся телекоммуникационные услуги, социальные сети, медицинское страхование и другие основные группы продуктов.

Следовательно, сетевые службы должны уделять пристальное внимание потребительским тенденциям и предвидеть изменения спроса, заранее корректируя свои предложения.

Например, различные платформы онлайн-курсов решили, что сейчас лучшее время для обучения, побуждая клиентов использовать свое время, проведенное дома в условиях самоизоляции, для получения образования и улучшения своих навыков [5].

Глобальный экономический кризис, безработица, снижение покупательной способности и общее доверие потребителей - все это факторы, способствующие снижению потребления. Ожидания от экономического кризиса запускают защитный механизм среди населения, вынуждая его пересмотреть свои текущие расходы и перейти на «режим жесткой экономии». Чтобы адаптироваться к этому явлению, необходимо сосредоточиться на разработке «социальных» продуктов - более дешевых товарных альтернатив.

Таким образом, к поддержке властей остаётся множество вопросов. В действительности получается, что системно-значимые предприятия, которые и так пользовались преференциями, будут финансово поддерживаться, а бизнес в

общей массе останется с трудностями один на один. Пример решительных действий по всему миру даёт шанс и нам сделать сразу всё правильно, как оно и нужно для развития экономики на многие годы вперёд. Самостоятельные способы борьбы с кризисом, вызванным пандемией коронавируса, позволяют предприятиям продолжать развиваться в экономической среде и наращивать обороты бизнеса. На мой взгляд, резкого увеличения размера прибыли ожидать не стоит, но появление минимального результата от проделанной работы увидеть уже можно. Разработанные стратегии позволят предприятиям малого и среднего бизнеса модернизировать свою деятельность и нарастить объёмы продаж, так как новые тенденции стремительно распространяются и пользуются большим спросом у покупателей.

Список использованных источников

1. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга мировых логистических тенденций [Электронный источник]. Режим доступа – <http://www.rcsme.ru/> – с экрана, свободный. (Дата обращения 02.02.2020г.)
2. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями) [Электронный источник]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/12154854> (Дата обращения 04.02.2020г.)
3. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга мировых логистических тенденций [Электронный источник]. Режим доступа – <https://1economic.ru/lib/110126> – с экрана, свободный. (Дата обращения 04.02.2020г.)
4. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга мировых логистических тенденций [Электронный источник]. Режим доступа – <https://www.audit-it.ru/articles/finance/a106/1010078.html> – с экрана, свободный. (Дата обращения 06.03.2020г.)
5. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга мировых логистических тенденций [Электронный источник]: Режим доступа – <https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/rossiyskiy-biznes-i-koronavirus-chast-1-predprinimateli-o-vliyanii-epidemii-na-ikh-biznes-i-o-potreb> – с экрана, свободный. (Дата обращения 06.03.2020г.)

© Е.С. Говор, 2021

УДК 338.124.4

МИРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ КРИЗИСЫ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ

Дроботова Дарья Юрьевна

студент ФГБОУ ВО «Новгородский государственный
университет имени Ярослава Мудрого»

Научный руководитель: Киварина Мария Валентиновна, д-р экон. наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики ФГБОУ ВО «Новгородский государственный
университет имени Ярослава Мудрого»

Аннотация: в статье рассмотрены понятие, специфика и особенности финансовых кризисов различных временных периодов, а также показано влияние кризиса на экономики развитых и развивающихся стран. Сделан вывод о том, что сила влияния мировых финансовых кризисов на экономику страны находится в прямой зависимости от уровня вовлеченности государства в международные экономические отношения.

Ключевые слова: экономический кризис, финансовый кризис, цикличность экономического развития.

WORLD FINANCIAL CRISES AND THEIR CONSEQUENCES

Drobotova Daria Yurievna

Abstract: The article discusses the concept, specificity and features of financial crises of different time periods, and also shows the impact of the crisis on the economies of developed and developing countries. It is concluded that the strength of the influence of world financial crises on the country's economy is directly dependent on the level of state involvement in international economic relations.

Keywords: economic crisis, financial crisis, cyclical nature of economic development.

Экономика страны не может постоянно находиться на пике своего благополучия или развития, она склонна к цикличности, то есть периоды экономического подъема постепенно сменяются периодами экономического спада и наоборот. Экономические кризисы – это неизбежная часть экономического процесса. Они, в первую очередь, означают достаточно резкий и стремительный спад производства, что в конечном итоге ведет к ухудшению уровня жизни и понижению благосостояния населения в стране или мире в целом.

Находясь в состоянии кризиса, экономика подвергается значительным изменениям, она вынуждена совершенствовать устаревшие механизмы или создавать новые элементы хозяйственной системы. Кризис толкает рыночную

экономику к обновлению, благодаря чему растет конкуренция, создаются условия для поиска альтернативных решений [1].

На практике финансовый кризис является составной и неотъемлемой частью экономического кризиса. Эти понятия обычно не разграничивают, так как экономика напрямую связана с финансовой системой. Финансовые кризисы сопровождаются ростом инфляции, повышением уровня безработицы, падением стоимости национальной валюты и ценных бумаг, банкротством банковских учреждений и предприятий.

До развития глобализации финансовые кризисы имели преимущественно национальный или международный характер, то есть они затрагивали финансовый сектор отдельно взятой страны или нескольких стран. Мировые или глобальные финансовые кризисы охватывают большинство стран мира. Сейчас множество финансовых кризисов, которые начались в одной стране, постепенно распространяются на другие государства, участвующие в международных отношениях.

Причин для финансовых кризисов достаточно много, они возникают благодаря как внешним, так и внутренним факторам. Самыми распространенными причинами являются нестабильность в политической сфере, войны, конфликты или санкции, посредственная финансовая национальная политика, недостаток заемных средств.

За всю историю произошло много мировых финансовых кризисов, которые отразились на истории человечества и экономического развития в целом. Рассмотрим самые глобальные и значимые мировые финансовые кризисы.

В 1857 произошел самый первый мировой финансовый кризис за всю историю. Он начался в США и распространился на всю Европу и Англию, больше всего затронув Германию и Францию. Кризис приобрел такое широкое распространение из-за спекуляций, то есть сделок, которые совершаются с целью перепродажи по более высокой цене. Во многих странах спекуляции проводились с акциями железнодорожных компаний. Массовый крах фондового рынка стал причиной кризиса всей банковской системы. Самым важным последствием этого кризиса стало значительное снижение объемов производства.

Особенно много мировых кризисов произошло в 20 веке. Это тесно связано с войнами: Первой и Второй мировой.

Самым первым финансовым кризисом 20 века стал кризис 1907 года, причиной которого стало желание Великобритании восполнить свои золотые запасы. Именно поэтому Банк Англии повысил учетную ставку практически

вдвое, с 3,5% до 6%. Отток капитала из США привел к краху фондового рынка. Данные события затронули девять стран мира.

Кризис 1914 года затронул одновременно сразу 20 стран мира. Основной предпосылкой всех событий стало начало Первой Мировой войны. Для того чтобы финансировать все военные действия, страны массово продавали все ценные бумаги, что привело к обвалу фондового рынка.

Великая депрессия США 1929-1933 годов является одним из самых крупных и продолжительных мировых финансовых кризисов. Она началась 24 октября 1929 года с так называемого «Черного четверга». В этот день на Нью-Йоркском фондовом рынке резко снизилась стоимость акций, что привело к большому количеству фондовых кризисов во всем мире. Они повлияли на множество сфер общественной жизни: наблюдался резкий спад производства, безработица и нищета достигли колоссальных размеров. По сути, это был кризис перепроизводства, который ставил под сомнение идею о невмешательстве государства в экономическую систему общества. Последствия этого кризиса ощущались вплоть до 1945 года.

Нефтяной кризис 1973-1974 годов начался со стремительного роста цен на нефть. Они увеличились в 4 раза из-за уменьшения объемов добычи нефти в арабских странах и войны Израиля с Египтом и Сирией. Многие страны, которые были союзниками Израиля, лишились важных поставок нефти. Данная ситуация показала большую зависимость Израиля от США и зависимость развивающихся стран от цен на энергоносители.

В 1987 году очередной финансовый кризис начинается в США. Он был назван «Черный понедельник» и заключался в резком крахе фондового рынка из-за падения индекса Доу-Джонса более чем на 20%.

Одним из самых тяжелых кризисов за всю историю России был финансовый кризис 1998 года. Правительство объявило дефолт, то есть признало свою неспособность платить по долгам. Причинами стали большие размеры внешнего долга государства и низкие цены на сырье на мировом рынке. Курс рубля обвалился более чем в 4 раза, из-за чего денежные вклады населения резко обесценились. Многие предприятия обанкротились, а люди потеряли источники дохода [2].

По размаху и последствиям для экономики мировой финансовый кризис 2008 года можно сравнить с Великой депрессией США. Начался он с ипотечных займов, которые выдавались даже людям с низким уровнем доходов и плохой кредитной историей. Следствием этого стали рост невозврата таких кредитов и рост процентной ставки по ним. Произошел обвал фондового рынка США, а затем и фондовых рынков других стран. Начались массовые банкротства банков,

и остановилось производство во многих отраслях экономики. Возникает кризис ликвидности – это такая ситуация, когда невозможно быстро продать активы по рыночной цене и в срок уплатить денежные обязательства по ним. Начала процветать безработица. У людей не было средств для покупки товаров и услуг, соответственно и не было спроса. Большая часть населения лишилась жилья, так как не смогла выплатить кредиты по ипотечным займам. Усилилось деление населения на бедных и богатых, разница в их доходах стала огромной.

Финансовый кризис 2014 года стал по своей сути продолжением вышеописанного мирового кризиса. Одной из основных причин были санкции против России со стороны западных стран из-за событий на Украине и присоединения Крыма. Произошло увеличение инфляции и цен на нефть и стремительное падение курса рубля.

В настоящее время мировая экономика находится в нестабильном положении. Этому свидетельствует значительное замедление темпов роста ВВП во многих странах. Одной из основных причин стала пандемия коронавируса, разразившаяся в 2020 году. Из-за широкого распространения, высокого уровня заболевших и большого количества летальных исходов многие страны ввели строгие ограничения и режим карантина. Множество фирм разорилось, огромное количество людей осталось без работы, снизились цены на нефть больше чем в 2 раза, курс рубля упал еще ниже. По прогнозам многих экспертов современный кризис влияет на Россию больше, чем на другие страны.

Различают страны развитые, развивающиеся и с трансформирующейся экономикой. Развитые страны отличаются высоким уровнем жизни, высоким уровнем ВВП и высоким уровнем индустриализации. Они являются ведущими странами в мировой экономике и производят большую часть всего мирового ВВП. Крупнейшими странами с развитой экономикой по данным ООН являются США, Япония, Германия, Франция, Канада, Австралия, Италия и Великобритания. Развивающиеся страны отличаются сильной зависимостью от развитых стран, слабой экономикой и низким уровнем благополучия и жизни людей. В развивающихся странах живет большинство населения планеты. К странам с развивающейся экономикой по данным ООН относятся Египет, Китай, Таиланд, Индия, Мексика, Аргентина, Саудовская Аравия, Турция и другие. Страны с трансформирующейся (переходной) экономикой – это страны, которые находятся в стадии перехода от административно-командной экономики к рыночной. Они занимают как бы промежуточное место между развитыми и развивающимися странами.

Мировой финансовый кризис имеет глобальные негативные последствия для экономики не только развитых стран, но и стран с развивающейся и переходной экономиками. Результатами финансовых кризисов являются безработица, банкротства предприятий и банков, сокращение объемов производства, отток капиталов за рубежи, снижение социально-экономического потенциала стран и многие другие. Однако нельзя говорить только о плохом влиянии кризисов на мировую экономику, ведь в таких неблагоприятных условиях увеличивается конкуренция, снижаются цены на отечественные товары и уменьшаются кредитные ставки в банках.

Глобальные последствия мировых кризисов для каждой страны различны. Это напрямую зависит от уровня развития экономической системы страны, ее привязанности к мировой экономике и мер по преодолению последствий от финансовых кризисов, которые проводятся государством.

Большинство мировых финансовых кризисов началось в США и постепенно распространилось на другие государства. Мы можем заметить, что экономика США тесно переплетается со всей экономикой мира и наиболее сильно ощущает все негативные последствия. Соответственно, можем сделать вывод, что чем больше государство вовлечено в международные экономические отношения с развитыми странами, тем глобальнее чувствуется влияние мировых финансовых кризисов.

Список использованных источников

1. Грязева Е.В. Особенности воспроизводства средств производства в условиях кризиса / В сб.: Современные тенденции в управлении промышленными инновационными организациями. Сборник научных статей Региональной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 50-летию Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова . 2017. С. 5-8.

2. Макаревич А.Н., Мозуль Л.Н. Институциональное поведение отраслевых и региональных предпринимательских структур в посткризисный период экономики России // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 11 (47). С. 10.

© Д.Ю. Дроботова, 2021

УДК 338

БАРЬЕРЫ КАК СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА ПУТИ НАЧИНАЮЩЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Говор Полина Сергеевна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет»

Аннотация: В статье рассматриваются причины неуверенности в своих силах начинающих предпринимателей. Анализируются сдерживающие факторы на пути открытия собственного бизнеса, приводятся способы их преодоления.

Ключевые слова: предпринимательство, начинающий предприниматель, сдерживающие факторы, преодоление барьеров.

BARRIERS AS RESTRAINING FACTORS ON THE WAY OF A NOVICE ENTREPRENEUR AND WAYS TO OVERCOME THEM

Govor Polina Sergeevna

Abstract: The article discusses the reasons of the lack of confidence in novice entrepreneurs' ability. The constraints on the way of starting your own business are analyzed, the ways to overcome them are given.

Keywords: entrepreneurship, novice entrepreneur, constraints, overcoming barriers.

Каждый человек однажды задумывался над тем, чтобы стать предпринимателем. Зачастую люди, мечтающие заняться собственным делом, представляют перед собой красочную картину успеха в бизнесе. Однако далеко не каждый способен оправдать свои ожидания. Людьми в основном движут мысли об успешности, независимости, достижении лучших условий в жизни и самореализации. Перед ними стоит пример успешных предпринимателей, талантливых бизнесменов, которые смогли добиться многого в своей карьере, достигли успеха в сфере бизнеса. Многие осознают, что успех в предпринимательстве равен сумме всех тех усилий и проблем, с которыми предстоит столкнуться. Однако далеко не каждый начинающий предприниматель способен преодолеть барьеры и справиться с трудностями, которые будут стоять на его пути.

Есть много внешних причин, по которым начинающие предприниматели терпят неудачу. К ним можно отнести нехватку денежных средств, необходимых профессиональных знаний и навыков, а также времени. Также к внешним барьерам относится конкуренция. Ведь она является для большинства начинающих предпринимателей тем отталкивающим фактором, который мешает заняться любимым делом и из-за которого очень сложно найти прибыльную нишу для бизнеса.

Внутренние, то есть психологические барьеры выявить и преодолеть гораздо сложнее, они являются самым большим препятствием на пути к успеху. Это те заблуждения, которые начинающие предприниматели сами себе придумывают. Самыми неприятными и сложно преодолимыми являются психологические барьеры. Страх - самое большое препятствие для малого бизнеса. Из-за страха миллионы людей не осуществили свои мечты, не достигли своих целей, опасаясь пересечь свою зону комфорта. Лучший способ преодолеть страх - начать проявлять смелость в принятии решений. Начинающим предпринимателям необходимо научиться нести личную ответственность за свои решения. Очень важно представлять цель существования перспективного бизнеса, его предназначение. Четкое видение даст вам мотивацию и новые силы для продуктивной работы. Если начинающий предприниматель не верит в себя и свои способности добиться успеха, успех, в свою очередь, всегда будет ему недоступен. Работать с оптимизмом гораздо продуктивнее [1].

Стать предпринимателем психологически сложно. Для того, чтобы сотрудник мог стать предпринимателем и организовать собственное дело, он должен обладать некоторыми специальными знаниями и чертами характера, которые позволят ему успешно вести свой бизнес.

Многие люди в какой-то момент задумываются об открытии собственного дела. Однако в России только малая часть людей — это индивидуальные предприниматели. Многие думают, что бизнес — это что-то недостижимое, возможное только при определенных условиях и доступное только узкому кругу людей с особыми способностями [5].

Бизнес требует больших финансовых вложений. Строить бизнес с нуля намного сложнее, чем иметь средства, но вполне возможно. Во-первых, вместо собственных можно брать заемные средства. Во-вторых, если ваш бизнес находится в сфере услуг, и вы предоставляете его самостоятельно, то вложение будет не деньгами, а вашими навыками и временем.

Бизнес - это идея, которую трудно найти, однако не всегда бизнес строится на новых идеях. Построить бизнес на чужих идеях, честно общаясь с её

создателем, вполне возможно. Более того, продвижение чего-то нового всегда требует гораздо больше ресурсов, чем ведение бизнеса с тем, что уже хорошо продается [3].

Большинство людей не верят в себя и свои способности, что они достойны чего-то большего. Они просто не представляют, что можно иметь больше денег, свободы. Многие люди не понимают, что бизнес дает полную независимость и самореализацию, которых не получить, работая в найме. Поэтому выйти за рамки этой картины мира очень сложно. У обычного человека много отрицательного отношения к тому, чтобы стать предпринимателем. Даже осознавая преимущества, люди не понимают, с чего начать свой бизнес.

Основная причина неудач у большинства начинающих предпринимателей - недостаток знаний и навыков в бизнесе, непонимание принципов, по которым он работает. Перед тем, как начать, стоит изучить особенности бизнеса в выбранной нише [4].

Предприниматель должен быть пунктуальным человеком. Ведь время - это очень ценный ресурс. Нерациональное его распределение может негативно сказаться на функционировании бизнеса. Упущенное время вследствие разных причин приравнивается к неполученной прибыли или недостающей выгоде. Самодисциплина играет одну из главных ролей для достижения успеха в бизнесе.

Прежде, чем начинающий предприниматель решит начать собственное дело, ему необходимо понять несколько важных моментов. В основе долгосрочного успешного бизнеса должна лежать идея, основанная на ваших ценностях. Перспективный бизнес будет приносить положительный результат, если следовать чётким рекомендациям по минимизации проблем, с которыми сталкивается большинство начинающих предпринимателей. Помимо увеличения прибыли, успешное ведение бизнеса принесет глубокое удовлетворение и чувство полной самореализации [2].

Суммируя сказанное, хочется отметить, что предприниматель в первую очередь должен уметь предвидеть все возможные риски существования перспективного бизнеса, их оценить и быть способным с ними справиться. Следует научиться взвешенно оценивать свои силы, не упускать руки при первой неудаче, действовать смело и решительно. Несмотря на большое количество барьеров, которые будут стоять на пути начинающего предпринимателя, он должен постараться их преодолеть и не обломаться под их давлением. Если человек способен оценивать риски, думать рационально и оптимистично, то он

обязательно добьётся успеха. Ведь зачастую люди сами ставят перед собой рамки и придумывают сложности, когда их легко можно избежать.

Список использованных источников

1. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга проблемы преодоления сдерживающих факторов, стоящих на пути начинающих предпринимателей [Электронный источник]: Режим доступа – https://psymarket.ru/blog/blog_deneg/kak-nachat-svoy-biznes-preodolevaem-psikhologicheskie-barery/ – с экрана, свободный. (Дата обращения 25.02.2021).

2. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга проблемы преодоления сдерживающих факторов, стоящих на пути начинающих предпринимателей [Электронный источник]: Режим доступа – http://www.delasuper.ru/view_post.php?id=498 – с экрана, свободный. (Дата обращения 28.02.2021).

3. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга проблемы преодоления сдерживающих факторов, стоящих на пути начинающих предпринимателей [Электронный источник]: Режим доступа <https://probusiness.io/strategy/468-4-tipa-vnutrennikh-barerov-kotorye-meshayut-razvitiyu-malogo-i-srednego-biznesa.html> – с экрана, свободный. (Дата обращения 01.03.2021).

4. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга проблемы преодоления сдерживающих факторов, стоящих на пути начинающих предпринимателей [Электронный источник]: Режим доступа <https://econet.ru/articles/69358-stop-factory-chto-meshaet-stat-predprinimatelem> – с экрана, свободный. (Дата обращения 02.03.2021).

5. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга проблемы преодоления сдерживающих факторов, стоящих на пути начинающих предпринимателей [Электронный источник]: Режим доступа <https://andreykhovratov.com/kak-stat-uspeshnym-predprinimatelem> – с экрана, свободный. (Дата обращения 04.03.2021).

© П.С. Говор, 2021

УДК 658.3

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Зайнуллина Милена Рашидовна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет»

Аннотация: В статье рассмотрено значение корпоративной культуры в предпринимательской деятельности. В ходе работы были перечислены основные ошибки руководителя в формировании корпоративной культуры. Рассмотрены основные принципы необходимые для создания и развития устойчивой корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, ценности и нормы, сотрудник, руководитель, предпринимательская деятельность.

CORPORATE CULTURE AS AN EFFECTIVE TOOL OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Zainullina Milena Rashidovna

Abstract: The article examines the importance of corporate culture in entrepreneurial activity. In the course of the work, the main mistakes of the head in the formation of corporate culture were listed. The basic principles necessary for the creation and development of a sustainable corporate culture are considered.

Keywords: corporate culture, values and norms, employee, manager, entrepreneurial activity.

Успешность предпринимательской деятельности определяется не только социально-экономическими факторами, но также и эффективной корпоративной культурой компании.

Корпоративная культура – это результат взаимодействия работников, их личных ценностей, убеждений, норм поведения, ролей, приёмов и методов взаимодействия, формирующих эффективные коммуникации.

Под корпоративной культурой понимаются общие ценности, отношения, стандарты и убеждения, которые характеризуют членов организации и определяют её характер. Корпоративная культура уходит корнями в цели, стратегии, структуру и подходы организации к персоналу, клиентам, инвесторам и сообществу в целом.

Культура может быть очень важным фактором для малого бизнеса. Здоровая корпоративная культура может повысить продуктивность и удержание сотрудников, в то время как нездоровая культура может сдерживать рост компании и даже способствовать провалу бизнеса. Многие предприниматели, когда впервые начинают своё дело, как правило, берут на себя большую ответственность. Однако по мере роста компании и набора сотрудников авторитарный стиль управления, который предприниматель успешно использовал в очень маленькой компании, может стать пагубным.

В здоровой корпоративной культуре работники считают себя частью коллектива и получают удовлетворение от помощи компании в целом. Когда сотрудники чувствуют, что они вносят свой вклад в успешную работу группы, их уровень приверженности и продуктивности, а, следовательно, и качество продуктов или услуг компании, вероятно, улучшается. Напротив, сотрудники с нездоровой корпоративной культурой склонны рассматривать себя как отдельных личностей, отличных от компании, и сосредотачиваться на собственных потребностях. Они выполняют только самые основные требования своей работы, и их главная - и, возможно, единственная - мотивация - это зарплата [1]. Четко определенная, устойчивая и здоровая корпоративная культура - это клей, который связывает компанию и её сотрудников.

Чаще всего руководители при формировании или развитии корпоративной культуры в компании допускают такие ошибки:

- Рассматривают корпоративную культуру как нечто, к чему сотрудники должны приспосабливаться, а не помогать формировать;
- Не прислушиваются к опасениям, мнениям и ожиданиям своих сотрудников;
- Считают, что сильная культура основана только на привлекательных льготах и офисных удобствах, таких как игровые комнаты, обеды с обслуживанием и занятия йогой;

Первые две проблемы, помимо того, что способствуют слабой или даже токсичной корпоративной культуре, могут заставить сотрудников беспокоиться о том, что бизнес находится под угрозой культурного кризиса.

Говоря же о третьей проблеме, необходимо вспомнить, что в прошлом многие люди думали о корпоративной культуре, в первую очередь, с точки зрения льгот и офисных удобств, перечисленных выше. Они уходят на второй план по сравнению с рабочим местом, лидеры которого отдадут предпочтение созданию среды, в которой команды могут эффективно сотрудничать, и где все чувствуют себя желанными и ценными работниками.

Поскольку все компании разные, есть много способов развить эффективную корпоративную культуру. Ниже приведены несколько основных принципов, которые владельцы малого бизнеса могут учитывать для создания здоровой корпоративной культуры:

Первый принцип - больше уважения к своим сотрудникам.

Уважение и доверие помогают создать динамичную и устойчивую корпоративную культуру. Она основана на идее, что каждый человек может быть мощной силой для изменений в организации. Довольные сотрудники более продуктивны. Компании, которые уважительно относятся к своим сотрудникам имеют лучшие показатели удержания.

Каждый из нас знает о такой крупной компании, как Google, но все ли знают секрет их огромного успеха? Они известны своей корпоративной культурой, которая стремится сделать их сотрудников счастливее. В Google, корпоративная культура внедряется уже на этапе найма сотрудников, рекрутеры изначально отбирают тех, кто стремится делиться идеями и сотрудничать с другими. Затем сотрудникам просто предоставляется свобода действий [2].

Поэтому, если действительно серьезно отнестись к созданию устойчивой корпоративной культуры можно сделать своих сотрудников более счастливыми, мотивированными и продуктивными с первого дня с помощью следующих советов специалистов:

- Гибкость предложения: около трети сотрудников сообщили, что некоторая гибкость в их рабочем графике повысит уровень счастья и снизит выгорание.

- Обеспечение прозрачности: необходимо вовлекать сотрудников в принятие решений, которые на них влияют. Хранение секретов повысит неуверенность сотрудников.

- Вознаграждение за хорошую работу: вознаграждение не всегда означает повышение заработной платы. Вознаграждением может считаться похвала за хорошую работу или спонсирование выездных мероприятий для наиболее эффективных сотрудников.

- Возможности роста: застой ведет к неудовлетворенности и является препятствием на пути к успеху. Сотрудникам можно предлагать обучение, повышение квалификации.

Второй принцип – ошибаться - это нормально. «Если вы не ошибаетесь, значит, вы ничего не делаете» - Джон Вуден.

Ошибки неизбежны. Необходимо научиться принимать свои ошибки, а также и ошибки сотрудников. Мы часто читаем об успешных бизнесменах и их

истории успеха, но за их успех часто приходилась высокая цена, после череды неудач, проблем, проб и ошибок.

Вместо того, чтобы сосредотачиваться на ошибке, которую совершил работник, необходимо помочь ему понять, почему она произошла и как её исправить. Ошибки являются частью процесса, поскольку вы устраняете методы, которые не работают.

Чтобы создать здоровую корпоративную культуру, нужно научиться признавать свои ошибки, исправлять их и принимать меры, чтобы они не повторялись.

Наказания и санкции за неудачные идеи не только отрицательно сказываются на творческом потенциале и продуктивности сотрудников, но и создают культуру страха. В результате сотрудники с большей вероятностью будут опускать голову и падать духом.

Если построить правильную корпоративную культуру, то это улучшит общую производительность и эффективность организации. Создание устойчивой корпоративной культуры начинается с найма нужных людей, развития их навыков и помощи в их развитии. Требуется много усилий и настойчивости. Результатом приложенных стараний будет личностный и профессиональный рост команды.

Культура компании играет важную роль в привлечении и удержании талантливых сотрудников. Организации с гибким и предпринимательским складом ума имеют конкурентное преимущество перед другими компаниями.

В наши дни компании должны уметь адаптироваться и быстро реагировать на новые возможности и изменения. Без привлекательной корпоративной культуры сотрудники не получают удовольствия от работы. В результате организации испытают снижение производительности и высокую текучесть кадров.

Список использованных источников

1. Как укрепить корпоративную культуру в компании [Электронный источник]: Режим доступа – <https://пульсопрос.рф/как-укрепить-корпоративную-культуру/> (Дата обращения 22.04.2021).

2. Корпоративная культура Google: как в компании удерживают лучших сотрудников [Электронный источник]: Режим доступа – <https://hurma.work/rf/blog/korporativnaya-kultura-google-kak-v-kompanii-uderzhivayut-luchshih-sotrudnikov-2/> (Дата обращения 24.04.2021).

© М.Р. Зайнуллина, 2021

УДК 338

ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

Мухортов Иван Алексеевич

студент ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель: Леонов Сергей Андреевич, канд. экон. наук,
доцент кафедры экономической теории, СПбГУПТД

Аннотация: В статье были рассмотрены инвестиции, классификация их по видам, роль инвестиций в недвижимость. Какие есть плюсы и минусы инвестирования в недвижимость. Доходность и риски вложений в недвижимость. А также было выявлено несколько проблем, которые могут возникать у инвесторов в недвижимость.

Ключевые слова: инвестиции, виды инвестиций, недвижимость, финансирование.

INVESTMENT IN THE BUSINESS

Mukhortov Ivan Alekseevich

Abstract: The article was considered investment, classification of them by type, the role of investment in real estate. What are the pros and cons investing in real estate? Profitability and risks of real estate investments. It also revealed several problems that may arise for real estate investors.

Keywords: investments, type of investments, realty, financing.

Сложно представить современную экономику без инвестиций. Многие из вас знают, что можно вложить свои деньги в бизнес, купив акции или облигации, но не так много людей просвещены в инвестирование недвижимости. Именно об этом и будет данная статья. Но для начала нужно понять, что такое инвестиции и какие виды инвестиций существуют.

Инвестиция – это долгосрочное вложение капитала, с целью получения прибыли в будущем. Эти вложения используются для развития и расширения производства. Инвестиции с точки зрения страны можно рассматривать, как вложение с целью создания нового и (или) возмещение производственного изношенного капитала.

Инвестиции отличаются от займов или кредитов риском. Риск заключается в том, что если производство убыточное, то ваши вложения могут быть

утрачены, чего не может произойти с займом (кредитом), т.к. займы и проценты по ним возвращается вне зависимости от прибыльности проекта. [1]

Рассмотрим, какие виды инвестиций существуют, после чего разберём их по количеству капитала, которое нужно вложить.

1. первый вид – это реальные инвестиции. К нему относится: покупка квартиры, земельного участка. Если говорить о производстве, то – это оплата повышения квалификации работников, покупка оборудования, приобретение помещений для производства. Такой вид требует вложения большого капитала, так недвижимость стоит огромные деньги в современном мире, а также именно эти инвестиции считаются самыми надёжными, если исключить тот факт, что квартиры могут падать в цене;

2. спекулятивные – это покупка валюты, драгоценных металлов, таких как золото или серебро, а также квартиры или земельного участка, с условием быстрой продажи по более высокой цене, т.е. спекулятивные инвестиции — это краткосрочные вложения, с целью увеличения капитала за счёт продажи. Краткосрочные инвестиции длятся до 1 года;

3. финансовые – это покупка ценных бумаг, инвестирование своего капитала в бизнес, различные проекты, финансовые компании или же кредитование. Под ценными бумагами понимается документ, удостоверяющий об имущественные права, передача и осуществление которых будет производиться только при его предъявлении. Документ обязан соблюдать установленную форму и реквизиты. [3] Примеры ценных бумаг: акции, облигации, паи, фьючерсы и другие. Финансовые инвестиции не требуют очень большого капитала. Среднесрочные инвестиции имеют срок от 1 до 3 лет;

4. аннуитет – это такое вложение денег в настоящее время, которое будет приносить прибыль только в будущем через постоянные, заранее определенные, отрезки времени. К такому виду инвестиций можно отнести: пенсии или страховые выплаты. Долгосрочные инвестиции длятся от 3 лет.[2]

Инвестирование капитала в недвижимость означает – вложение финансов в строящийся или завершённый объект, с целью получения дохода, который бывает двух видов:

- пассивный доход можно получить от сдачи недвижимости в аренду, и называться это будет – капитальными инвестициями в недвижимость;
- доход от перепродажи, за более высокую цену – спекулятивные инвестиции. [5]

Прибыльность инвестиций могут повысить перемены, например, в месте, где не было гражданской инфраструктуры, начинают появляться детские сады, площадки и тому подобное.

Про доходность сказано было выше, теперь разберёмся с рисками. Они могут быть связаны с проблемами экономического положения региона, либо же с переменами, влияющими на стоимость недвижимости. Например, переменами могут быть: по вине застройщиков несколько лет не появляется инфраструктура для граждан, или из-за ухудшения экологии в месте, где она всегда была благополучна. Вложение в строящийся объект даёт вам риск того, что застройщик не возведёт здание до конца.

Давайте разберем, какие же бывают плюсы и минусы инвестирования именно в недвижимость.

Начнём с плюсов:

1. высокую ликвидность имеют жилые помещения в больших городах, а также привлекательные для инвесторов объекты, такие как загородная, коммерческая или зарубежная недвижимость;

2. видимая перспектива окупаемости объекта, составляющая максимум 10-12 лет. В среднем, недвижимость окупается за 6-7 лет;

3. плюсом является долгосрочная доходность. Т.к. сдавать в аренду любые объекты недвижимости, например квартиры, помещения для торговли и подобного – это значит обеспечить себе пассивный доход на неопределённо длительный срок.

Многих людей перед инвестированием своих капиталов волнуют не только преимущества вложения денег, но и его недостатки:

1) высокая стоимость недвижимости повышает риск потери вложений, из-за отсутствия спроса;

2) спрос на жильё и на любую другую недвижимость зависит от экономического положения региона;

3) спрос напрямую зависит того, где расположены объекты;

4) из-за нестабильной экономики страны, всё чаще стали закрывать крупные, надёжные компании, из-за чего начали освобождаться коммерческие помещения, в которые частные инвесторы вкладывались. Соответственно инвесторы теряют свои деньги;

5) низкий спрос на недвижимость в маленьких городах, посёлках или населённых пунктах из-за нехватки хорошей, высокооплачиваемой работы;

б) издержки на уплату налогов за недвижимость, на ремонт, на охрану, если мы говорим о коммерческой недвижимости, иногда к издержкам относятся коммунальные услуги, но, зачастую, их оплачивают арендаторы.[4]

Как и везде, в инвестировании недвижимости могут возникать проблемы, из-за которых инвесторы теряют огромные суммы, теряют арендаторов, или вовсе уходят с рынка. Большинство проблем были упомянуты в минусах инвестирования в недвижимость, но также стоит выделить несколько, по мнению автора, острых проблем. Одна из главных – это плохое финансирование, а если быть точнее, то высокие ежемесячные выплаты. Также проблемой может стать неудачный выбор местоположения. Для жилых домов важна придомовая инфраструктура: детские сады, школы, площадки, магазины и тд. Для коммерческих помещений важна проходимость территории. Допустим люди арендуют помещение для такой коммерческой деятельности, кафе, ресторан, в таком случае, им важно, сколько людей пройдет мимо и заметит их кафе. Ещё одна проблема, которую я назову, но она далеко не последняя. Это недооценка стоимости ремонта, который потребуется недвижимости, либо сразу, либо по истечению определённого времени.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что инвестиции в современной экономике играют важную роль развития капитала. Они очень выгодны для людей, желающих вложить свои деньги в какое-то развитие, но имеют огромные риски, каких не имеют классические инструменты размещения свободных денежных средств, допустим, вклады.

Список использованных источников

1. Инвестиции. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://investments.academic.ru/977/%D0%98%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8> – свободный, с экрана. (Дата обращения: 15.11.2020).

2. Виды инвестиций и их классификация. Какие типы инвестиций бывают. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://cashkopilka.ru/poleznaya-informaciya/vse-ob-investiciyah/vidy-investicij-i-klassifikaciya/> - свободный, с экрана. (Дата обращения: 16.11.2020).

3. Ценные бумаги. [Электронный ресурс]: Режим доступа - https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B1%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0 - свободный, с экрана. (Дата обращения: 16.11.2020).

4. Всё об инвестициях в недвижимость: виды, плюсы и минусы, пошаговая инструкция по инвестированию. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://greedisgood.one/investitsii-v-nedvizhimost#i-3> – свободный, с экрана. (Дата обращения: 16.11.2020).

5. Инвестиции в недвижимость. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://fingeniy.com/investicii-v-nedvizhimost/> - свободный, с экрана. (Дата обращения: 17.11.2020).

6. 10 смертельных ошибок, которых следует избегать при первом инвестировании в недвижимость. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://zen.yandex.ru/media/id/5a5b871d77d0e6e138373bc7/10-smertelnyh-oshibok-kotoryh-sleduet-izbegat-pri-pervom-investirovanii-v-nedvijimost-ch1-5a5ee9fd8651654b9a6883ca> - свободный, с экрана. (Дата обращения: 17.11.2020).

© И.А. Мухортов, 2021

УДК 338.124.4

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА РФ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА И ПАНДЕМИИ COVID-19

Орлов Вадим Сергеевич

студент ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель: Леонов Сергей Андреевич, канд. экон. наук,
доцент кафедры экономической теории, СПбГУПТД

Аннотация: В статье рассмотрена трансформация рынка труда Российской Федерации после появления вируса COVID-19. Увеличение безработицы населения. Нововведения в разновидностях работы. Востребованные специальности. С какими проблемами сталкиваются предприниматели в данной ситуации.

Ключевые слова: трансформация рынка, безработица, глобальный экономический кризис, рост спроса на рабочие места.

TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS AND THE COVID-19 PANDEMIC

Orlov Vadim Sergeevich

Abstract: The article examines the transformation of the labor market in the Russian Federation after the emergence of the COVID-19 virus. Increased unemployment of the population. Innovations in the varieties of work. Demanded specialties. What problems do entrepreneurs face in this situation.

Keywords: market transformation, unemployment, global economic crisis, growth of demand for jobs.

Зимой 2020 года в Китае появился новый вирус, которому дали название COVID-19. Весной этого же года по всему миру распространилась инфекция, с каждым днём в ряде стран и городов росло число заражённых. Вирус распространялся быстро, и это привело к печальным последствиям во всех сферах общественной жизни. Установлен ряд обязательных мер по самозащите: ношение защитной маски и перчаток при выходе на улицу.

Мировой рынок труда значительно трансформируется под влиянием пандемии нового вируса. Например, работодатели могут начать массово переводить процессы в автоматический режим, поскольку человеческий труд является большими финансовыми затратами. Такие направленности есть и

сейчас, однако COVID-19 ускоряет их распространение. К нововведениям, которые останутся и после пандемии, относятся также цифровизация и удаленная работа. Возможно, будут использоваться смешанные формы занятости: когда часть работы сотрудники проводят в офисе, а какие-то обязанности выполняются в домашней обстановке (все, что можно сделать на компьютере). Удаленная работа сотрудников позволит работодателю сократить расходы на аренду помещений, покупку оборудования и мебели (например, для офиса). В свою очередь для сотрудников появится возможность переехать в пригород, где работать удалённо для многих будет комфортнее.

Из-за распространения вируса COVID-19 во всем мире выросло число безработных, в России это число выросло на 30%, в апреле число достигало 1.7 миллиона человек. С этими последствиями рынок труда пострадал, даже при том, что часть населения смогла устроиться на работу. Экономика государства находится в нестабильном состоянии, и это приводит к тому, что увеличивается процент бедного населения. По статистике было выявлено, что количество вакансий на работу сильно уменьшилось, а спрос на работу вырос в разы. Как отметил Александр Щербаков, профессор кафедры труда и социальной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС, могут исчезнуть, в частности, рабочие места кассиров в сфере торговли, портье в гостиницах, операторов банковского обслуживания.

Возможно сокращение ручного неквалифицированного труда в материальном производстве. «Это может происходить независимо от возраста наёмных работников, но люди старших возрастов особенно уязвимы в этом отношении. Возможно, новые рабочие места появятся за счёт расширения спроса и в традиционных отраслях сферы услуг - в детских дошкольных учреждениях, в начальном школьном образовании, в медицинских учреждениях, в дистанционной занятости», - заявляет профессор.

На данный момент востребованы специальности, обеспечивающие связь между клиентами и компаниями: курьеры, водители, специалисты по онлайн-образованию, сотрудники интернет-магазинов. Также выросла популярность на специальности мед. персонала. Также стало возможно устроиться на работу без опыта, ибо работодатели готовы обучать работников с нуля.

Весной 2020 г. государством был предпринят ряд мер по поддержания среднего и малого бизнеса, а также населения РФ в виде различных пособий и льгот, в том числе проводится огромная работа по разработке вакцины от данного заболевания. Однако, так как ситуация на сегодняшний день развивается по негативному сценарию и количество заразившихся людей продолжает расти,

правительству приходится предпринимать ограничительные меры для сокращения коронавирусной инфекции, что также приводит к негативным последствиям на рынке труда.

Президент России В.В. Путин предложил несколько видов помощи для малого и среднего бизнеса:

- Отсрочка по всем налогам на 6 месяцев, за исключением НДС
- Установление налога в 13% на процентный заработок для тех, чей общий объем банковских вкладов или же вложений в долговые ценные бумаги выше 1 миллиона руб.

- Отсрочка на подачу заявлений кредиторов о банкротстве компаний и взыскании долгов и штрафов на 6 месяцев.

Также, перед одним из совещаний Владимир Владимирович заявил, - «Предлагаю предоставить малым и средним компаниям пострадавших отраслей, подчеркну, дополнительно к уже принятым мерам поддержки прямую безвозмездную финансовую помощь со стороны государства». Президент уточнил, что на одного сотрудника компании будет выделено 12 130 рублей в месяц.

К сожалению, попыток государства облегчить ситуацию недостаточно. Общественные места создают риск заболевания, многие нарушают правила безопасности и не пользуются средствами самозащиты (маски и перчатки).

Многие не сразу могут обнаружить плохое самочувствие, попутно контактируя с другими людьми и передавая вирус. Но, с другой стороны, если снова закроют все кафе, рестораны, бары, торговые комплексы и другие предприятия, то экономика государства ухудшится еще больше.

Что остается делать предпринимателям? Если ваш бизнес – это кафе / ресторан / бар, то:

- Попытка снижения цены арендной платы.
- Частичный переход на доставку еды на дом.
- Предложение части персонала на уход в отпуск за свой счёт.
- Уменьшение количества покупаемых продуктов у поставщиков.

Сфера образовательных услуг (онлайн школа, репетиторство):

- Разработка онлайн-программы.
- Онлайн платформа для обучения. На данный момент одной из популярных платформ является платформа «Zoom», на которой доступны бесплатные конференции длительностью в 40 минут.

- Сдача работ учеников на «Яндекс. Диск», почта, социальные сети.

В данной обстановке очень преуспевают компании, которые изначально ориентировались на интернет-доставку. Из-за того, что многие люди не желают

увеличивать риск заражения коронавирусом, они предпочитают заказать продукты/вещи/еду или другие товары через интернет. Именно переход на онлайн-доставки может спасти некоторые бизнесы. Так, например, многие магазины одежды сделали бесплатную доставку на дом, чем заинтересовали население страны.

Очевидно, что пандемия отрицательно повлияла на рынок труда и экономику государства. Для многих это был непростой период: пришлось меняться в режиме форс-мажора и адаптироваться к новой реальности.

Таким образом мы выяснили, как можно перенести кризис с минимальными потерями как для предпринимателя, так и для какой-либо организации. Путь к стабильности будет долгим и трудным, требующий немалых усилий и сосредоточенности. Следует обратить внимание на ответственное обдумывание всех расходов, а также возможных неудач. Ко всему придётся быть готовым, чтобы не допустить убытков или банкротства.

Список использованных источников

1. Российский рынок труда в условиях нарастания экономического кризиса вследствие пандемии. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-truda-v-usloviyah-narastaniya-ekonomicheskogo-krizisa-vsledstvie-pandemii/viewer> - свободный, с экрана. (Дата обращения 22.10.2020).

2. В России начинаются массовые сокращения. Кто останется без работы?[Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://life.ru/p/1249779> - свободный, с экрана. (Дата обращения 22.10.2020).

3. Как спасти свой бизнес во время пандемии коронавируса и карантина [Электронный ресурс]: Режим доступа -<https://verbludvogne.ru/articles/otvety-na-voprosy-kak-spasti-svoj-biznes-vo-vremya-pandemii-koronavirusa-i-karantina/> - свободный, с экрана. (Дата обращения 2.11.2020).

4. Эксперты прогнозируют трансформацию рынка труда после пандемии COVID-19. [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://pravvernadskogo.ru/ehksperty-prognozirujut-transformaciju-ranka-truda-posle-pandemii-covid-19> - свободный, с экрана. (Дата обращения 14.11.2020).

5. Путин предложил выдать малому и среднему бизнесу деньги на зарплаты сотрудникам. [Электронный ресурс]: Режим доступа -<https://www.kommersant.ru/doc/4322623> - свободный, с экрана. (Дата обращения 15.11.2020).

© В.С. Орлов, 2021

УДК 339.138

УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИЯМИ ПОТРЕБИТЕЛЯ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ БИЗНЕСА

Осташева Мария Александровна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет»

Аннотация: В данной статье рассмотрена значимость рекламы, как основной фактор продвижения товаров или услуг. Игра на эмоциях самый главный компонент рекламы. Потребитель не сможет пройти мимо товара или услуги, если предприниматель смог создать эмоционально крепкую связь с ним. На конкретных примерах, приведенных в данной статье, мы сможем рассмотреть ту самую «эмоционально крепкую» связь с потребителем.

Ключевые слова: реклама, влияние на эмоции, развитие бизнеса, игры на эмоциях, потребитель, спрос.

MANAGEMENT OF CONSUMER EMOTIONS AS A FACTOR OF SUCCESSFUL PROMOTION OF BUSINESS SERVICES

Ostasheva Maria Alexandrovna

Abstract: This article discusses the importance of advertising as the main factor in the promotion of goods or services. Playing on emotions is the most important component of advertising. The consumer will not be able to pass by the product or service if the entrepreneur was able to create an emotionally strong connection with him. Using the specific examples given in this article, we will be able to consider the very "emotionally strong" connection with the consumer.

Keywords: advertising, influence on emotions, business development, games on emotions, consumer, demand.

Считается, что реклама – это просто набор слов и графических изображений, которыми можно воздействовать на потребителя. Но, учитывая тот факт, что, в первую очередь, она оказывает влияние на сознание общества, ее нельзя обесценивать.

Реклама - это один из способов предоставления информации о товаре для создания широкой осведомленности о продукте и его известности и, тем самым повышения спроса на него. Реклама - это часть маркетинга. Хорошая реклама вызовет рост потребностей, изменит предпочтения потребителей и в результате повлияет на увеличение спроса. Она имеет одностороннюю направленность - от продавца к покупателю, а также носит массовый характер. Реклама служит одной

из движущих сил, способствующих повышению уровня жизни, развитию свободного предпринимательства. [1, с. 48].

Грамотное проведение рекламной компании на разных этапах становления и развития бизнеса позволяет формировать имидж компании как успешной и надежной структуры, которой можно доверять.

Как правило, реклама, которая цепляет эмоции человека, вызовет намного больше спроса, чем та, которая не произведет подобающего эффекта о товаре и/или предоставляемой услуги той или иной компании.

А. Бадьин и В. Тамберг, в процессе разработки новой модели создания бренда, ввели понятие «эмоционирование». По мнению исследователей, в целях эффективного продвижения товара до конечного потребителя необходимо обращение к подсознательной, эмоциональной сфере. Эмоционирование – это есть та самая составная часть бренд-стратегии, работающая не с рациональным, осознаваемым отношением потребителя к товару, а создающая иррациональную, неосознанную оценку, которая работает с эмоциями. [2, с. 188] Цель эмоционирования – создание у целевой группы ощущения удовлетворенности при взаимодействии с брендом, от процесса совершения покупки и до демонстрации своего выбора.

Андрей Стась, глава компании Stas Marketing Partners, сказал: «Есть два подхода к рекламе. Формирование ожиданий, мотивация к будущим эмоциям, и воздействие на уже существующие у человека чувства». [3].

Так какие человеческие эмоции должна задевать реклама?

Все просто: это самые базовые и самые сильные эмоциональные триггеры, которые вызывают интерес, а именно жадность, тщеславие, страх, зависть, любовь, чувство вины.

Конечно, это не все эмоции, на которых можно «играть», и для исследования воздействия каждой отдельной эмоции может потребоваться уйма времени и литературы, поэтому здесь будут задеты только чувство вины, любви и зависти, как самые часто возникающие эмоции, на которые направлено воздействие вышеупомянутого «эмоционирования».

Чувство вины. Где обычно проводят различные дегустации? Правильно, в супермаркете, все мы там были. И конечно, знаем, как неловко возвращать пустую ложечку, шпажку или стаканчик. Известно, что многие люди после такой дегустации покупают продукт, даже если он им не понравился. Потому что во время дегустации стоит две задачи: во-первых, познакомить человека с продукцией, а, во-вторых, элементарно повысить продажи. Люди устроены так,

что за все должны платить, поэтому чувство вины и задевается в подобных процессах знакомства с представляемыми товарами или услугами.

Можно представить другую ситуацию, еще проще, и еще более знакомую всем. Допустим, вы пришли на рынок, подходите к первому ларьку и спрашиваете «Клинские» сосиски. Но, к сожалению, их не оказывается в наличии, тогда вы подходите к другому прилавку - тоже нет, затем подходите к третьей. Продавщица уже говорит, что, да такие есть, и начинает активно их искать, проходит время она их упорно ищет и приговаривает: «ну где же они, только что были здесь». После чего, собравшись с силами, она говорит: «Знаете, похоже, что я сегодня продала последнюю пачку. Но у меня есть другие, «Черкизовские», стоят столько же, а по вкусу даже лучше. Возьмите на пробу килограммчик».

Стоит ли говорить о том, что никаких «Клинских» сосисок и не было, но после долгого поиска не купить у такого услужливого продавца психологически очень сложно. На покупателя возложили ответственность за приложенные усилия. Бедному человеку ничего не остается, как купить навязанные ему «Черкизовские сосиски». [4, с. 46]

Как ни странно, но эксплуатации чувства вины в рекламе намного больше. К примеру, можно взять социальную рекламу, когда ее цель - повлиять на поведение людей, изменить их привычки. Заставит ли такая реклама задуматься человека о своих действиях? (рис.1)

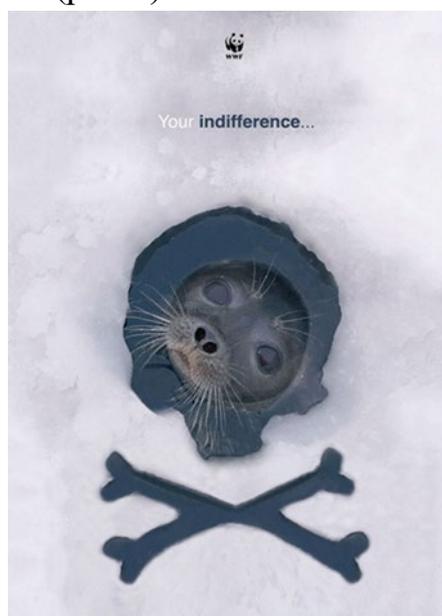


Рис. 1. Чувство стыда - движущая сила социальной рекламы

Конечно. Зажжет факел стыда за его деяния.

Рассмотрим работу чувства вины на примере цветочного магазина. У магазина повесили плакат, где последовательно были размещены 4 картинки с различным количеством роз. У левого края - одна роза, у правого – три, дальше – пять, и у самой кромки был большой и шикарный букет. Подпись к плакату: «Вы насколько виноваты?»

Чувство зависти. Человек - существо социальное. Невозможно жить в обществе и не сравнивать свое существование с жизнью других. А, стало быть, никуда не деться от уколов зависти. Люди завидуют всему! Новым машинам, квартирам, заграничным поездкам, престижным знакомствам и даже хорошему настроению. [5, с. 164]

Есть даже народный сказ по этому поводу, разговор двух деревенских парубков.

- Пойдем на день рождения к соседу!
- Да у меня подарка нет!
- А ты вместо подарка скажи, что у тебя корова умерла!

Это ведь тоже про зависть.

Самым наглядным будет примером зависти в рекламе, это вечная конкуренция всеми известных компаний Макдональдса и Бургер Кинга, которая прослеживается во всех их рекламных агитациях (рис. 2)



Рис. 2. Чувство зависти к популярности другой компании

Противостояние двух компаний, похожих друг на друга, по сути, но различающиеся по составу. Четко можно увидеть суть конфликта в зависти Бургер Кинга к Макдональдсу, так как целевой аудитории у Макдональдса больше. По данным опроса «Ромир» из опрошенных 72% процента выбирают только Макдональдс, а 5% только Бургер Кинг и 23% выбирают и то и другое.

Да и к тому же ассоциативный ряд с фастфудом крепко закреплен за Макдональдсом. Поэтому не удивительно такое проявление зависти, на котором производители грамотно зацепили свою рекламу. [6]

Юрий Олеша, русский писатель и драматург, однажды сказал, что не знает более мощного двигателя творчества, чем зависть. [5, с. 189] Как ни обидно признавать, но именно это чувство стоит за многими нашими достижениями, как духовными, так и материальными. Не так ли?

Страшно осознать, что у кого-то может быть лучше, чем у тебя. Именно такому принципу последовала данная реклама. (рис.3)

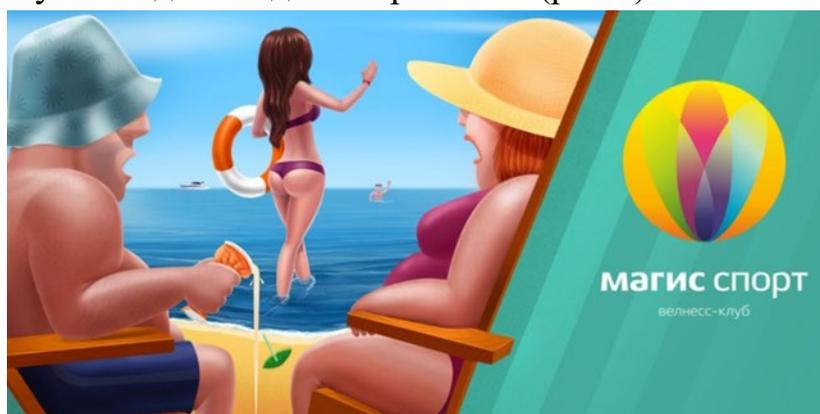


Рис. 3. Психологически сильный рекламный ход в рекламе услуг фитнеса

Люди всегда будут сравнивать себя с другими, пытаться получить больше, чем у знакомого. Решать плохо это или хорошо, остается самому человеку. Бесспорно, зависть очень серьезный триггер в эмоциях человека, и приводить примеров можно бесконечно много. Но есть чувство, которое намного мощнее и сильнее. Это любовь.

Чувство любви. Что возникает у вас в голове, когда вы слышите слово любовь? Наверняка что-то теплое, приятное, нежное, хотя может быть и что-то очень болезненное, и неприятное.

Как и у множества сложных феноменов, у понятия любви очень много интерпретаций. Обратимся хотя бы к психологическому определению любви.

Любовь – это чувство самоотверженной и глубокой привязанности, сердечного влечения; склонность, пристрастие к чему-либо» – такое определение предоставляет нам энциклопедия «Психология человека от рождения до смерти».

Использование любовных и эротических образов в рекламе применяют для привлечения интереса к определенному продукту. Тему любви можно использовать в рекламе абсолютно любых товаров или услуг.

Реклама продает не просто чувство любви к предмету, а любовное чувство со стороны противоположного пола. И если производителю получится продать это чувство, то продажа товара станет естественным. Это относится ко всем цветочным магазинам, магазинам ювелирных украшений и даже производителям конфет. Яркий пример проявления любви к противоположному полу через цветы (Рис.4)



Рис. 4. В случае любви с первого взгляда - разбейте стекло

Всеми известная компания Raffaello, предлагает открыть сердце, открыть свои чувства через конфеты, тем самым объединиться с продуктом. Это можно наблюдать на всех рекламных плакатах компании (рис.5)



Рис. 5. Прояви свою любовь – подари Рафаэлло

Данные приемы широко используются в рекламе разных товаров — прежде всего как подарки. Посыл такой рекламы чаще сводится к универсальным тезисам «Лучшее для тех, кто дорог», «Достойное — для любимых».

Широко распространен прием заботы в рекламе товаров для детей. Корм для животных также преподносится не только с точки зрения качества, но и как обязательное условие любви к нашим питомцам. [7]

Тема любви часто сочетается с другими, даже неэмоциональными, мотивами. К примеру, в рекламе такой бытовой техники, как стиральные и посудомоечные машины, удобство и качественные характеристики преподносятся с возможностью проводить больше времени в кругу семьи.

Маркетологи очень хорошо играют на нашей любви к питомцам. Нам внушают, что животных нельзя кормить человеческой едой, поэтому им нужен определенный корм, за который «ваш питомец скажет вам спасибо». Пример того, как плохая еда влияет на поведение питомца (рис.6).



Рис. 6. Плохая еда – плохой питомец

Так как любовь это один из самых мощнейших триггеров в рекламе, с участием именно этого существуют тысячи и миллионы примеров. О них можно говорить очень много, а можно посмотреть по сторонам и увидеть самому.

Всех маркетологов учат самому главному правилу: «Покупают не товар, а эмоции». Данный постулат актуален абсолютно для любой разновидности рекламы, в любом контексте и месте. Реклама провоцирует подсознательные реакции, влияет на человека даже тогда, когда человек находится за пределами влияния рекламы. Именно поэтому нельзя принижать значимость рекламы при продвижении бизнеса, ведь бизнес без рекламы переходит в стагнацию и даже угасает. Необходимо постоянно подогревать интерес даже у постоянных потребителей. [7, с.221]

Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что реклама не может существовать без эмоций, вложенных в нее, поэтому искусство рекламы заключается в перемещении из зоны безразличия, в зону восприятия.

Список использованных источников

1. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учеб. пос. для вузов по специальности «Менеджмент» / Р. И. Мокшанцев, Новосиб. гос. акад. экономики и управления. – М.: ИНФРА-М, 2016. (Дата обращения 04.04.2021).
2. Тамберг В., Бадьин А. Бренд: боевая машина бизнеса. М.: ЗАО "Олимп Бизнес", 2017. (Дата обращения 02.04.2021).
3. Реклама: игра на голых чувствах и неприкрытых эмоциях [Электронный источник] - Режим доступа: <https://rb.ru/article/reklama-igra-na-golyh-chuvstvah-i-neprikrutyh-emotsiyah/5470127.html> (Дата обращения 01.04.2021).
4. А. Как придумать идею, если вы не Огилви. – М.: Альпина Пабlishер, 2015. (Дата обращения 02.04.2021).
5. Деревицкий А. Школа продаж.- СПб.: Питер, 2017. (Дата обращения 02.04.2021).
6. Data Exploring: McDonalds vs Burger King [Электронный источник] - Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/122622-data-exploring-mcdonalds-vs-burger-king> (Дата обращения 05.04.2021).
7. Анализ мотивов и его использование в рекламе: [Электронный источник] - Режим доступа: <http://azps.ru/articles/pr/pr53.html> (Дата обращения 05.04.2021).
8. Пулер Д. Почему мы покупаем. Мотивация и стратегия продаж. М.: Олимп-Бизнес, 2016 (Дата обращения 06.04.2021).

© М.А. Осташева, 2021

УДК 502.33:338.2

ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Плотникова София Денисовна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель: Леонов Сергей Андреевич, канд. экон. наук,
доцент кафедры экономической теории, СПбГУПТД

Аннотация: В статье поднимается проблема взаимодействия экономики и экологии. Поставлены задачи понять, какой урон наносит экономика на окружающую среду и что предпринимается мировым сообществом по борьбе с экологической угрозой. В ходе работы было рассмотрено понятие «зеленая» экономика, которая является альтернативной моделью, снижающей риски экологической деградации. Представлены способы, основанные на рациональном использовании ограниченных ресурсов, применении современных ресурсосберегающих технологий и тенденций к органическому производству. Для реализации перехода к эколого-экономической системе цивилизации необходим правительственный контроль, привлечение инвестиций и модернизация технологий.

Ключевые слова: «зеленая» экономика, природопользование, ресурсосбережение, возобновляемые источники энергии, органическое производство.

ECONOMY IN THE CONTEXT OF MODERN ENVIRONMENTAL PROBLEMS

Plotnikova Sofya Denisovna

Abstract: The article raises the problem of interaction between Economy and Ecology. The objectives are to understand what damage the economy causes to the environment and what is being done by the world community to combat the environmental threat. In the course of the work, the concept of "green" economy was considered, which is an alternative model that reduces the risks of environmental degradation. Methods based on the rational use of limited resources, the use of modern resource-saving technologies and trends to organic production are presented. A government control, investment attraction, and technology modernization are necessary to realize the transformation to the eco-economic system of civilization.

Keywords: "green" economy, nature management, resource conservation, renewable energy sources, organic production.

Как известно, главной целью экономики является удовлетворение материальных потребностей и желаний людей. Однако для производства

необходимых благ человеку нужно рационально использовать ресурсы ввиду их ограниченности. Экстенсивный путь развития экономики, наблюдавшийся в XX веке, привел к загрязнению окружающей среды в угоду быстро развивающейся промышленности. А именно к климатическим изменениям, дефициту пресной воды, сокращению полезных ископаемых, гибели живых организмов, в том числе и самого человека. XXI век принес с собой осознание мировым сообществом необходимости поиска альтернативной модели экономики, основанной на минимизации урона, наносимого окружающей среде и здоровью человека.

Сегодня главный недостаток капитализма – перепроизводство и кризисы, которые проявляются в условиях постоянно возрастающего объема потребления, быстро меняющегося спроса потребителя и погони за обогащением со стороны производителей.

Огромный урон наносят предприятия, автотранспорт, сельское хозяйство. Опасны последствия многочисленных лесных пожаров, аварий на электроэнергетических системах и на нефтяных платформах. Еще одной проблемой является сжигание различного топлива, в результате которого в атмосферу ежегодно выбрасываются десятки млрд. тонн углекислого газа. Он вызывает "парниковый эффект", что приводит к изменению климата. Также, в связи с постоянным ростом населения и всё большим объемом его потребления человечество столкнулось с проблемой утилизации отходов – от радиоактивных и токсичных до обыкновенного бытового мусора.

Экология же пытается предотвратить последствия экономики и сохранить природу. Выход из сложившейся ситуации заключается в переходе к эколого-экономической системе цивилизации. Новый курс устойчивого роста получил название «зеленой» экономики.

«Зеленая» экономика — направление в экономической науке, сформировавшееся в конце XX века. В ее представлении экономика –зависимый компонент природной среды, в пределах которой она существует и является её частью. Организации объединенных наций по охране окружающей среды (UNEP) рассматривают «зеленую» экономику как инструмент, приводящий к повышению благосостояния людей и социального равенства, и значительно снижающий неблагоприятное воздействие на окружающую среду и риски экологической деградации. Другие ученые-экономисты понимают под «зеленой» экономикой разработку, производство и эксплуатацию технологий и оборудования для контроля и уменьшения выбросов загрязняющих веществ и парниковых газов, мониторинга и прогнозирования климатических изменений, а также технологий ресурсосбережения и возобновляемой энергетики.

Всеобщее признанный принцип «зеленой» экономики заключается в бережном отношении к окружающей среде и безопасности жизнедеятельности граждан. Для предотвращения экологической катастрофы экономика многих развитых стран во всем мире уже предпринимает следующие меры:

1. Утилизация отходов и использование вторичного сырья.

Традиционные способы избавления от мусора – это свалки или захоронение на полигонах. Способ куда более выгодный, но тоже не всегда экологически безвредный – мусоросжигательные заводы. Однако с развитием технологий, при сжигании мусора научились генерировать энергию, а также минимизировать образования выбросов и шлаков и даже перерабатывать оставшуюся золу для стройматериалов или в качестве добавки в асфальт.

Некоторые экономисты и экологи считают, что отходов как таковых нет, а есть сырье для дальнейших циклов производства. Чтобы использовать продукт второй раз, существует четкая система сбора, сортировки и переработки сырья. Несмотря на то, что на сегодняшний день с экономической точки зрения эта отрасль не прибыльна, товары, сделанные из вторичного материала, стоят дороже, с помощью инвестиций и правительственного контроля наблюдается рост данного сектора. И в долгосрочной перспективе он будет иметь важное значение для «зеленой» экономики в целом.

Переработка позволяет избежать затрат на размещение отходов на свалках и мусоросжигательных заводах. В связи с этим появляется больше земли, которое можно использовать в хозяйственных целях, что увеличивает доход. Переработка, также стимулирует развитие более экологических чистых технологий – усовершенствованное оборудование для переработки, что приводит к еще большей экономии благодаря высокой эффективности.

2. Переход к альтернативной энергетике.

Переход к альтернативной (нетрадиционной, чистой или «зеленой») энергетике подразумевает использование энергоэффективных технологий, а также экологически чистых, низкоуглеродных источников энергии (включая возобновляемые источники). Значительный прогресс в развитии происходит в отраслях от солнечной и ветровой энергии, которые занимают основную часть, до гидроэнергетики, биотоплива и геотермальной энергии.

С каждым годом «зеленая» энергетика, которая раньше была дорогой и бессмысленной, становится все более конкурентоспособной. За счет распространения возобновляемых источников энергии, а также благодаря развитию технологий и инвестициям происходит понижение цены. Это в свою очередь приводит к росту эффективности и высокой производительности. В

глобальном энергетическом балансе доля использования возобновляемых источников увеличит мировой ВВП к 2030 году до 1,1%, а также приведет к появлению более 20 млн рабочих мест в секторе.

3. Производство органической продукции.

В наши дни отмечается рост популярности экологически чистой продукции, произведенной с использованием натуральных веществ и естественных процессов, что означает высокий спрос на органическое производство.

Основными критериями отнесения производства к органическому являются отсутствие генетических модификаций при производстве, развитие органического земледелия, сохранение природных ресурсов, высокий уровень биоразнообразия. Другой важный критерий – прохождение сертификации. Готовый продукт или партия сырья могут быть маркированы как органические только при условии выполнения четких требований.

Вместе с тем в развитии мирового рынка органических продуктов наблюдается диспаритет производства и потребления. Продать органические продукты можно дороже, ведь спрос действительно превышает предложение. Понимание растущего спроса также позволяет привлекать инвестиции в органический бизнес. С ростом продаж органических продуктов, увеличился и показатель сельскохозяйственного сектора. Органическое сельское хозяйство предусматривает средне- и долгосрочный эффект воздействия на агро-экосистему, оказывая свое положительное влияние на природные ресурсы.

Таким образом, можно обобщить, что «зеленая» экономика – это новый формат развития экономики всего мирового сообщества, подразумевающий под собой рациональное использование ограниченных ресурсов в условиях неограниченного роста потребностей, применение современных ресурсосберегающих технологий и тенденцией к органическому производству. Помимо прямой отдачи в виде улучшения качества окружающей среды, преобразования в рамках зеленой экономики позволяют дополнительно увеличить ВВП, создать новые рабочие места, сформировать новые отрасли промышленности и сферы услуг, расширить потребление побочных продуктов, а также обеспечить более здоровые и равноправные условия жизни населения.

Чтобы достичь гармонии между экономической деятельностью и требованиями экологии по сохранению природы необходимо проведение серьезной централизации управления природопользованием в международном масштабе. Государство должно усилить контроль над загрязнением окружающей среды с помощью введения правовых санкций, норм предельно допустимого воздействия загрязнений для различных природных объектов, системы стимулов

и поощрений для производителей, развивающих «зеленую» экономику. На сегодняшний день активно применяются меры в странах ЕС, США, Китае и Японии. В России экономическая политика пока слабо учитывает экологический фактор.

Список использованных источников

1. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации кадров [Электронный источник]: Режим доступа – http://www.mnr.gov.ru/docs/ofitsialnye_dokumenty/131936/?special_version=Y – с экрана, свободный. (Дата обращения 05.11.2020).

2. ТАСС. "Зеленый свет" "зеленой" экономике: Россия на пути к устойчивому развитию [Электронный источник]: Режим доступа – <https://tass.ru/obschestvo/3977766> – с экрана, свободный. (Дата обращения 05.11.2020).

3. Московский Центр Карнеги. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста [Электронный источник]: Режим доступа – <https://carnegie.ru/2013/04/04/ru-pub-51414> – с экрана, свободный. (Дата обращения 05.11.2020).

© С.Д. Плотникова, 2021

УДК 656

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА

Русинова Юлия Андреевна

студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

Научный руководитель: Леонов Сергей Андреевич, канд. экон. наук,
доцент кафедры экономической теории, СПбГУПТД

Аннотация: В статье рассмотрена и приведена оценка комплексу инфраструктуры России в мировом рейтинге. Была проанализирована современная ситуация касательно дорожной инфраструктуры, выявлен негативный сценарий в будущем при сохранении нынешней ситуации. А также выявлена эффективность общественного транспорта перед личным автомобилем.

Ключевые слова: общественный транспорт, автомобиль, инфраструктура, дорога, город.

ECONOMIC EFFICIENCY OF PUBLIC TRANSPORT

Rusinova Yulia Andreevna

Abstract: The article considers and evaluates the Russian infrastructure complex in the world ranking. The current situation regarding the road infrastructure was analyzed, and a negative scenario was identified in the future, while maintaining the current situation. And also revealed the effectiveness of public transport in front of a private car.

Keywords: public transport, automobile, infrastructure, road, city.

Жизнь современного человека всегда находится в движении. Ежедневно среднестатистический человек пользуется городскими видами транспорта, чтобы добраться на место работы и досуга в отдаленных от места жительства районах. Грамотная планировка и зонирование города способны решить транспортные проблемы такие как превышение скорости и протяженные очереди в час пик.

Под городским транспортом обычно понимают комплекс различных видов транспорта, осуществляющих перевозку населения и различных грузов по территории города и по области. Городской транспорт подразделяется на личный (чаще автомобиль и велосипед), общественный (поезда метрополитена,

электрички, автобусы, трамваи, такси и прочие виды) и грузовой (различные терминалы, грузовые автомобили и прочие). Помимо общегородского общественного транспорта важную роль в экономической жизнеспособности населения играют порты, аэропорты, железнодорожные и автовокзалы как центры притяжения и распределения транспортных потоков.

Эволюция транспортной системы развивалась от узловой к многоузловой форме, что обусловило развитие города и связей с региональными и глобальными субъектами экономической деятельности [2]. Различные части города, обычно, на периферии, развиты неравномерно, а развитие этой части напрямую зависит от его пространственной структуры: если в этой части города имеется небольшое количество жилых домов, отсутствуют офисы, места досуга и в целом нет точек притяжения для большого количества людей, то и развивать эту часть дорожной инфраструктурой не приходится. В результате чего, пригородные дорожные сети оказываются менее загруженными, чем городские.

С годами транспортная инфраструктура и затраты на её развитие увеличились пропорционально общему объему транспортного потока. Основными компонентами дорожной сети города по-прежнему являются пешеходные зоны, дороги, и парковки, велосипедные дорожки, транзитные системы общественного транспорта.

Чтобы дать комплексную оценку инфраструктуры города, нужно учитывать несколько показателей: связность дорожной сети, аэропортов и судоходных путей, качество автодорожного покрытия, плотность железнодорожных магистралей, эффективность железнодорожных, водных и авиаперевозок. В международном рейтинге Всемирного экономического форума (WEF) Россия заняла 138 место [3], а по инфраструктуре в целом — 74. Результаты по отдельным критериям оценивания дорожной инфраструктуры показывает общий рейтинг по странам и график развития. Так, на рисунке 1 мы видим, что по качеству дорог Россия занимает 123 место в общем рейтинге и 25 по железнодорожным путям.

↕↕ 2nd pillar: Infrastructure	35	4.9	
2.01 Quality of overall infrastructure	74	4.0	
2.02 Quality of roads	123	2.8	
2.03 Quality of railroad infrastructure	25	4.4	
2.04 Quality of port infrastructure	72	4.0	
2.05 Quality of air transport infrastructure	65	4.4	
2.06 Available airline seat kilometers millions/week	13	3352.5	

Рис. 1. Выдержка из WEF касательно инфраструктуры Российской Федерации и ее рейтинга в мировом значении

По оценке McKinsey Global Institute (MGI) [4] минимальные инвестиции в инфраструктуру в мире составляет 66 трлн. долл. На период 2017-2030 гг (то есть в среднем 3,7 трлн долл. в год). И эта сумма нужна лишь на поддержание уже существующей инфраструктуры. Такая сумма сложилась благодаря статистике за предыдущие 20 лет на уровне 3,5–3,8 % от ВВП, а к 2030 г. этот показатель может достигнуть значения в 4,1 %.

Инвестиции в инфраструктуру имеют 2 направления: во-первых, на ремонт и поддержание, а во-вторых, на строительство новых объектов. И опыт европейских стран показывает, что на последнее уходит бледен 70% бюджета. В России это один из самых низких показателей среди раздваивающихся стран — 40-54 %. [5]

Один из наиболее значимых толчков к развитию экономики транспорта является возможность быстро и с комфортом перемещать людей из одной точки в другую. Для этого нужен человеческий капитал. Абсолютное большинство перемещений происходит в пределах «домашнего» региона, из которой около трети использует общественные транспортные сети. Остальные выбирают личный автомобиль как способ передвижения.

Причины транспортных проблем в городе несколько сложнее по своей сути, чем принято считать. Многие решения, принимаемые касательно дорожной инфраструктуры, являются рефлексными, нежели глубоко осмысленными с точки зрения различных критериев и применение таких мер может навредить городу в долгосрочной перспективе. Например, распространенное заблуждение состоит в том, что чтобы разрешить заторы на дорогах, необходимо построить еще больше дорог или же то, что общественный транспорт существует для тех, у кого нет личного автомобиля.

Пешеходные передвижения по городу привели к возникновению городов с высокой плотностью застройки и к высокой концентрации видов активности, трамваи открыли сообщения с пригородами, а метро сформировало основные транспортные артерии. Однако, самое мощное и сложное воздействие на город оказал личный вид транспорта — автомобиль. Автомобилизация населения резко увеличила мобильность горожан и, одновременно, рассредоточил распределение мест активности людей, что в свою очередь увеличило потребность в поездках на все большие расстояния. По мере децентрализации городов возникло больше потребности в пространственных ресурсах, обеспечивающих автомобильный трафик и значительную территорию пришлось отдать под улично-дорожную сеть. Эффект от такого решения не самый положительный для эффективности передвижения и для экологии в целом. В

современных российских городах приоритетность отдается автомобилям, нежели пешеходу, и это заметно: ширина пешеходного тротуара вдоль транспортной сетки города заметно сузилась по сравнению с началом прошлого века. По таким улицам некомфортно передвигаться и человек вновь выбирает личный автомобиль из соображения мобильности.

С появлением спроса на автомобили, растет спрос на расширение дорожной сети (как по количеству дорог, так и по ширине проезжей части). В таком случае правительство строится на идее удовлетворения спроса. Спрос в таком случае считается данностью, а не переменной, зависящей от стоимости поездок, комфорте, эффективности и прочих качеств, относящихся к общественной транспортной политике города.

Еще с середины 1950-х гг. было осознанно влияние транспортной политики не только на функционирование транспортной системы как таковой, но и на саму форму города и его кварталов, а также влияет на качество жизни в городе. И эффективность транспортной системы напрямую зависит от решения конфликта между индивидуальным транспортным средством и общественным. Оба вида транспорта должны сосуществовать в одном потоке транспортного движения, но вопрос в экономической эффективности каждого из транспортов: эффективность общественного транспорта неоспорима и приоритетнее индивидуального (исходя из количества перевозимых людей); этот же принцип должен применяться и в проектировании дорожных сетей.

Горев А.Э. в своей книге «К вопросу об экономической эффективности городского пассажирского транспорта» утверждает, что городской общественный транспорт можно считать убыточным лишь тогда, когда спрос на услуги невысок. Если линия общественного транспорта обслуживает пассажиропоток численностью 2 тыс. пасс./ч., работает четко по расписанию и передвигается быстрее личного транспорта, то она безупречна. Когда выполняются перепиленные функции, общественный транспорт становится привлекательнее для гражданина.

Общественное желание и давление сводится в пользу краткосрочных решений. Но к чему приведут эти решения, если постоянно идти на поводу у необдуманных на предмет необходимости дорожных систем? Процент заасфальтированного пространства в городе возрастет, что привет тепловому эффекту в жаркий сезон, машин станет заметно больше, а вред, наносимый экологии станет ощутимее. Город станет менее пригодным для комфортного проживания в нем. Система здравоохранения будет задета, и общая доля

здорового населения снизится — с пересадкой на личный автомобиль процент людей, страдающих от ожирения, возрастет.

Транспортная сеть является неотъемлемой частью города, формирующей сетку улиц. Любой вид транспорта может принимать участие в дорожном движении, но не каждый вид транспорта должен иметь одинаковый приоритет при проектировании дорог. Трамваи, электрички, велосипеды — вот чья экономическая эффективность выше, следовательно, приоритет должен отдаваться этим видам транспорта. Тогда и только тогда в долгосрочной перспективе это повлияет на качество жизни местного населения, на его здоровье, человеческого капитала, культуры и прочего.

Список использованных источников

1. Официальный сайт издательства «Бумага». URL: <https://paperpaper.ru/photos/kak-peterburzhscy-peremeshayutsya-po-goro/> (Дата обращения 21.04.2021)
2. Трубина Е. Город в теории / Е. Трубина. – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 520 с.
3. Официальный сайт The Global Competitiveness report 2016-2017. UDL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf (Дата обращения 21.04.2021)
4. McKinsey & company «Bridging infrastructure gaps. Has the world made progress?» URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/operations/our%20insights/bridging%20infrastructure%20gaps%20how%20has%20the%20world%20made%20progress%20v2/mgi-bridging-infrastructure-gaps-discussion-paper.pdf> (Дата обращения 21.04.2021)
5. Stat — Transport infrastructure investment and maintenance spending, оценки Центра Экономики Инфраструктуры (Дата обращения 21.04.2021)

© Ю.А. Русинова, 2021

УДК 338.22.021.1:332.144

ФОРСАЙТ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ

Солодовник Александра Игоревна

к.э.н., главный специалист института развития сельских территорий и дополнительного образования ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина»

Аннотация: В статье рассматривается инструмент долгосрочного прогнозирования – форсайт, перспективы использования которого в стратегическом управлении региональной экономической системой и сельскими территориями представляются обоснованными и актуальными. Исследуется сущность форсайта как инструмента в принятии стратегических решений в условиях неопределенности и последствий эффекта «черного лебедя». Форсайт является сложной системой проектирования и прогнозирования. В статье уделяется внимание анализу мирового опыта применения форсайт прогнозирования в практике стратегий развития.

Ключевые слова: форсайт, прогнозирование, стратегия развития, региональная экономическая система, сельские территории, эффект «черного лебедя».

FORESIGHT IN THE STRATEGIC GOVERNANCE OF THE REGIONAL ECONOMIC SYSTEM

Solodovnik Aleksandra Igorevna

Abstract: The paper explains a long-term forecasting tool - foresight, the prospects of using which in the strategic management of the regional economic system and rural areas seem reasonable and relevant. The essence of foresight as a tool in making strategic decisions in conditions of uncertainty and the consequences of the "black swan" effect is investigated. Foresight is a complex design and forecasting system. The article focuses on the analysis of world experience in the use of foresight forecasting in the practice of development strategies.

Keywords: foresight, forecasting, development strategy, regional economic system, rural areas, the "black swan" effect.

Возросший объем исследований по вопросам стратегического прогнозирования социально-экономического развития регионов свидетельствует о значительном интересе к новым методам и совершенствовании методологии, в том числе к форсайтным исследованиям.

В определении форсайта по ЮНИДО отметим системный подход, долгосрочное прогнозирование и технологическую составляющую. Однако по

нашему мнению Бен Мартин дополнил определение характеристиками: «Форсайт – это систематические попытки оценить долгосрочные перспективы науки, технологий, экономики и общества, чтобы определить стратегические направления исследований и новые технологии, способные принести наибольшие социально-экономические блага» [1, с. 283].

Таким образом, форсайт применим не только к технологиям, его возможности шире – это системный и систематический инструмент влияния на формирование политики для самых различных направлений, в том числе социально-экономического развития региональных экономических систем. Это подтверждается переосмыслением инструментов и технологий прогнозирования (рисунок 1).



Рис. 1. Экономико-эколого-социальная система, ее подсистемы и сегменты

Форсайтные исследования стали включать более широкие взаимосвязи [4, с. 65-66], научно-технологическое направление привязывается к решению какой-либо проблемы в экономике, правовом поле, образовании, культуре, науке, обществе, экологии, политике, инновациях, образовании, социальной интеграции, демографии, инфраструктуре, включая глобальные проблемы.

У форсайтных исследований недостатками выступают [5, с. 46]: сложность установления пределов прогнозирования в процессе определения горизонтов; сложность в методологии осуществления форсайтных исследований и формирования сценариев; вопрос реализуемости предложенных сценариев и

форсайт проектов; затруднение во взаимодействии экспертов и органов управления.

Проблема устойчивого развития общества и экономики в глобальном, национальном, региональном и местном масштабах приобретает все большую актуальность в связи с теми кризисными явлениями общественной жизни [2, с. 344], особенно наступающими неожиданно или имеющими неожиданный эффект.

В процессе форсайт-исследования выделяют новые направления развития региональных экономических систем. Для российских регионов форсайт-исследования необходимы для того, чтобы улучшить процесс принятия решений [3, с.159]; управлять инновационным развитием и выбором технологий; создавать альтернативные направления для будущего развития; направлять процесс обучения для обеспечения этих направлений, улучшать готовность к непредвиденным обстоятельствам; а также стимулировать изменения. Форсайт как инструмент развития основан на создании, обсуждении и согласовании всеми заинтересованными субъектами долгосрочных сценариев перспективного развития на основе нескольких альтернатив и определении возможных рисков и непредвиденных обстоятельств.

Форсайт представляет собой совокупность продукта (прогнозы, сценарии, приоритеты) и процесса (установление связей между всеми заинтересованными сторонами). Подобное понимание дает возможность более глубоко понять природу изменений, новых проблем, рисков и возможностей. Когда исследователи пытаются традиционными методами учитывать неопределенность в моделях, они слишком стараются придать неопределенности четкие очертания, что дает ложное чувство безопасности и делает системы уязвимыми для явлений «черных лебедей».

Таким образом, форсайт-исследования представляют собой инструмент обеспечения стратегического управления региональной экономической системой, при этом форсайт-мероприятия являются источником и стимулом не только изменений в поведении субъектов, но и глубоких преобразований в самой системе для повышения ее способности реагировать как на ожидаемые, так и на непредвиденные обстоятельства.

Список использованных источников

1. Filyakin Y. P., Moguev B. D. Analysis of innovative models of management and organization development // Известия МГТУ. – 2012. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/analysis-of-innovative->

models-of-management-and-organization-development (дата обращения: 10.03.2021).

2. Золотухина А.В. Форсайт как технология управления научно-техническим потенциалом устойчивого развития региона // ПСЭ. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forsayt-kak-tehnologiya-upravleniya-nauchno-tehnicheskim-potentsialom-ustoychivogo-razvitiya-regiona> (дата обращения: 10.03.2021).

3. Паршутина И.Г., Шапорова О.А., Кирпиченко Е.А. Государственное управление инвестиционными процессами как фактор инвестиционной активности промышленных предприятий // Информационные трансформации и компетентностные модели в управлении промышленностью, АПК и сферой услуг / под общ. редакцией Н.В. Парушиной. - Орел, 2019. - С. 159-180.

4. Савкин В.И. Экологический патернализм в устойчивом развитии аграрного сектора экономики // Проблемы теории и практики управления. 2020. №11. С.65-76

5. Солодовник А.И., Шестаков Р.Б. Гибридный форсайт в стратегическом управлении как ответ на глобальные вызовы. / Материалы международной научно-практической конференции «Современные проблемы и пути повышения конкурентоспособности бизнеса». М.: издательство АНО ВО "Институт бизнеса и дизайна", 2020. С. 45-52.

© А.И. Солодовник, 2021

УДК 658.846.5

РАЗВИТИЕ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ НА РЫНКЕ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Юдаков Кирилл Александрович

студент ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской технический университет»

Аннотация: В статье рассматриваются преимущества и недостатки создания дилерских сетей на рынке России, концепции их создания и способы урегулирования коммерческой деятельности между дилерами. Сделан акцент на основной способ распространения и продвижения смазочных материалов через дилеров.

Ключевые слова: дилерские сети, развитие, рынок смазочных материалов, дилер, продвижение.

DEVELOPMENT OF DEALER NETWORKS IN THE LUBRICANTS MARKET

Yudakov Kirill Alexandrovich

Abstract: The article discusses the advantages and disadvantages of creating dealer networks in the Russian market, the concepts of their creation and ways to regulate commercial activities between dealers. Emphasis is placed on the main method of distribution and promotion of lubricants through dealers.

Keywords: dealer networks, development, lubricants market, dealer, promotion.

В современных условиях развития промышленности всех направлений – повышается необходимость в качественном обслуживании оборудовании. Смазочные материалы (индустриальные масла, пластичные смазки, смазки с допуском Н1 и т.д.) занимают одну из ключевых позиций, требуемых для обслуживания производства. Рынок сегмента смазочных материалов постоянно развивается, количество производителей увеличивается, отсюда имеет место быть проявление высокой конкуренции. Производитель в первую очередь занимается производством, на роль продвижения и продажи продукции выбирается представитель (дистрибьютор). Дистрибьютор, имеющий права реализации продукта по всей территории Российской Федерации, для упрощения торговли назначает различных дилеров.

Дилером является оптовый посредник, который осуществляет коммерческую деятельность от своего имени и за свой счет. Главное отличие дилера от дистрибьютора – область его работы ограничена территорией.

Дилерская сеть представляет собой совокупность посредников компании-производителя или представителя, которые помогают продвигать продукцию конечному потребителю.

Создание дилерской сети позволяет решить следующие проблемы: сокращается цепочка коммуникационных и транспортных связей, сопутствующая реализации продуктов, создается упрощенный контроль и анализ за рынком, повышается эффективность продвижения бренда.

В основном при развитии дилерских сетей на рынке смазочных материалов применяется концепция Горчелса Л., Уэста Ч., Мариена Э., представленная в работе «Управление каналами дистрибуции». Данный подход объединяет в себе два главных этапа: стратегическое планирование сбытовых каналов и обращение процесса развития дилерской сети (рис.1).

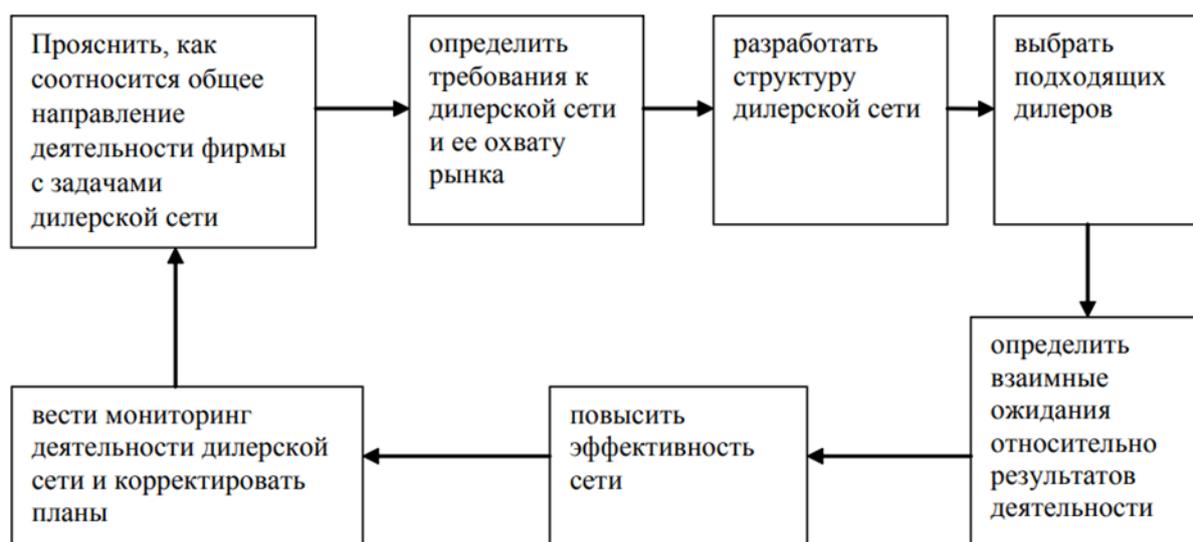


Рис. 1. Этапы процесса развития дилерских сетей

В этап стратегического планирования входят следующие факторы:

- Анализ состояния сбытовых каналов;
- Отбор и оценка эффективности дилеров;
- Формирование мотивации и урегулирования конфликтов среди участников дилерской сети;
- Управление коммуникацией.

Анализ систем сбыта необходим для понимания состояния рынка сбыта и систем распределения, в конечном итоге принимая эффективные решения.

Отбор и оценка дилеров направлены на продуктивность дилерской сети, которая состоит только из оптимальных дилеров.

В процессе формирования мотивации и урегулировании конфликтов создается комплекс из следующих действий: ограничение области работы каждого дилера для исключения событий предложения продукции от двух и более дилеров одному предприятию, что в последствии вытекает в конфликт интересов, пониженная стоимость закупки особо крупных партий в качестве мотивации, проведение конференций со всеми участниками и т.д.

На примере развития дилерской сети крупного бренда смазочных материалов «ANDEROL» можно выделить несколько главных проблем в развитии дилерской сети:

1. Отсутствие оперативности. Компанию дистрибьютор раз в два месяца собирает общий заказ от дилеров, для последующей отправки его производителю смазочных материалов. Отсутствие оперативности в данном случае существенно увеличивает издержки, портит репутацию среди клиентов и т.д.

2. Наличие в дилерской сети неэффективных участников. Чаще всего это связано с тем, что дилер отказывается развивать и продвигать бренд, и работает только на входящих запросах. Как показывает практика – спустя время спрос на продукцию в регионе данного дилера существенно падает.

3. Периодически дистрибьютор сообщает дилерам об отсутствии смазочных материалов на складе в связи с задержками поставки и другими причинами, в то время как сам продолжает отгружать товар напрямую своим клиентам.

4. Нежелание дистрибьютора рекламировать своих дилеров и оказывать им маркетинговую поддержку (пресса, каталоги, буклеты, сайт дистрибьютора).

Для решения данных проблем компанией ООО «СЗКСК» были приняты действия, направленные на проведение раз в месяц конференции с дилерами для решения возникших за этот период проблем между дилерами и дистрибьютором. Конференции позволили значительно внести свой вклад в экономические отношения дилерской сети.

Так же большое значение в повышении эффективности дилерских сетей играет процесс разработки маркетинговой стратегии развития, который представлен на графике (рис.2). При этом левая сторона данного графика обозначает то, что поступает на вход процесса и будет дальше преобразовано. Правая сторона – это то, что создается на выходе процесса в результате его

выполнения. Верхняя сторона – управление, представляет условия, при которых процесс выполняется. Нижняя сторона – это ресурсы, необходимые для выполнения процесса.



Рис. 2. Процесс разработки маркетинговой стратегии развития дилерских сетей

Немаловажным фактором при выборе участников в дилерскую сеть на рынке смазочных материалов являются их прямые коммуникации с производителями, непосредственно которые являются главными потребителями смазок и масел. Даже с условием успешного развития ЭТП (электронных торговых площадок) – большинство предприятий по сей момент все закупки осуществляют напрямую, т.е. путем прямой коммуникации с посредниками. Помимо производителей очень важно сотрудничество дилеров с компаниями, занимающиеся обслуживанием оборудования на предприятиях. Главная особенность таких компаний – они дают гарантию на оборудование, используя только те смазочные материалы, которые они рекомендуют.

На примере крупного бренда смазочных материалов «Kluber Lubrication», который в начале своего развития сразу же занялся распространением своего продукта через компании, которые занимаются обслуживанием оборудования, тем заняв высшую позицию среди рекомендованных смазочных материалов, что в последствии привело компанию к одному из самых узнаваемых брендов пластичных смазок.

Таким образом, при создании и управлении дилерской сетью на рынке смазочных материалов необходимо принимать во внимание правильный выбор

концепции развития данной сети и эффективное построение маркетинговой стратегии. В состав должны входить дилеры, имеющие прямые контакты и способы продвижения смазочных материалов через производителей и компаний, занимающиеся обслуживанием оборудования на предприятиях. Дистрибьютор, стремящийся к эффективности функционирования своей дилерской сети, должен постоянно обучать своих дилеров и выстраивать честные и продуманные отношения со своими партнерами.

Список использованных источников

1. Пустынникова Ю. Искусство управления каналами сбыта // Управление компанией. – 2003. – № 9. – С. 16.
2. Горчелс Л., Мариен Э., Уэст Ч. Управление каналами дистрибуции. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. С. 156.
3. Развитие дилерских продаж и построение каналов сбыта [Электронный источник] Режим доступа - <https://vc.ru/trade/56663-razvitie-dilerskih-prodazh-i-postroenie-kanalov-sbyta> (Дата обращения 14.04.2021).
4. Процессный подход к развитию дилерских сетей [Электронный источник] Режим доступа - <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1586> (Дата обращения 15.04.2021).

© К.А. Юдаков, 2021



Научное издание

Результаты теоретических исследований и практических экспериментов

Сборник статей
Международного научно-исследовательского конкурса

г. Санкт-Петербург, 04 мая 2021 г.
Под общей редакцией
Р.Д. Иванова

Научное электронное издание сетевого распространения
Издано в авторской редакции
Системные требования: электронное устройство с программным обеспечением для
воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: https://multires.ru/wp-content/uploads/NK-14_Sbornik.pdf

Дата подписания к использованию 04.05.2021 г. Рег. № 007/21

ЕНМЦ «Мультидисциплинарные исследования»
Юридический и почтовый адрес:
197375, Санкт-Петербург, Новоколомяжский пр., д. 11.
www.multires.ru