

Афонин М.А.

Научный руководитель: Галкина Ю.Е.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: mixail.afonin2017@yandex.ru*

Оценка и прогнозирование динамики численности населения в регионе

Управление трудовыми ресурсами в металлургической промышленности становится все более сложным и важным заданием в современном бизнесе. В условиях глобализации и роста конкуренции становится необходимо применять инновационные методы и подходы к управлению персоналом. В данной статье мы рассмотрим современные тенденции в управлении трудовыми ресурсами в металлургической промышленности и их влияние на эффективность предприятия.

1. Автоматизация и цифровизация рабочих процессов

Одной из основных тенденций в управлении трудовыми ресурсами является автоматизация и цифровизация рабочих процессов. Современные технологии позволяют заменить рутинные и опасные работы на автоматические системы и роботы. Это повышает производительность и качество продукции, а также улучшает условия труда для сотрудников.

С использованием автоматических систем можно значительно сократить число рутинных операций и повысить точность и скорость производства. Это позволяет металлургическим предприятиям сократить необходимость в большом количестве рабочей силы и повысить экономическую эффективность деятельности.

Кроме того, цифровизация позволяет упростить процессы управления персоналом, автоматизировать учет рабочего времени и управление заработной платой. Это повышает прозрачность и эффективность работы предприятия, а также позволяет сотрудникам более точно контролировать свою работу и заработную плату.

2. Инновации в области управления персоналом

Современные методы управления персоналом базируются на принципах уважения к сотрудникам, их развития и мотивации. Многие компании в металлургической промышленности внедряют новые методы мотивации, такие как участие в прибылях предприятия, вознаграждения за социально ответственное поведение и т.д.

Одной из ключевых задач управления персоналом является развитие профессиональных навыков сотрудников. Металлургические предприятия создают собственные учебные центры и обучающие программы для сотрудников. Это позволяет повысить квалификацию сотрудников, улучшить их производительность и раскрыть их потенциал.

Кроме того, многие компании ставят задачу интеграции сотрудников в корпоративную культуру и развитие их лидерских качеств. Для этого организуются специальные программы стажировки и подготовки руководителей. Это позволяет создать резерв кадров и обеспечить успешную смену поколений внутри предприятия.

3. Гибкие рабочие графики и удаленная работа

В современных условиях все большее внимание уделяется гибкости рабочих графиков и возможности удаленной работы. Современные технологии позволяют работать удаленно, что особенно актуально при работе с информацией.

Многие компании в металлургической промышленности вводят гибкие рабочие графики, которые позволяют сотрудникам самостоятельно выбирать время, когда им удобно работать. Это улучшает баланс между работой и личной жизнью сотрудников и повышает их работоспособность.

Удаленная работа также становится все более популярной. Она позволяет сократить затраты на организацию и обслуживание офисных помещений, а также увеличить мобильность сотрудников. Однако следует помнить, что удаленная работа требует новых подходов к организации коммуникаций и контролю за работой.

4. Ориентация на кадровый резерв и карьерный рост

Одной из ключевых тенденций в управлении трудовыми ресурсами является ориентация на кадровый резерв и карьерный рост сотрудников. Для этого компании создают программы-стажировки, программы подготовки руководителей и обучающие центры.

Компании активно внедряют системы оценки и развития персонала, которые позволяют выявить талантливых сотрудников и подготовить их для занятия руководящих должностей. Это позволяет не только укрепить позицию предприятия на рынке труда, но и обеспечить постоянное развитие собственных сотрудников и повышение их профессиональных компетенций.

5. Устойчивое развитие и экологические аспекты

Современные тенденции в управлении трудовыми ресурсами также включают в себя устойчивое развитие и экологические аспекты. Металлургические предприятия все чаще становятся объектами внимания общественности и регулирующих органов, так как их деятельность может негативно сказаться на окружающей среде и здоровье людей.

Поэтому компании стараются сократить вредные выбросы в атмосферу, перерабатывать отходы и использовать альтернативные источники энергии. Вместе с тем, они не только соблюдают законодательство в области экологии, но и разрабатывают собственные программы устойчивого развития, которые учитывают интересы всех заинтересованных сторон.

Более того, устойчивое развитие является источником новых возможностей для бизнеса, так как спрос на экологически чистые продукты и услуги растет с каждым годом. Методы управления персоналом должны учитывать этот фактор, чтобы сотрудники могли вести более устойчивый образ жизни и участвовать в улучшении экологической обстановки вокруг производства.

Заключение

Современные тенденции в управлении трудовыми ресурсами в металлургической промышленности охватывают множество аспектов, связанных с изменением бизнес-процессов и требованиями социальной ответственности. Автоматизация и цифровизация производства, новые методы управления персоналом, гибкие рабочие графики и ориентация на кадровый резерв призваны повысить эффективность работы предприятий.

Участие в устойчивом развитии и минимизация негативного влияния на окружающую среду также являются неотъемлемой частью новых тенденций в управлении трудовыми ресурсами. Все эти аспекты совместно направлены на достижение более устойчивой и эффективной работы металлургических предприятий в современном бизнес-мире.

Литература

1. Котлер, Ф. "Маркетинг менеджмент" - разделы о человеческих ресурсах и управлении .- Издательство :Питер , 848 с
2. Друкер, П. "Управление в XXI веке" - идеи о новых подходах к управлению, Издательство : Издательский дом «Вильямс», 272 с
3. Иванов, И. И., Петров, П. П. "Автоматизация процессов управления трудовыми ресурсами в металлургической промышленности". Журнал "Экономика и управление".
4. Сидорова, А. А. "Инновационные методы мотивации в металлургической отрасли". Журнал "Управление персоналом" .

Бекбулатова Д.Р.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Терентьева И.В.
*Муромский институт (филиал) федерального государственного
образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный
университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: diana.bekbulatovp@mail.ru*

Разработка социально-ответственного экологического велотура «Касимов ЭкоСлед: Увидеть, полюбить, сохранить»

Актуальность экологического велотуризма заключается в растущем интересе к устойчивым формам отдыха, которые минимизируют негативное воздействие на окружающую среду. В условиях изменения климата и ухудшения качества жизни в городах, велотуризм предлагает активный и здоровый способ отдыха, который способствует физическому и психическому благополучию. Он также поддерживает местные сообщества, способствует культурному обмену и экономическому развитию.

Сегодня, когда экологические проблемы и неравенство в обществе стоят особенно остро, социально-ответственный туризм приобретает огромное значение. Велотуризм, как активный вид отдыха, не только полезен для здоровья, но и может стать двигателем устойчивого развития для местных жителей.

По мере того, как люди все больше интересуются экологичными путешествиями и активным образом жизни, велотуризм становится отличным вариантом для семейного отдыха. Важно, чтобы в таких поездках участвовали дети, ведь это не только укрепляет их здоровье, но и сближает семью. В условиях глобальных экологических проблем, устойчивый подход к туризму становится просто необходимым.

Концепция "ноль отходов" (Zero Waste) становится все более популярной в сфере туризма. Она направлена на то, чтобы свести к минимуму количество отходов, образующихся в процессе путешествий и отдыха. Это особенно важно при организации активного отдыха на природе. Если внедрить принципы "ноль отходов" в детский велотуризм, это поможет воспитать у детей бережное отношение к природе и развить устойчивые туристические практики.

Велотуризм – один из самых экологичных видов отдыха, поскольку он практически не оставляет углеродного следа и не вредит окружающей среде. В связи с растущей обеспокоенностью изменением климата и загрязнением планеты, изучение принципов социально-ответственного велотуризма становится важным для создания устойчивых подходов к организации путешествий. [1]

Цель предлагаемого велотура — создание уникального туристического продукта, который сочетает активный отдых с экологической ответственностью и вовлечением местных жителей.

Задачи:

1. Провести анализ рынка и предпочтений целевой аудитории.
2. Разработать маршрут, который включает экологически чистые и культурно значимые места.
3. Оценить себестоимость и конкурентоспособность тура.
4. Создать программу мероприятий, направленных на взаимодействие с природой и местными сообществами.

Анализ целевой аудитории в сфере социально ответственного велотуризма в городе Касимов требует детального подхода, так как данный аспект связан с растущими интересами граждан к экотуризму и социальным инициативам. Сегментация целевой аудитории включает в себя как местных жителей, так и туристов, заинтересованных в новых формах активности и экологичных путешествиях. Основной акцент делается на активных семьях, молодежи и пожилых людях с активной жизненной позицией, которые ценят здоровье и природу. Также стоит учитывать туристов, заинтересованных в экологическом волонтерстве.

Предлагаемый маршрут может начинаться в городе Касимов и включать посещение живописных мест, таких как природные заповедники, исторические памятники и культурные

центры. Программа может включать велопогулки по специально подготовленным маршрутам, участие в мероприятиях по очистке природных территорий, посадке деревьев и взаимодействию с местными жителями.

Велотур по Касимову: “Касимов ЭкоСлед: Увидеть, полюбить, сохранить”

Программа на 3 дня

День 1: Знакомство с городом и его экологическими особенностями

- Встреча участников на вокзале или в центре города.
- Велопогулка по Касимову с акцентом на его культурное наследие и экологические инициативы.

- Лекция: "Социально ответственный туризм: как путешествовать с пользой для местных сообществ и экосистем". Данная лекция будет проводиться в городском парке с видом на реку.

- Проведение мастер-класса "Эко-сумка: Творим без мусора!" идея данного мастер-класса состоит в том, что участники учатся шить многоразовые сумки из старых тканей (например, из старых штор, скатертей или одежды). Экологический аспект — это отказ от использования пластиковых пакетов, повторное использование тканей, сокращение количества отходов.

День 2: Велосипедная прогулка по природным маршрутам

- Утренний старт с экскурсии на велосипедах по окрестным лесам и полям.
- Посещение экологической фермы, знакомство с устойчивыми методами сельского хозяйства.

- Пикник на природе с соблюдением принципов “Zero-waste” (многоразовые упаковки, эко-продукты).

День 3: Экологические инициативы и завершение тура

- Утренняя велопоездка по живописным окрестностям, лесам, полям, берегам рек и озер.
- Посадка деревьев и кустарников, уход за природными территориями.
- Вручение сертификатов участникам за вклад в экологические и социальные инициативы.
- Обсуждение дальнейших шагов для развития социально ответственного туризма в регионе.

- Отъезд участников.

Программа тура позволяет туристам не только получить массу положительных эмоций, но и окунуться в социально-ответственный туризм. Туристы смогут поучаствовать в очистке троп, посадке деревьев, установлении лавочек и необходимых знаков. Это поможет сделать маршруты более безопасными и доступными для туристов.

Успех туристического продукта напрямую зависит от восприятия его потребителями. Поскольку туристические предпочтения динамичны, ключ к созданию востребованного предложения — выявление уникальных характеристик, которые обеспечат конкурентное преимущество. Анализ потребительских особенностей важен на всех этапах — от разработки до совершенствования продукта.

В работе была проведена оценка конкурентоспособности предлагаемого туристского продукта по отношению к основным конкурентам. В Рязанской области предлагаются организаторами походов выходного дня велоэкскурсии, но главное отличие от рассматриваемого тура в том, что они не имеют экологической направленности:

– **Велотур «Рязань, тропа Паустовского, Кудыкина гора, Бобровое хозяйство».** Маршрут проходит в районе Рязани (тропа Паустовского, Рязанский Кремль) и Задонска (Кудыкина гора). В стоимость тура входят организация маршрута и выезда, бесплатный проезд на клубном автобусе, сопровождение инструктора, техподдержка велосипеда на маршруте, походная кухня, газ, вода для приготовления. Данный велотур предлагается клубом активного отдыха “Адреналин” [3].

– **Велопоход «6 озёр»**, предлагаемый глэмпингом «Клюква» в Мещерском национальном парке Рязанской области. Маршрут длится 4 часа, его протяжённость — 22 км. В программе — посещение озёр Куликово, Строганец, Мосеевское, Беленькое, Ютница, Сокорево и реки Пра [2].

– **«Велопоход по Рязанской области — прогулка по Есенинской Руси».** Маршрут проходит по местам, где родился и провёл детство Сергей Есенин. В рамках похода можно увидеть живописные виды на реку Оку, самобытные уютные деревеньки, старинные усадьбы и церкви, побывать в монастыре. Длина маршрута — 75 км, сложность — лёгкая или средняя,

длительность — 2 дня с одной ночью, размер группы — от 8 до 15 человек. Данный велотур предлагается центр активного отдыха “Клуб Приключений” [4].

Оцениваемый велотур имеет хорошие конкурентные преимущества и высокий потенциал для успешного развития на рынке. Сохранение высокого уровня безопасности, акцент на уникальной экологической концепции, расширение спектра услуг и постоянное совершенствование качества обслуживания позволят ему занять лидирующие позиции и привлечь больше туристов, заинтересованных в активном и социально ответственном отдыхе.

Себестоимость тура включает в себя расходы на организацию тура, аренду велосипедов, оплату услуг гидов и маркетинг

Себестоимость тура составила 21 444 рублей (сумма на единичную путевки), цена тура составит 23 588.

Проект будет способствовать повышению осведомленности о важности охраны окружающей среды и устойчивого туризма. Вовлечение местных жителей в организацию и проведение мероприятий поможет укрепить социальные связи и поддержать экономическое развитие региона.

Таким образом, бизнес-план экологического велотура будет направлен на создание устойчивого и ответственного туристического продукта, который не только удовлетворяет потребности туристов, но и приносит пользу местным сообществам и экосистемам.

Литература

1. Ивлева О.В. Экологический туризм: теория и практика. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, Таганрог // Южный федеральный университет, 2020. 88 с [Электронный ресурс] URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/270982>. (дата обращения: 03.04.2025).
2. <https://klukvacamp.ru/6ozer> (дата обращения: 03.04.2025)
3. <https://adrenalin.bike/tur/ryazan-tr-paustovskogokreml-kudykina-gora-ramonskij-les/> (дата обращения: 03.04.2025)
4. <https://www.vpoxod.ru/route/podmoskovje/k-eseninu> (дата обращения: 03.04.2025)

Великанов И.М.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: tushalaew@mail.ru*

Экономическое обоснование и оценка эффективности внедрения системы очистки воды для повышения экологической безопасности производства

Внедрение системы очистки воды на производстве является важным шагом для обеспечения экологической безопасности и снижения негативного воздействия на окружающую среду. Целью данного исследования является проведение экономического обоснования разработки системы очистки воды, а также определение её эффективности и рентабельности.

Задачи, направленные на достижение поставленной цели:

- рассчитать затраты на разработку и внедрение системы очистки воды на АО «ПО МуромМашЗавод»;
- определить экономический эффект от внедрения системы;
- рассчитать рентабельность и срок окупаемости системы;
- оценить социальный и экологический эффект от внедрения системы.

Очистные сооружения на предприятии АО "ПО МуромМашЗавод" необходимы для соблюдения экологических норм, защиты окружающей среды и улучшения условий труда сотрудников. Производственные процессы связаны с образованием сточных вод, содержащих масла, металлические частицы и химические реагенты, которые без очистки загрязняют водоёмы и почву.

Ранее очистные сооружения могли отсутствовать из-за менее строгих экологических стандартов, финансовых ограничений и недостатка доступных технологий. Внедрение таких систем сейчас позволяет снизить экологическую нагрузку, избежать штрафов и повысить эффективность использования ресурсов, что соответствует современным требованиям устойчивого развития.

Для проведения экономического обоснования были рассчитаны затраты на разработку системы, включая заработную плату разработчиков, накладные расходы, затраты на оборудование и материалы.

Зарботная плата разработчиков составила 10 012 рублей, включая проектирование (716 рублей), транспортировку (2 250 рублей) и установку (800 рублей). Накладные расходы, рассчитанные как 20% от заработной платы, составили 2 002,4 рубля. Таким образом, общие затраты на разработку системы безопасности составили 12 014,4 рубля.

Затраты на оборудование и материалы включали приобретение вакуумного выпаривателя (1 300 000 рублей), накопительных емкостей (78 000 рублей), насоса Pedrollo SKR 80-E (7 803 рубля) и водопровода (9 000 рублей). Общая сумма затрат на оборудование и материалы составила 1 394 803 рубля.

Общие затраты на разработку и внедрение системы очистки воды составили 1 406 817,4 рублей. Основным результатом от создания системы является предотвращение загрязнения окружающей среды, а также получение дополнительной прибыли от реализации или переработки отходов.

Рентабельность природоохранного мероприятия рассчитывается по формуле:

$$R = P + \Delta P \times 100\% \quad R = ZP + \Delta P \times 100\%,$$

где:

R - рентабельность мероприятия;

P - снижение платы за загрязнение окружающей среды (1 942,04 руб.);

ΔP - дополнительная прибыль от реализации отходов (301 900,25 руб.);

Z - затраты на реализацию мероприятия (1 406 817,4 руб.).

Рентабельность составила 22%, а срок окупаемости - 4,5 года. Помимо экономического эффекта, внедрение системы очистки воды обеспечивает социальный эффект, заключающийся в улучшении условий труда и экологической обстановки.

Геранина Р.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Свистунов А.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: geranina.renata.2018@gmail.com

Проблемы и перспективы применения инновационных технологий в металлообработке для повышения конкурентоспособности

В условиях стремительного технологического прогресса и глобальной конкуренции внедрение новых технологий и современного оборудования на промышленных предприятиях становится ключевым фактором для повышения их эффективности и конкурентоспособности. Одной из наиболее перспективных областей является обработка металла, где лазерные и ультразвуковые технологии демонстрируют значительные преимущества.

Инновационные технологии обработки металла позволяют значительно повысить точность, скорость и качество производственных процессов. По данным исследования, проведенного Ассоциацией производителей лазерного оборудования в 2022 году, использование лазерной резки и сварки увеличивает производительность на 30-50% по сравнению с традиционными методами. [1]

Лазерные технологии обработки металла включают резку, сварку и маркировку. Они обеспечивают высокую точность и минимальные тепловые деформации, что особенно важно для сложных деталей. В 2023 году компания "Техноиколь" внедрила лазерные установки для резки металла, что позволило сократить время обработки на 40%, снизить уровень отходов на 25% и улучшить качество продукции. В результате внедрения новых технологий компания отметила рост выручки на 20% и сокращение времени на выполнение заказов на 30%. [2]

Ультразвуковые технологии, такие как ультразвуковая обработка и сварка, также находят широкое применение в металлургии. Они позволяют улучшить качество соединений и снизить вероятность появления дефектов. В 2022 году на заводе "Северсталь" была внедрена ультразвуковая сварка для соединения стальных конструкций, что привело к снижению уровня брака на 15%. [3]

Внедрение новых технологий положительно сказывается на эффективности предприятий. По данным исследования, проведенного Минпромторгом России в 2023 году, 70% предприятий, внедривших новые технологии, отметили рост производительности на 15-25%. Кроме того, модернизация оборудования позволяет снизить затраты на энергоресурсы и сырье, что также способствует повышению рентабельности. [4]

Несмотря на очевидные преимущества, внедрение новых технологий сопряжено с рядом проблем. К основным вызовам можно отнести высокие первоначальные инвестиции, необходимость обучения персонала и возможные риски, связанные с переходом на новые системы. По данным исследования, проведенного Фондом развития промышленности в 2022 году, 40% предприятий отметили нехватку квалифицированных кадров как основную преграду для внедрения новых технологий. [5]

Внедрение новых технологий с применением современного оборудования, таких как лазерные и ультразвуковые технологии, на промышленных предприятиях является важным фактором для повышения их конкурентоспособности и эффективности. Примеры успешной реализации таких технологий в российских компаниях подтверждают их положительное влияние на производственные процессы. Однако для успешного внедрения необходимо преодолеть существующие вызовы, включая высокие инвестиции и нехватку квалифицированных кадров. Важно, чтобы предприятия активно инвестировали в модернизацию и обучение, что позволит им оставаться конкурентоспособными в условиях быстро меняющегося рынка.

Литература

1. Ассоциация производителей лазерного оборудования/Влияние лазерных технологий на производительность, 2022. URL: <https://laserassociation.ru> (дата обращения: 28.02.2025)
2. Технониколь/Внедрение лазерных технологий в производстве, 2023. URL: <https://technicol.ru> (дата обращения: 04.03.2025)
3. Северсталь/Ультразвуковая сварка на заводе, 2022. URL: <https://severstal.com> (дата обращения: 09.03.2025)
4. Минпромторг России/Отчет о состоянии промышленности в России, 2023. URL: <https://minpromtorg.gov.ru> (дата обращения: 14.03.2025)
5. Фонд развития промышленности/Проблемы внедрения новых технологий на предприятиях, 2022. URL: <https://frprf.ru> (дата обращения: 18.03.2025)

Горчаков И. Ю.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Галкина Ю.Е.

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: arx1e9plsc0p07@mail.ru

Анализ статистики использования цифровых технологий в Российской Федерации.

В современном маркетинге основными инструментами повышения спроса, узнаваемости и популяризации являются продукты цифровых технологий. Такие мероприятия встречаются в графе затрат у большей части организаций, вне зависимости от их коммерческой направленности. Для понимания направления развития спроса, организациям, реализующим услуги digital-маркетинга, необходимо производить анализ использования конкретных цифровых инструментов на предприятии, таким образом, получая информацию о наиболее приоритетных направлениях развития.

Таблица 1 Удельный вес организаций, использовавших цифровые технологии, по Российской Федерации в процентах от общего числа обследованных организаций

	2020	2021	2022	2023
Организации, использовавшие:				
персональные компьютеры	80,7	81,8	79,6	78,6
серверы	46,4	42,2	41,2	39,3
локальные вычислительные сети ³⁾	54,7	54,9	53,1	...
сеть Интернет ⁴⁾	...	79,6	77,9	79,0
в том числе широкополосный доступ	58,1	75,6	74,1	72,9
фиксированный Интернет ⁵⁾	77,0	77,9	76,2	77,0
мобильный Интернет ⁵⁾	39,9	40,5	40,1	41,2
предоставляемые третьей стороной операционные системы с открытым исходным кодом (например, Linux)	20,1	20,9	21,5	23,7
электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена	54,3	55,4	53,7	56,0
геоинформационные системы	13,0	12,6	13,0	12,2
цифровые платформы	17,2	14,7	14,9	17,1
технологии сбора, обработки и анализа больших данных	22,4	25,8	30,4	15,3
технологии искусственного интеллекта	5,4	5,7	6,6	4,9
"облачные" сервисы	25,7	27,1	28,9	26,7
Интернет вещей	13,0	13,7	10,0	11,2
другие цифровые технологии ⁶⁾	...	19,1	14,8	15,1
Организации, имевшие:				
веб-сайт в сети Интернет	44,3	46,2	45,6	46,5
аккуант в социальных сетях	33,5	34,7	36,7	37,1

Согласно данной статистике, можно заметить высокий спрос на использование персональных компьютеров в деятельности современных организаций и необходимости наличия интернет-соединения для работы. Так же стоит обратить внимание на рост

использования предоставляемых операционных систем, необходимых в трудовой деятельности и мобильного интернета.

Узнав тенденции направлений, необходимо провести анализ цели использования этих программ для формирования четкой структуры предложения и последующего кода. Основываясь на полученных данных, предприятие сферы цифровых услуг может составить успешное коммерческое предложение и выиграть лид в конкурентной борьбе.

Таблица 2 Удельный вес организаций, использовавших специальные программные средства, по Российской Федерации, в процентах от общего числа обследованных организаций

	2020	2021	2022	2023
Организации, использовавшие специальные программные средства - всего	65,4	66,8	68,1	67,9
из них:				
для решения организационных, управленческих и экономических задач
для осуществления финансовых расчетов в электронном виде	41,8	42,3	47,0	46,4
электронные справочно-правовые системы	42,8	43,6	47,5	46,5
для управления закупками товаров (работ, услуг)	26,6	26,9	33,7	33,0
для управления продажами товаров (работ, услуг)	17,9	18,6	26,6	26,3
для предоставления доступа к базам данных через глобальные информационные сети	22,1	21,8	28,4	27,0
обучающие программы	15,3	16,1	26,1	26,2
для управления автоматизированным производством и/или отдельными техническими средствами и технологическими процессами	7,7	7,4	15,7	13,6
для проектирования	9,9	10,0	17,0	15,5
редакционно-издательские системы	5,4	5,5	12,2	10,4
CRM, ERP, SCM – системы
CRM – системы	12,1	13,4	21,9	20,7
ERP – системы	13,0	13,8	21,9	20,5
SCM – системы	4,8	4,8	14,3	12,3
для научных исследований	3,8	2,6	11,3	9,3
прочие	20,1	19,7	27,1	25,7

По полученным данным, можно сделать вывод, что наиболее высокий рост имеют обучающие программы и CRM, ERP, SCM – системы. А наименьший рост электронные справочно-правовые системы и программы для осуществления финансовых расчетов в электронном виде

Подводя итоги вышесказанного, очевидным фактом является общая картина роста спроса на цифровые услуги на предприятиях вне зависимости от их направленности. На основе статистических данных формируются целевые направления развития программной специализации и рост стандартов качества, за которыми должны идти вслед IT-компании.

Литература

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва: Юрайт, 2016. - 363 с.

3. Капустина Л. М. Воронка продаж в интернет-маркетинге : учебное пособие / Л. М. Капустина, Н. Б. Изакова, О. Г. Белобородова ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2022. - 134 с.

4. <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения 28.03.2025)

Доценко В.Д.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Терентьева И.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: vikulya_sorokina_99@mail.ru

Анализ финансирования сельских домов культуры Муромского района

Муромский район – это административно-территориальная единица (район) и муниципальное образование (муниципальный район) на юго-востоке Владимирской области России. Сеть сельских домов культуры Муромского района представлена тремя муниципальными бюджетными учреждениями культуры: «Центр культуры и досуга «Панфиловский», «Ковардицкий Дом культуры» с 9 действующими сельскими отделами, «Борисоглебский Дом культуры» с 8 действующими сельскими отделами [3].

В Муромском районе действует муниципальная программа «Развитие культуры Муромского района», которая утверждена Постановлением администрации района от 24.12.2021 г. №1199 [2].

Муниципальная программа включает в себя следующие структурные элементы, касаемые сельских домов культуры:

—региональный проект «Творческие люди» национального проекта «Культура», в рамках которого МБУК «ЦКД «Панфиловский» признан одним из лучших учреждений культуры Владимирской области. В 2023 г. ему был выделен денежный грант в размере 103131 руб., на них была приобретена оргтехника;

—комплекс процессных мероприятий «Поддержка муниципальных культурно-досуговых учреждений»;

—комплекс процессных мероприятий «Строительство учреждений культурно-досугового типа в сельской местности».

Рассмотрим в таблице 1 динамику финансирования сельских домов культуры Муромского района по муниципальной программе [2].

Таблица 1 – Динамика финансирования сельских домов культуры Муромского района по муниципальной программе, тыс. руб.

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Изменение 2023 к 2020
План	4381,1	4114,9	4166,2	4300,4	-80,7
Факт	4381,1	4114,9	4029,9	4300,4	-80,7
Отклонение факт от плана	0	0	-136,3	0	0

Анализ таблицы 1 показал, что объем финансирования сельских домов культуры Муромского района по муниципальной программе в 2023 году по сравнению с 2020 годом сократился на 80,7 тыс. руб. Фактическое исполнение финансирования сельских домов культуры Муромского района соответствует плановому на протяжении всего исследуемого периода за исключением 2022 года, когда было недополучено 136,3 тыс. руб.

Проанализируем в таблице 2 динамику источников бюджетного и внебюджетного финансирования доходов сельских домов культуры Муромского района за 2020-2023 гг. согласно их утвержденным планам финансово-хозяйственной деятельности [1].

Анализ таблицы 2 показал, что источники бюджетного финансирования доходов сельских домов культуры Муромского района за период 2020-2021 гг. увеличиваются на 1649 тыс. руб., за период 2021-2022 гг. – еще на 890 тыс. руб., а за период 2022-2023 гг. – показывают снижение на 7 тыс. руб.

Бюджетные источники финансирования сельских домов культуры Муромского района представлены только субсидиями на выполнение государственного (муниципального задания).

Таблица 2 – Динамика источников бюджетного и внебюджетного финансирования доходов сельских домов культуры Муромского района за 2020-2023 гг. (по плану ФХД), тыс. руб.

Источник финансирования	На	На	На	На	Изменение		
	01.01. 2021 г.	01.01. 2022 г.	01.01. 2023 г.	01.01. 2024 г.	2021 к 2020	2022 к 2021	2023 к 2022
Субсидия на выполнение муниципального задания	24053	25702	26592	26585	1649	890	-7
Итого бюджетные источники	24053	25702	26592	26585	1649	890	-7
Доходы от оказания платных услуг	288	428	528	774	140	100	246
Гранты, пожертвования	22313	3009	2585	3295	-19304	-424	710
Итого внебюджетные источники	22601	3437	3113	4069	-19164	-324	956
Итого все источники	46654	29139	29705	30654	-17515	566	949

Источники внебюджетного финансирования доходов сельских домов культуры Муромского района за период 2020-2022 гг. стабильно уменьшаются: на 19164 тыс. руб. в 2021 году по сравнению с 2020 годом и на 324 тыс. руб. в 2022 году по сравнению с 2021 годом. В 2023 году по сравнению с 2022 годом отмечается незначительный рост внебюджетных источников на 956 тыс. руб.

Внебюджетные источники финансирования доходов сельских домов культуры Муромского района представлены доходами от оказания платных услуг и грантами, пожертвованиями.

Доходы от оказания платных услуг сельских домов культуры Муромского района за период 2020-2023 гг. стабильно увеличивались: на 140 тыс. руб. в 2021 году по сравнению с 2020 годом, на 100 тыс. руб. в 2022 году по сравнению с 2021 годом и на 246 тыс. руб. в 2023 году по сравнению с 2022 годом.

Гранты, пожертвования, перечисленные сельским домам культуры Муромского района, за период 2020-2022 гг. уменьшаются: на 19304 тыс. руб. в 2021 году по сравнению с 2020 годом и на 424 тыс. руб. в 2022 году по сравнению с 2021 годом. В 2023 году по сравнению с 2022 годом отмечается незначительный их рост на 710 тыс. руб.

Проанализируем в таблице 3 динамику фактически полученных доходов и фактически понесенных расходов сельских домов культуры Муромского района за 2020-2023 гг. [1].

Таблица 3 – Динамика фактически полученных доходов и фактически понесенных расходов сельских домов культуры Муромского района за 2020-2023 гг., тыс. руб.

Показатели	На 01.01. 2021 г.	На 01.01. 2022 г.	На 01.01. 2023 г.	На 01.01. 2024 г.	Изменение 2023 к 2020
Доходы	44131	30726	27187	30346	-13785
Расходы	47680	27930	30598	31047	-16633
Операционный результат до налогообложения	-3548	2796	-3409	-701	2847

Анализ таблицы 3 показал, что в 2023 году фактически было получено доходов на 13785 тыс. руб. меньше по сравнению с 2020 годом. Расходы за аналогичный период сократились на 16633 тыс. руб. За период 2020-2023 гг. наблюдается отрицательные значения операционного результата до налогообложения (за исключением 2021 года). Убыток от деятельности сельских домов культуры Муромского района увеличился на 2847 тыс. руб. в 2023 году по сравнению с 2020 годом.

Таким образом, проведенный анализ показал, что сельские ДК Муромского района имеют проблемы, связанные с недостаточным финансированием их деятельности. В связи с этим, ограниченные бюджетные средства не покрывают все потребности сельских ДК, что приводит к недостаточному уровню обслуживания и мероприятий. Кроме того, отсутствие средств на ремонт и модернизацию зданий и оборудования может приводить к ухудшению условий для проведения мероприятий и снижению их привлекательности.

Эти проблемы требуют комплексного подхода для устойчивого развития и функционирования сельских домов культуры.

Литература

1. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях URL <https://bus.gov.ru/> (дата обращения 25.03.2024 г.)
2. Официальный сайт Муромского района URL <https://muromraion.ru/> (дата обращения 24.03.2024 г.)
3. Официальный сайт Управления культуры округа Муром URL <https://ukamurom.ru/> (дата обращения 24.03.2024 г.)

Залётин М.С.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Шулятьева Л.И.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: mihailzaletin35387@gmail.com

Управление стоимостью металлургического предприятия в современных условиях

Динамический характер развития процессов в современной экономической системе определяет сложности для функционирования и развития бизнеса. Это требует развития и трансформации существующих подходов к управлению финансовыми ресурсами предприятий и нацеливания его на достижение долгосрочных стратегических результатов, не только обеспечивающих устойчивость системы, но и максимизации их стоимости. Долгосрочная успешная стратегия предполагает разработку и реализацию эффективной системы управления стоимостью. Концептуально такая система управления нацелена, в первую очередь, на повышение эффективности собственных и привлечённых источников финансирования бизнеса путём оптимизации структуры капитала.

Инвестиционная деятельность предприятий металлургии – неотъемлемая часть стратегии их развития. Это можно отнести к специфике деятельности всех высокотехнологичных компаний. Поэтому выстраивание системы финансового управления такими компаниями предполагает широкий спектр управленческих решений, цель которых приращение капитала, а, следовательно и их стоимости.

Глобальные изменения в мировой экономике неизбежно приводят к изменениям и усложнениям бизнес-среды национальных компаний. Усиление воздействия факторов риска, неопределённость развития экономики в долгосрочном периоде определяет актуальность управления финансовыми процессами современного бизнеса, направленного, в первую очередь, на максимизацию его стоимости.

По данным Росстата [1], за 2024г. производство стали сократилось по сравнению с аналогичным периодом 2023г. на 5,9% до 53,8 млн.тонн. Это обусловлено, в первую очередь, снижением потребления продукции (мировое сокращение составило 0,9%). Кроме того санкции в отношении наших производителей затруднили логистику, а также закрыли для них некоторые рынки. Производство проката снизилось более чем на 6%, при этом наблюдалось быстрое снижение производства в течение года.

Согласно прогнозу на конец 2025г. будет продолжаться снижение объёмов производства во всех ведущих странах-производителях. Наибольшие потери в объёмах понесут Германия, Япония и Иран. Спад производства в России предположительно составит 3,6%. Мировые цены на сталь в 2024г. по сравнению с 2023г. снизились на 11-15%. При этом пик снижения приходится на начало 2023г. Российские внутренние цены за этот период были выше мировых на 5%. [2]

Все эти негативные изменения явились причиной снижения экономических показателей. Так, если выручка компаний выросла в среднем на 6%, то операционная прибыль уменьшилась почти вдвое, рентабельность компаний снизилась на 6-8%. Такие изменения не могли не сказаться на стоимости предприятий.

Объектом исследования является АО «Выксунский металлургический завод», выпускающий стальной прокат, трубной продукции и других металлических изделий.

Анализ деятельности предприятия свидетельствует о его финансовой устойчивости. Структура капитала за последние годы не претерпела значительных изменений, доля собственных средств составляет более 62%.

Не смотря на ограничения реализации продукции за рубеж предприятие, имея устойчивый пул потребителей, наращивает объёмы производства и сбыта. Так в 2023г. объём производства вырос более чем на 20%, при этом прибыль предприятия снизилась на 23%. Предприятие не имело возможность увеличить свой собственный капитал. Такие тенденции не способствовали

росту его стоимости. Так, если величина чистых активов, как показатель стоимости затратным подходом, выросла со 137 млн.руб. в 2021г. до 190 млн.руб. в 2022г., то в 2023 увеличение составило всего 18%, а в 2024г. – 12%.

В последние несколько лет на ВМЗ реализуются значимые инвестиционные проекты. Это реконструкция трубных станов во втором и третьем трубных цехах, модернизация линий отделки третьего и пятого цехов, реконструкция первой линии антикоррозионного покрытия труб большого диаметра — эти и другие проекты обещают укрепить рыночные позиции ВМЗ на рынке труб и железнодорожных колес за счет расширения сортамента и повышения качества выпускаемой продукции.

Инвестиционная деятельность предприятия оказывает значительное влияние не только на укрепление позиций на рынке. Успешная реализация инвестиционной стратегии предполагает увеличение прибыли в будущем.

Проведённый анализ и расчёт стоимости предприятия доходным методом методом дисконтирования затрат показал, что в ближайшие три года его прибыль может составить:

- в 2025г. - 63 млрд. руб., в 2026г. – 67 млрд.руб., в 2027г. -71 млрд.руб.

Применение метода дисконтирования денежных потоков, представленных суммарными значениями чистой прибыли и амортизационных отчислений позволяет рассчитать стоимость предприятия:

- текущая стоимость денежных потоков за три прогнозных года составила 137,9 млрд.руб.

- реверсия (стоимость предприятия на конец постпрогнозного периода) составит 400 млрд.руб.;

- общая стоимость предприятия составит 537,9 млрд.руб.

Проведенные исследования и прогнозирование стоимости предприятия позволяют сделать следующие выводы:

- предприятие не исчерпало своих возможностей и способно увеличить объём производства, о чём свидетельствует показатель использования производственной мощности;

- восстановление промышленности после завершения спецоперации будет способствовать росту внутреннего спроса на металлургическую продукцию;

- в случае позитивных изменений на внешнем рынке предприятие способно восстановить экспортные поставки.

Разработка финансовой модели предприятия должна способствовать получению адекватных оценочных характеристик предприятия. Для этого необходимо:

- разработать инструментарий оценки риска, связанного с изменениями внешней и внутренней рыночной конъюнктуры, санкциями;

- оценить степень влияния факторов, которые могут повлиять на стоимость предприятия – физический объём продаж, цена реализации продукции, особенности формирования и величина амортизационного фонда, величина постоянных и переменных затрат, потребность в оборотном капитале, объём капитальных вложений, условия формирования ставки дисконтирования.

Анализ этих факторов и реализация мероприятий по их оптимизации позволит сформировать такую финансовую модель предприятия, которая обеспечит его максимальную стоимость.

Литература

1. Российский статистический ежегодник. 2024: Стат.сб./Росстат.– М., 2024 – 630 с.
2. БКС ЭКСПРЕСС. Российский рынок - 28.10.2024. – URL: (дата обращения: 02.04.2025). — Текст: электронный. - <https://bcs-express.ru/>

Карпухина Е.Д.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Шулятьева Л.И.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: uzyakova18125@mail.ru

Направления совершенствования демографической ситуации и социально-демографическая политика в Нижегородской области

Демографическая ситуация в Нижегородской области требует пристального внимания и системного вмешательства в связи с рядом острых проблем. Естественная убыль населения продолжает оставаться значимым вызовом для региона, несмотря на некоторые положительные сдвиги в миграционных процессах. Старение населения и увеличение демографической нагрузки на трудоспособное население создают дополнительные трудности для экономического развития и социального обеспечения. Изменение структуры миграционных потоков также требует адаптации механизмов социально-демографической политики для обеспечения эффективной интеграции новых жителей в социально-экономическую жизнь области.

Критическим аспектом является сочетание низкой рождаемости с высокими показателями смертности, что приводит к ускоренному сокращению численности населения. Это подрывает перспективы устойчивого развития региона и создает риски для системы социального обеспечения и здравоохранения. Комплексное решение данных проблем требует разработки и реализации многовекторной стратегии, учитывающей специфику демографических процессов в Нижегородской области и направленной на создание благоприятных условий для повышения рождаемости, снижения смертности и регулирования миграционных потоков.

Стратегия улучшения демографической ситуации в Нижегородской области должна основываться на комплексном подходе, включающем меры по стимулированию рождаемости, снижению смертности, оптимизации возрастной структуры населения и регулированию миграционных процессов. Принципиально важным является обеспечение системности и скоординированности действий всех заинтересованных сторон – органов государственной власти, местного самоуправления, бизнес-сообщества и общественных организаций.

Эффективная демографическая политика предполагает реализацию как краткосрочных мер, направленных на быстрое реагирование на острые демографические проблемы, так и долгосрочных стратегий, ориентированных на формирование устойчивых положительных демографических трендов. Внедрение инновационных подходов к регулированию демографических процессов, адаптация успешного опыта других регионов и стран с учетом местной специфики, а также применение научно обоснованных методов демографического прогнозирования являются важными составляющими эффективной демографической политики.

Таким образом, совершенствование демографической ситуации и социально-демографической политики в Нижегородской области требует комплексного подхода, учитывающего специфику региональных демографических процессов и направленного на создание благоприятных условий для количественного и качественного воспроизводства населения. Основные направления совершенствования демографической ситуации в рассматриваемом регионе рассмотрены в таблице 1.

Реализация предложенных направлений и мероприятий позволит стабилизировать демографическую ситуацию в регионе, обеспечить устойчивый рост численности населения и оптимизировать его возрастную структуру. Ключевыми факторами успеха демографической политики являются ее системность, долгосрочный характер, научная обоснованность, а также координация действий всех заинтересованных сторон. Необходимо регулярно проводить мониторинг и оценку эффективности реализуемых мероприятий, своевременно корректировать демографическую политику в соответствии с изменяющимися условиями и новыми вызовами.

Таблица 1 – Ключевые направления совершенствования демографической ситуации и меры по их реализации

Направление	Основные мероприятия	Ожидаемые результаты
Повышение рождаемости и поддержка семей с детьми	Расширение программы регионального материнского капитала. Предоставление земельных участков многодетным семьям. Субсидирование ипотеки для семей с детьми. Развитие системы доступных детских садов и яслей. Внедрение гибких форм занятости для родителей. Создание системы психологической поддержки молодых семей.	Стабилизация и постепенный рост численности населения. Улучшение возрастной структуры населения. Формирование устойчивых моделей семьи с 2-3 детьми.
Снижение смертности и увеличение продолжительности жизни	Модернизация системы здравоохранения. Развитие профилактической медицины. Популяризация здорового образа жизни. Борьба с алкоголизмом и наркоманией. Совершенствование системы охраны труда. Улучшение экологической ситуации в промышленных центрах.	Сокращение естественной убыли населения. Увеличение трудового потенциала региона. Снижение социальных и экономических потерь от преждевременной смертности.
Оптимизация миграционных процессов	Разработка региональной программы привлечения и адаптации мигрантов. Создание центров социальной и культурной адаптации мигрантов. Развитие программ профессиональной переподготовки. Стимулирование возвратной миграции. Развитие инфраструктуры в сельской местности для предотвращения оттока населения.	Компенсация естественной убыли населения. Оптимизация структуры трудовых ресурсов. Снижение территориальных диспропорций в размещении населения.
Улучшение качества жизни пожилых людей	Развитие системы геронтологической помощи. Создание условий для активного долголетия. Развитие системы социального обслуживания. Внедрение программ обучения пожилых людей. Стимулирование занятости пенсионеров. Развитие системы волонтерства среди пожилых людей.	Улучшение качества жизни старшего поколения. Снижение нагрузки на систему социального обеспечения. Реализация потенциала пожилых людей.
Развитие регионального рынка труда	Создание высокопроизводительных рабочих мест. Развитие системы профессионального образования. Реализация программ поддержки молодых специалистов. Стимулирование инновационного предпринимательства. Развитие социального партнерства.	Повышение конкурентоспособности региональной экономики. Рост доходов населения. Снижение оттока квалифицированных кадров.

Только комплексный подход к решению демографических проблем, основанный на сочетании мер экономического, социального, медицинского и информационно-пропагандистского характера, позволит обеспечить устойчивое демографическое развитие Нижегородской области и создать благоприятные условия для повышения качества жизни населения.

Литература

1. Воронцов А.В. Демография: учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцов, М. Б. Глотов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 287 с.

2. Ильченко С.В. Национальные проекты как инструмент реализации целей национального развития России // В сборнике: Актуальные проблемы развития экономики и управления в современных условиях. Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Т.С. Саяпиной, под научной редакцией Л.Н. Горбуновой. НОЧУ ВО «МЭИ», 2021. - С. 374-381.

Комарова Е.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Майорова Л.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: *ekaterinasergeeva335@gmail.com*

Спортивно-оздоровительный туризм на базе Муромского заказника с включением бёрдвотчинг-тура для детей и подростков

Современная ориентация на здоровый образ жизни, растущий интерес к экологическому образованию создает предпосылки для развития спортивно-оздоровительного туризма. В условиях урбанизации и цифровизации важно создавать программы, сочетающие физическую активность, познавательную деятельность и взаимодействие с природой, что способствует как оздоровлению, так и формированию экологического сознания.

Спортивно-оздоровительный туризм - общественное движение, состоящее из индивидуально-групповых путешествий и спортивных мероприятий на природе, основанных на технологиях спортивного туризма, а также клубной деятельности. Его целью является физическое и психологическое восстановление и оздоровление через комплексное взаимодействие с природной средой и коллективом [1]. А для того, чтобы сделать данный вид туризма привлекательным для детей и подростков, можно добавить интерактивных элементов, например, бёрдвотчинг. Бёрдвотчинг-тур - это активное путешествие в мир природы с образовательными элементами, в котором участники наблюдают за птицами в их среде обитания, используя бинокли и путеводители, что развивает их внимательность и интерес к окружающему миру [2]. Привлекательность такого вида туризма заключается в его доступности и универсальности. Для занятия достаточно бинокля и фотоаппарата, его также можно дополнить играми, мастер-классами по изготовлению кормушек или рисованию птиц.

Приведем примеры успешной практики спортивно-оздоровительного туризма с включением бёрдвотчинга для детей и подростков:

1. Национальный парк «Куршская коса» (Калининградская область):

- организуются экскурсии с орнитологами, где дети и подростки могут наблюдать за мигрирующими птицами, такими как зяблики, синицы и ястребы-перепелятники;
- проводятся мероприятия в рамках Дня наблюдения птиц, что делает программу познавательной и вовлекающей.

2. Заказник «Журавлиная родина» (Московская область):

- экскурсии по предварительной записи, где участники могут наблюдать за стаями серых журавлей перед их отлётом на зимовку;
- программа включает образовательные лекции о местной фауне и экологических проблемах.

3. Природный орнитологический парк в Сочи:

- предлагаются маршруты для наблюдения за 208 видами птиц, включая редкие;
- программа сочетает пешие прогулки с образовательными элементами, что делает её интересной для молодёжи.

4. Национальный парк «Лосиный остров» (Московская область):

- организуются экскурсии с наблюдением за редкими птицами, такими как орлан-белохвост и ястребы;
- установлены вышки для наблюдения, что делает процесс комфортным и безопасным.

Эти примеры показывают, как спортивно-оздоровительный туризм с элементами бёрдвотчинга может быть успешно реализован для детей и подростков, сочетая физическую активность, образование и экологическое воспитание.

Поэтому предлагаем во Владимирской области на базе Муромского заказника, который входит в состав национального парка «Мещера» [3] организовать подобные туры. Это будет уникальной возможностью уведомить население о важности сохранения такого места не только

для развлекательных элементов, но и о бережном отношении к природе. Заказник является идеальным местом для наблюдения за птицами, сочетая в себе активный отдых и образовательные аспекты. Территория заказника безопасна и доступна для школьных групп, что делает его подходящим местом для проведения таких туров.

Таким образом, спортивно-оздоровительный туризм с элементами бердвотчинга для детей и подростков может стать увлекательным и познавательным опытом по многим причинам:

- он формирует экологическое воспитание как бережное отношение к природе;
- физическая активность позволит укрепить здоровье через пешие походы и спорт;
- образовательная ценность заключается в изучении фауны и экологических проблем;
- научный вклад позволит собирать данные для мониторинга популяций птиц.

Но также данный вид туризма может столкнуться с рядом проблем:

- недостаток инфраструктуры. Отсутствие развитой инфраструктуры, включая экотропы, смотровые площадки и кормушки для птиц, может затруднить организацию туров и сделать их менее комфортными для участников.

- антропогенное воздействие. Неорганизованный туризм может привести к негативному воздействию на природные экосистемы, что особенно критично для заказников.

- ограниченный бюджет. Развитие инфраструктуры и продвижение тура требуют значительных финансовых вложений, которые могут быть ограничены.

Чтобы решить выше указанные проблемы, связанные с организацией тура, необходимо предпринять следующие меры:

- для развития инфраструктуры необходимо создать экотропы, смотровые площадки и установить солнечные электростанции для повышения комфорта и безопасности.

- подготовить гидов и орнитологов для проведения образовательных экскурсий.

- внедрить правила экотуризма и установить информационные щиты для повышения осведомлённости туристов.

- использовать гранты и доходы от туризма для развития инфраструктуры и создания рабочих мест.

- разработать программы, сочетающие спорт и образование, чтобы сделать тур привлекательным для молодёжи.

Эти меры помогут сделать туризм экологичным, безопасным и интересным для детей и подростков.

Таким образом, спортивно-оздоровительный туризм с бердвотчингом на базе Муромского заказника для детей и подростков представляет собой актуальное и перспективное направление. Он способствует экологическому воспитанию, физической активности, образованию и научному вкладу. Примеры успешной практики в других регионах подтверждают его жизнеспособность. Для успешной реализации необходимо решить ряд проблем, связанных с инфраструктурой, кадрами, финансированием и антропогенным воздействием, что требует комплексного подхода и привлечения инвестиций.

Литература

1. Горшков Д. Спортивно-оздоровительный туризм. – Ярославль: ЯрГУ, 2014 – 60 с.
2. Уколов И.И. Птицы. Наблюдаем, определяем, фотографируем. – М.: Фитон XXI, 2017. – 240 с.: ил.
3. Муромский заказник. - Рувикс: Интернет-энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Муромский_заказник (дата обращения 04.04.2025).

Кривенкова А.В.

Научный руководитель к.и.н., доцент Гусарова М.Е.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: anastasia.krivenkova@yandex.ru

Специфика PR в малых городах

Существование конкуренции в современном мире не обходит стороной любые компании и организации. Для выживания на рынке, достижения своих коммуникативных целей и получения желаемого результата любому предприятию необходимо прибегать к использованию различных методов, инструментов и технологий. Это может быть реклама, PR, контент-маркетинг, стимулирование сбыта, спонсорство, product placement и другое. Каждый из них имеет свои особенности, цели и направления развития. В данной статье более подробно будет рассмотрен такой инструмент продвижения как PR.

PR или public relations дословно с английского языка переводится как «связи с общественностью». Более развёрнутое определение данному понятию впервые в 1906 году дал американский журналист Айве Ли. В «Декларации принципов» он писал, что «Public Relations – это связь компании с общественностью, и эта связь означает нечто большее, чем просто разговор. Компания должна приносить обществу пользу», «функция менеджмента, которая регулирует отношения, определяет идею, шаги и интересы компании...с последующей реализацией программы действий, направленной на достижение понимания и лояльности общественности». □1 □ Современное определение понятия PR можно сформулировать так: PR – это управление коммуникациями организации с её целевой аудиторией для налаживания устойчивых связей, доверия и взаимопонимания.

Мир постоянно меняется и развивается, совершаются научно-технические открытия, которые позволяют сделать жизнь человека лучше, проще, интереснее в любой сфере деятельности, в том числе и в связях с общественностью. Тем не менее, эти изменения не всегда доступны каждому, что отражается и на возможностях продвижения различных организаций. Мегалополисы, развитые города уже имеют доступ ко всем инструментам для продвижения своих компаний, организаций и предприятий. Однако, в небольших населенных пунктах, где новые технологии внедряются с задержкой или вовсе не доходят, приходится ограничиваться доступными ресурсами. Таким образом, несмотря на общие принципы, PR в мегалополисах и небольших городах имеет существенные различия.

Но для начала разберёмся, какой город называют малым. Выделение понятия «малый город» основывается на критерии численности населения. Согласно сводом правил «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» СП 42.13330.2016 2 таким городом считается населённый пункт численностью менее 50 тысяч человек.

В малых городах PR имеет свои особенности. Это различия обусловлены рядом параметров.

– Социальная активность и вовлеченность. В небольших городах социальная активность и вовлеченность местного населения в общественные дела более выражены. Это связано с тем, что жители таких городов часто знают друг друга, что способствует более тесному взаимодействию и сотрудничеству. Общественные организации в малых городах играют более значительную роль в решении местных проблем и организации социальных мероприятий.

– Инфраструктурные ограничения. Инфраструктурное неравенство в регионах может ограничивать использование интернет-рекламы и онлайн-продвижения. В таких условиях более эффективными становятся традиционные формы рекламы и личные связи, которые позволяют напрямую взаимодействовать с потенциальными клиентами.

– Вовлечение влиятельных лиц. В малых городах, как и в крупных, важную роль играют влиятельные лица. Однако в регионах это могут быть не только известные персонажи, но и местные лидеры мнений, которые имеют авторитет среди жителей. Использование «сарафанного радио» и слухов также может быть эффективным инструментом для распространения информации.

Для примера малого города рассмотрим город Навашино Нижегородской области, расположенный на правом берегу реки Оки. По данным на 2024 год его население составляет 14 180 человек. В качестве продвигаемой организации возьмём ледовый дворец «Флагман», чья маркетинговая стратегия направлена на увеличение посещаемости за счет привлечения местных жителей.

Одним из преимуществ небольшого города считается тот факт, что всё необходимое находится в шаговой доступности. В случае с PR это тоже играет роль. Так, например, для привлечения жителей города к занятиям спорта можно посетить детские сады, образовательные учреждения, организации дополнительного образования и другие заведения, где при личной встрече один из представителей ледового дворца может рассказать о деятельности данной организации и предоставляемых услугах, а также ответить на интересующие вопросы и предоставить контакты учреждения.

Ледовый дворец «Флагман» не использует интернет-рекламу. Причиной этому могут являться финансовые затраты, а также низкая эффективность данного инструмента, поскольку «сарафанное радио» в маленьких городах работает намного лучше.

Говоря о роли влиятельных лиц в продвижении организации, ледовый дворец использует этот инструмент, приглашая на различные мероприятия экспертов в конкретных областях, таких как президента Нижегородской областной Федерации хоккея с мячом заслуженного мастера спорта России, двукратного чемпиона мира Рябова Вячеслава Геннадьевича; или значимых для населения личностей, например, начальника Управления культуры, спорта и молодежной политики Администрации г.о. Навашинский Ерышеву Елену Алексеевну. Сотрудничество с местными предпринимателями также помогает продвигать деятельность ледового дворца и работает как взаимовыгодный PR.

Сегодня подтверждением существования какого-либо события считается наличие информации о нём в интернете. Здесь речь идёт о социальных сетях и личном сайте ледового дворца. Организация активно занимается ведением социальных сетей, публикует информацию о прошедших мероприятиях, анонсы о предстоящих событиях и другие посты различного контента на своей официальной странице ВКонтакте. Это, в свою очередь, помогает более точно нацелиться на привлечение целевой аудитории. Такое взаимодействие с аудиторией повышает её лояльность и поддерживает положительный имидж организации.

Но социальные сети не способны охватить всю возрастную категорию целевой аудитории. Так, для привлечения более взрослого населения используется такой PR инструмент, как сотрудничество с местными СМИ. В городе Навашино средством массовой информации является городская газета «Приокская правда», где ледовый дворец «Флагман» также размещает статьи о мероприятиях и достижениях своих воспитанников.

В заключении стоит отметить, что PR в малых городах имеет свою специфику, обусловленную как социально-экономическими факторами, так и особенностями коммуникаций внутри сообщества. В отличие от мегаполисов, где преобладают цифровые каналы и масштабные рекламные кампании, в небольших населённых пунктах ключевую роль играют личные контакты, «сарафанное радио» и привлечение местных лидеров мнений. На примере ледового дворца «Флагман» в городе Навашино было показано, что даже при ограниченных ресурсах и инфраструктуре грамотное использование традиционных PR-инструментов в сочетании с активностью в социальных сетях и сотрудничеством с местными СМИ позволяет успешно формировать положительный имидж организации и привлекать целевую аудиторию.

Таким образом, эффективный PR в малых городах — это сочетание традиционных и современных подходов, ориентированных на построение доверительных отношений с местным сообществом и учет его уникальных особенностей.

Литература

1. Institute of Public Relations. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://ipr.by/pr_market_news/iz-istorii-mirovogo-pr/
2. СП 42.13330.2016. Свод правил. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений (актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89*). – Москва: Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации, 2016. – 137 с.
3. Руниверсалис, энциклопедия. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://руни.рф/Навашино>
4. Ледовый дворец Флагман г. Навашино. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.ldflagman.ru/>
5. Ледовый дворец Флагман г. Навашино. Электронный ресурс. – Режим доступа: https://vk.com/ld_flagman

Кузнецова А.И.

Научный руководитель: к.э.н. Орлова А.Л.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: KuNastya12@yandex.ru*

Особенности применения эконометрических моделей для определения потенциального банкротства предприятий

В условиях гиперконкуренции и повышенной чувствительности сектора розничной торговли к макроэкономическим флуктуациям, задача надежной предикции финансовых потерь приобретает характер императива для кредитных институтов и инвесторов. Как считают исследователи, коэффициенты ликвидности, такие как отношение денежных потоков к активам и отношение денежных потоков к продажам, могут точно предсказать банкротство компании за два года до ее фактического банкротства [2].

Фокус настоящего исследования направлен на процесс эконометрической оценки вероятности наступления банкротства предприятий розничной торговли. В работе анализируются методологические вызовы, возникающие в связи с эндогенностью регрессоров, традиционно используемых для предсказания финансовой несостоятельности, и рассматриваются пути нейтрализации этого эффекта. Ключевая гипотеза заключается в том, что применение инструментальных переменных, удовлетворяющих критериям релевантности и экзогенности, позволит скорректировать смещение в оценках параметров моделей прогнозирования банкротства и достичь существенного увеличения их прогностической силы. В частности, по мнению А. Подгорной, коэффициенты ликвидности могут сигнализировать о потенциальных проблемах в организации до того, как они станут критическими и заметными, помогая выявлять слабые стороны и разрабатывать стратегии по их устранению [1].

Основная цель исследования состоит в создании и всесторонней эмпирической валидации эконометрической модели предикции банкротств предприятий сектора розничной торговли, демонстрирующей устойчивость к эффектам эндогенности и позволяющей получить превосходящие результаты в out-of-sample прогнозировании.

В рамках исследования будут использованы: углубленный анализ теоретического базиса проблемы, эконометрическое моделирование с применением 2SLS и GMM, тестирование инструментальных переменных с использованием критериев Саргана и Андерсона-Рубина, а также сравнительный анализ эффективности различных спецификаций моделей.

Практическая значимость работы заключается в возможности повышения качества принимаемых решений в области кредитования и инвестирования в секторе розничной торговли. Результаты исследования могут быть использованы для разработки продвинутых систем раннего предупреждения о финансовых проблемах, способствующих повышению устойчивости и эффективности функционирования предприятий розничной торговли.

В работе будет представлен авторский подход к решению проблемы эндогенности в моделях прогнозирования банкротств, основанный на использовании уникального набора инструментальных переменных, отражающих специфику операционной деятельности предприятий розничной торговли.

Ожидается, что разработанный подход позволит не только улучшить качество прогнозов банкротства, но и получить более глубокое понимание факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятий розничной торговли.

Литература

1. Alla I. Podgornaya et al. "FINANCIAL INDICATORS IN PREDICTING THE BANKRUPTCY OF AN ENTERPRISE." EKONOMIKA I UPRAVLENIE: PROBLEMY, RESHENIYA (2024). <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2024.07.01.027>.
2. Ahad Hassan Khani et al. "Predicting Bankruptcy by Liquidity Ratios Analysis." (2015).

Кутейникова Д.Р.

Научный руководитель: к.э.н., доцент. Пугина Л.И

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: dashakyteinykova@gmail.com

Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия

В современных условиях рыночной экономики конкурентоспособность является ключевым фактором успеха любого предприятия. Способность компании эффективно конкурировать определяет не только её текущее положение на рынке, но и перспективы долгосрочного развития. Особую роль в формировании конкурентных преимуществ играет маркетинговая деятельность, которая выступает связующим звеном между предприятием и потребителями [3]. Эффективная маркетинговая стратегия позволяет компании не только удовлетворять потребности клиентов, но и создавать устойчивые конкурентные преимущества, выделяющие её среди конкурентов.

Маркетинг играет решающую роль в определении позиционирования компании на рынке. Через комплексный анализ рынка и потребительских предпочтений, маркетологи определяют уникальное предложение компании, которое будет отличать её от конкурентов. Правильное позиционирование помогает сформировать в сознании потребителей особый образ компании, что напрямую влияет на их выбор при принятии решения о покупке [1]. Таким образом, маркетинговая деятельность помогает предприятию занять определённую нишу на рынке и эффективно конкурировать в ней.

Одним из ключевых аспектов маркетинга, влияющих на конкурентоспособность, является исследование рынка. В современном мире, где технологии и потребительские предпочтения быстро меняются, способность быстро реагировать на эти изменения является значительным конкурентным преимуществом. Компании, которые инвестируют в маркетинговые исследования, могут предугадывать потребности рынка и предлагать новые продукты и услуги до того, как это сделают конкуренты.

Товарная политика как часть маркетинговой деятельности также оказывает существенное влияние на конкурентоспособность предприятия. Разработка и внедрение инновационных продуктов, постоянное улучшение качества и расширение ассортимента позволяют компании удовлетворять разнообразные потребности клиентов. Кроме того, грамотное управление жизненным циклом товара помогает своевременно обновлять продуктовую линейку, что способствует поддержанию интереса потребителей и укреплению рыночных позиций компании [1].

Ценовая политика является ещё одним значимым инструментом маркетинга, влияющим на конкурентоспособность. Установление оптимальных цен, разработка системы скидок и бонусов, использование различных ценовых стратегий позволяют компании эффективно конкурировать даже в условиях жесткой конкуренции. Гибкая ценовая политика помогает привлекать новых клиентов и удерживать существующих, что способствует росту продаж и увеличению доли рынка.

Особое место в маркетинговой деятельности занимает продвижение. Эффективное продвижение товаров и услуг позволяет не только информировать потенциальных клиентов о предложениях компании, но и формировать положительный имидж бренда. Сильный бренд вызывает доверие у потребителей и является одним из самых устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

Современные технологические достижения открывают новые возможности для маркетинговой деятельности и повышения конкурентоспособности. Внедрение цифровых технологий, таких как большие данные, искусственный интеллект и автоматизация маркетинговых процессов, позволяет компаниям собирать и анализировать огромные объёмы информации о потребителях, что способствует более точному таргетированию и

персонализации предложений. Персонализированный подход к клиентам становится все более важным фактором конкурентоспособности, поскольку современные потребители ожидают индивидуального отношения и решений, отвечающих их уникальным потребностям.

Ключевые направления маркетинговой деятельности, влияющие на конкурентоспособность предприятия, включают [4]: исследование рынка и анализ конкурентов; разработку и совершенствование продуктов и услуг; формирование эффективной ценовой политики; организацию сбыта и логистики; продвижение и формирование бренда; взаимодействие с клиентами и управление клиентским опытом; интеграцию цифровых технологий в маркетинговые процессы.

Важно отметить, что для достижения максимального эффекта все элементы маркетинговой деятельности должны быть интегрированы и согласованы между собой. Комплексный подход к маркетингу, учитывающий все аспекты взаимодействия компании с рынком, позволяет создать синергетический эффект и значительно повысить конкурентоспособность предприятия.

Клиентоориентированность как философия бизнеса тесно связана с маркетинговой деятельностью и оказывает прямое влияние на конкурентоспособность. Компании, которые ставят интересы клиентов в центр своей деятельности, обычно показывают лучшие результаты по сравнению с конкурентами. Высокий уровень обслуживания, оперативное реагирование на запросы и жалобы, послепродажная поддержка – все это формирует положительный опыт взаимодействия с компанией и способствует формированию лояльности клиентов [2]. Лояльные клиенты не только регулярно совершают повторные покупки, но и становятся адвокатами бренда, рекомендуя его другим, что в свою очередь расширяет клиентскую базу и укрепляет рыночные позиции компании.

Для дальнейшего совершенствования маркетинговой деятельности и повышения конкурентоспособности предприятиям следует уделять особое внимание комплексному развитию маркетинговых компетенций. Это предполагает постоянное обучение маркетинговых команд, внедрение инновационных методологий анализа рынка, расширение использования аналитических инструментов и технологий искусственного интеллекта. Важно создавать гибкие маркетинговые системы, способные быстро адаптироваться к изменениям внешней среды, интегрировать передовой опыт международных компаний и разрабатывать уникальные стратегии, которые не только реагируют на существующий спрос, но и формируют новые потребительские тренды. Такой проактивный подход к маркетингу позволит компаниям не просто конкурировать на рынке, но и становиться настоящими лидерами, задающими направление развития в своей отрасли.

В заключение следует подчеркнуть, что в современных условиях жесткой конкуренции маркетинговая деятельность становится не просто одним из направлений работы предприятия, а стратегическим инструментом повышения его конкурентоспособности. Компании, которые инвестируют в развитие маркетинга, проводят регулярные исследования рынка, совершенствуют свои продукты и услуги, разрабатывают эффективные стратегии продвижения и формируют сильные бренды, имеют значительно больше шансов на успех в долгосрочной перспективе. При этом важно помнить, что маркетинговая деятельность должна быть адаптирована к конкретным условиям рынка и специфике деятельности предприятия, учитывать его ресурсы и возможности, а также соответствовать общей стратегии развития компании.

Литература

1. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
2. Бебрис, А.О., Решетько, Н.И. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции / А. О. Бебрис, Н. И. Решетько // Вестник Университета (Государственный университет управления). - 2021. - № 17. - С. 113-118.
3. Виноградов, В. А. Разработка и контроль за исполнением стратегии управления ассортиментом компании / В. А. Виноградов // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2020. - №6 (60). - С. 33-42.
4. Мамонов, М. А., Шабурова, А. В. Маркетинговая стратегия как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия / М. А. Мамонов, А. В. Шабурова // Интерэкспо Гео-Сибирь. - 2018. - № 9. - С. 66-73.

Кутьина Д.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Пугина Л.И.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: Darincca_K@mail.ru

Макро- и микроэкономические аспекты формирования устойчивого экономического роста

Экономический рост играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности предприятий, определяя их финансовую устойчивость, способность к инновациям и адаптацию к изменениям рынка. Проблема исследования экономического роста всегда волновала ученых. Исторически сложилось две школы, объединяющие основные типы стимулов к экономическому росту и способы его оценки. Кейнсианская и классическая школы согласны в оценках общих целей экономического роста и развития, но каждая из них предлагает свои уникальные подходы к достижению этих целей. Классический подход, разработанный Адамом Смитом, Дэвидом Рикардо и Томасом Мальтусом в XVIII–XIX вв., утверждает, что экономический рост достигается через накопление капитала, эффективное разделение труда и индивидуальные цели. Эта школа заложила основы рыночной экономики, подчеркивая важность минимизации роли государства и увеличения рыночной свободы для достижения оптимальных условий роста на национальном уровне. Кейнсианская школа, основанная на идеях Джона Кейнса, также направлена на экономический рост, но с противоположными методами. Кейнс подчеркивал важность активной роли государства, особенно в кризисы, и считал, что увеличение государственных расходов стимулирует спрос и создает рабочие места. Также он акцентировал внимание на использовании фискальной политики для смягчения экономического неравенства.

Термин «экономический рост» рассматривается как макроэкономическая и микроэкономическая категория. В масштабах государства предполагается экономический рост национальной экономики, улучшение благосостояния граждан. Профессор Массачусетского технологического института П.Э. Самуэльсон дает следующее определение: «Экономический рост представляет собой рост потенциального ВВП страны, т.е. объема производства в стране. Этот параметр характеризует темпы роста уровня жизни в стране» [6].

Гавриленко В. Г. приводит следующее определение: «Экономический рост – это рост реального выпуска экономики во времени. Экономический рост обычно измеряется либо как увеличение реального валового национального продукта (ВНП) или реального валового внутреннего продукта (ВВП), либо как увеличение дохода на душу населения» [3].

Бичик С. В. определяет экономический рост как тенденцию к увеличению показателей экономики страны за определенное время (обычно за год) [1].

Если на макроуровне экономический рост оценивается через ВВП и ВНП, то на уровне предприятия он выражается в росте финансовых показателей. Исследования экономического роста на корпоративном уровне ведутся не так давно. За рубежом корпоративный рост интерпретируется прежде всего в терминах роста стоимости бизнеса, то в России ориентируются на рост продаж.

Душенькина Е. А. рассматривает следующее определение: «Экономический рост – это тенденция изменения совокупных показателей развития предприятия за определенный промежуток времени, обычно за год» [4].

Один из ведущих исследователей процессов экономического роста П. Румельт считает, что рост компании – это увеличение ее рыночной стоимости, доходов, доли рынка или прибыли в долгосрочной перспективе [5].

Таким образом, в корпоративной среде термин экономический рост может рассматриваться как процесс увеличения совокупных экономических показателей компании за

определенный период времени, обычно выражаемый через рост выручки, прибыли, рыночной стоимости, доли рынка или производственных мощностей.

Для оценки экономического роста применяются как интегральные, так и специализированные показатели. В качестве основного индикатора динамики роста экономики компании, как правило, рассматривается увеличение выручки, прибыли и уровня рентабельности за определенный временной промежуток. Дополнительными показателями могут служить производительность труда, коэффициент эффективности производства и другие параметры.

Развитие предприятия может происходить экстенсивным или интенсивным способом. Экстенсивный рост – это расширение за счет увеличения объема ресурсов (рабочей силы, оборудования, сырья) без значительных изменений в технологиях. Он характеризуется сохранением существующих методов производства, высоким уровнем затрат и ограниченными возможностями для дальнейшего развития. Интенсивный рост основан на внедрении современных технологий, повышении квалификации персонала и оптимизации ресурсов. Это приводит к увеличению производительности, улучшению качества продукции и снижению затрат, позволяя предприятию развиваться более эффективно и преодолевать ограничения экстенсивного подхода.

Существует еще один вид экономического роста – инновационный, который представляет собой вид экономического развития, основанный на стимулировании предпринимательской активности в рыночной, научно-технической и организационно-экономической сферах.

Данный тип роста направлен на адаптацию к изменяющимся потребностям потребителей и их формирование посредством непрерывного улучшения существующих продуктов и разработки новых, используя достижения научно-технического прогресса.

Сбалансированный рост предприятия можно рассматривать с трех различных аспектов: первый связан с увеличением объема продаж, второй – с расширением активов, а третий – с ростом собственного капитала за счет аккумулированной нераспределенной прибыли. Важно отметить, что эти подходы не исключают, а дополняют друг друга, подтверждая ключевой принцип: расширение активов оправдано лишь при условии роста объемов реализации, а ускорение оборота имеет смысл только тогда, когда способствует увеличению чистой прибыли.

Экономический рост предприятия является не только показателем его финансового благополучия, но и важным фактором повышения конкурентоспособности. Компании, ориентированные на устойчивый рост, могут инвестировать в инновации, повышать эффективность производства и укреплять свои рыночные позиции.

Анализ показал, что существует два основных пути развития: экстенсивный (увеличение объемов производства и ресурсов), интенсивный (повышение производительности), а также инновационный (внедрение новых технологий, продуктов, бизнес-моделей и управленческих решений). Оптимальной стратегией является сбалансированный подход, при котором компания увеличивает активы и объем продаж таким образом, чтобы это способствовало росту ее прибыльности.

Таким образом, экономический рост – это не только количественное увеличение финансовых показателей, но и стратегический процесс, влияющий на долгосрочную устойчивость и конкурентные преимущества предприятия.

Литература

1. Бичик, С. В. Словарь экономических терминов / С. В. Бичик, А. С. Дамороцкая, И. В. Дамороцкая. – Минск : Высшая школа, 2009. –244 с. URL: [https://www.iprbookshop.ru/20133.html]

2. Гавриленко, В. Г. Капитал: энциклопедический словарь / В. Г. Гавриленко. – Минск : Право и экономика, 2008. –840 с.

3. Душенькина, Е. А. Экономика предприятия : учебное пособие / Е. А. Душенькина. – Саратов : Научная книга, 2012. – 159 с. URL: https://www.iprbookshop.ru/6269.html

4. Rumelt, P. Good strategy, bad strategy: the difference and why it matters / P. Rumelt. – New York : Crown Business, 2011.

5. Самуэльсон, П. Э. Экономика [Электронный ресурс] / П. Э. Самуэльсон. – 18-е изд. – URL:[https://books.google.ru/books?id=hF_Vs5OE8NAC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false].

Меркутова Н. А., Чепак А. О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Терентьева И. В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: merkutovanadezda7@gmail.com

Разработка краудфандинговой платформы для экостартапов

Разработка краудфандинговой платформы для экостартапов становится важным шагом в ответ на современные экологические вызовы. Рост загрязнения окружающей среды, изменение климата и истощение природных ресурсов требуют внедрения инновационных решений, направленных на устойчивое развитие. Эта платформа предоставляет возможность экопредпринимателям представить свои проектные идеи и привлечь финансирование от заинтересованных сторон.

С каждым годом наблюдается растущий интерес к экостартапам и инициативам в сфере экономики замкнутого цикла. Однако, несмотря на высокий потенциал и спрос, многие стартапы сталкиваются с проблемами финансирования. Традиционные инвестиционные модели не всегда охватывают риски, связанные с экологическими проектами, что приводит к недостатку средств для реализации идей.

Создание краудфандинговой платформы будет способствовать привлечению инвестиций в проекты, направленные на сокращение отходов, внедрение возобновляемых источников энергии и развитие устойчивого сельского хозяйства. Платформа станет местом соединения экопредпринимателей и инвесторов, что позволит осуществить финансирование на различных условиях – от вознаграждений за поддержку до долевого участия.

Ключевыми функциями платформы являются гибкие модели финансирования, верификация проектов с экспертной оценкой их экологического и экономического потенциала, а также образовательные модули для предпринимателей, охватывающие темы устойчивого бизнеса и маркетинга.

Целевыми аудиториями платформы являются малые и средние предприятия в сфере экологии, частные инвесторы, фонды и корпорации с экологическими стратегиями, а также потребители, готовые поддерживать локальные инициативы.

Основные преимущества платформы заключаются в ее специализации на экологических проектах, поддержке на всех стадиях разработки, а также в обеспечении прозрачности через отчеты о влиянии проектов на окружающую среду.

Проект будет реализован поэтапно: начиная с анализа рынка успешных платформ, разработки минимально жизнеспособного продукта, установления партнёрств с экологическими НКО, до пилотного запуска и масштабирования на другие регионы.

Ожидается, что благодаря платформам произойдет снижение углеродного следа, рост переработки отходов и создание новых рабочих мест в «зеленом» секторе, а также повышение осведомленности общества о принципах экономики замкнутого цикла.

Тем не менее, будут учтены и риски, такие как низкая активность пользователей и возможность мошенничества, для чего будет разработана стратегия маркетинга и жесткая модерация проектов.

Функциональные возможности платформы для предпринимателей заключаются в создании и публикации профиля стартапа с подробным описанием проекта, команды, финансовых потребностей и планов; загрузке видео, фотографий и других материалов для презентации проекта; определении целей финансирования и выборе модели краудфандинга; взаимодействии с инвесторами; получении аналитики и отчетов о ходе краудфандинговой кампании.

Для инвесторов функциональные возможности платформы включают: поиск и фильтрацию проектов по категориям, географическому расположению, экологическому воздействию и другим критериям; просмотр подробной информации о проектах, включая

финансовые показатели, команду и бизнес-план; взаимодействие с предпринимателями; инвестирование в проекты через различные платежные системы; отслеживание прогресса проектов и получение отчетов о результатах инвестиций.

Также предлагаемая краудфандинговая платформа будет включать форум для обсуждения экологических проблем и обмена опытом, новостную ленту с информацией об экостартапах, экологических инициативах и событиях, интеграцию с социальными сетями для продвижения проектов и платформы.

Продвижение платформы предполагается осуществлять через такие инструменты, как:

- Социальные сети: создание и ведение активных аккаунтов в социальных сетях, публикация контента об экостартапах, успешных краудфандинговых кампаниях, экологических проблемах и решениях.

- Партнерства: сотрудничество с экологическими организациями, бизнес-инкубаторами, СМИ и другими платформами.

- PR: Публикация пресс-релизов, организация интервью с основателями платформы и успешными предпринимателями, освещение платформы в СМИ.

- SEO-оптимизация: оптимизация сайта платформы для поисковых систем, чтобы обеспечить его видимость в поисковой выдаче по релевантным запросам.

Финансовая модель платформы будет включать комиссии с успешных кампаний, платные услуги по продвижению и консультациям, а также гранты от государственных экологических программ.

Важно установить прозрачную и справедливую структуру комиссионных сборов, взимаемых с успешно завершенных краудфандинговых кампаний. Размер комиссии должен быть конкурентоспособным, чтобы привлекать экостартапы, но достаточным для обеспечения стабильной работы платформы. Кроме того, необходимо изучить альтернативные источники дохода, такие как реклама экологически чистых продуктов и услуг, спонсорские программы от экологически ответственных компаний или предоставление дополнительных услуг, таких как краудфандинговый консалтинг или маркетинговая поддержка стартапов. Прозрачность в распределении собранных средств имеет решающее значение для поддержания доверия инвесторов. Платформа должна предоставлять подробную отчетность о том, как используются средства и какие результаты достигаются, чтобы инвесторы чувствовали уверенность в своем вкладе.

Создаваемая краудфандинговая платформа для экостартапов станет уникальным мостом между инновационными проектами и обществом, готовым выдвигать и поддерживать решения для устойчивого развития.

Литература

1. «Краудфандинг: что это такое и как работает» <https://www.beboss.ru/investments/crowdfunding>
2. «Экологическая экономика: определения и основные понятия» https://spravochnick.ru/ekonomika/ekologicheskaya_ekonomika/
3. «Экономика замкнутого цикла: принципы и практика» - Т. И. Бурова. Издательство: Инфра-М, 2020.
4. «Краудфандинг и экостартапы: примеры успешных платформ» <https://ulej.by/articles/kakie-proekty-stali-samymi-uspeshnymi-v-istorii-kraudfandinga-i-kak-oni-izmenili-mir>
5. «Как превратить экостартап в успешный бизнес» <https://nsk.dk.ru/news/237155788>

Осипова Н.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Терентьева И.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: *nd_isaeva@mail.ru*

Проблемы финансирования бюджетных образовательных учреждений

Финансирование бюджетных образовательных учреждений является важнейшим вопросом, влияющим на качество и доступность образования во многих странах. Несмотря на важность образования для социального и экономического развития, финансовые трудности часто препятствуют эффективному функционированию этих учреждений. В этой статье мы рассмотрим некоторые ключевые проблемы, связанные с финансированием бюджетных образовательных учреждений, и обсудим возможные пути их решения.

Отсутствие достаточного финансирования. Одной из наиболее серьезных проблем, с которой сталкиваются бюджетные образовательные учреждения, является недостаточное финансирование. Правительства могут выделять недостаточные ресурсы на поддержку школ, колледжей и университетов, что приводит к нехватке необходимых материалов, инфраструктуры и персонала. Это может привести к переполнению аудиторий, устаревшим методам преподавания и ограниченному доступу к современным технологиям. Как следствие, учащиеся могут не получить качественное образование, которого они заслуживают, что может иметь долгосрочные последствия для их будущих перспектив и общего развития человеческого капитала в стране. Чтобы решить эту проблему, правительствам необходимо уделять приоритетное внимание образованию в своих бюджетах, увеличивая ассигнования на реформы сектора образования. Кроме того, в дополнение к государственному финансированию можно было бы изучить альтернативные источники доходов, такие как государственно-частное партнерство (ГЧП), благотворительные взносы и международная помощь. [3]

Неэффективное использование ресурсов. Даже при наличии достаточных средств неэффективное распределение ресурсов и управление ими могут снизить эффективность расходов на образование. Например, средства могут быть неправильно направлены на административные расходы, а не на непосредственные занятия в классе или программы подготовки учителей. Коррупция и бесхозяйственность еще больше усугубляют эту проблему, отвлекая столь необходимые ресурсы не туда, куда они предназначены. Улучшение механизмов прозрачности и подотчетности в системах образования может помочь смягчить эти проблемы. Внедрение практики составления бюджета, основанного на результатах, при которой финансирование привязано к измеримым результатам, может стимулировать более эффективное использование ресурсов. Кроме того, регулярные проверки и независимые надзорные органы могут обеспечить надлежащее использование выделенных средств. [2]

Неоднородный доступ к образованию. Другой серьезной проблемой является обеспечение справедливого распределения ресурсов между различными регионами и социально-экономическими группами. Сельские районы и экономически неблагополучные сообщества часто сталкиваются с большими препятствиями в доступе к качественному образованию из-за недостаточного финансирования по сравнению с городскими центрами. Это усугубляет неравенство, ограничивая возможности менее защищенных групп населения. Правительствам следует принять целенаправленную политику, направленную на устранение этих пробелов. Например, выделение дополнительных средств специально для регионов, имеющих низкий уровень системы образования [4], или предоставление стипендий и грантов студентам с низким уровнем дохода может помочь выровнять условия игры. Кроме того, использование технологий в рамках инициатив по дистанционному обучению может расширить охват образованием, не требуя значительных инвестиций в физическую инфраструктуру.

Рост затрат на образование. По мере роста спроса на более качественное образование растут и связанные с этим расходы. Инфляция, технический прогресс и эволюционирующие

педагогические подходы - все это способствует росту расходов образовательных учреждений. Без адекватной корректировки уровня финансирования учебные заведения с трудом справляются с растущими расходами, сохраняя при этом приемлемые стандарты. Чтобы противостоять этой тенденции, правительства должны регулярно пересматривать и корректировать формулы финансирования в зависимости от уровня инфляции и меняющихся потребностей. Поощрение инноваций в области экономически эффективных методик обучения и использование учебных материалов также могут снизить операционные расходы без ущерба для качества.

Ограниченная финансовая автономия. Многим бюджетным учебным заведениям не хватает самостоятельности для эффективного управления своими финансами. Строгие правила, устанавливаемые центральными органами власти, часто ограничивают гибкость в использовании выделенных им ресурсов. [3] Отсутствие дискреционных полномочий ограничивает возможности учреждений оперативно реагировать на возникающие потребности или внедрять инновационные стратегии, адаптированные к местным условиям. Предоставление большей финансовой самостоятельности отдельным учебным заведениям при сохранении надлежащих механизмов надзора позволило бы им принимать обоснованные решения об использовании ресурсов. Создание школьных советов или управлений, состоящих из педагогов, родителей и членов сообщества, может способствовать локализации процессов принятия решений в соответствии с конкретными требованиями учреждения.

Решение многогранных проблем, связанных с финансированием бюджетных образовательных учреждений, требует согласованных усилий со стороны политиков, администраторов, педагогов и заинтересованных сторон. Определение приоритетности образования в национальных бюджетах, повышение эффективности и справедливости в распределении ресурсов, а также укрепление финансовой автономии являются важнейшими шагами на пути к созданию устойчивых и инклюзивных систем образования. Решая эти проблемы напрямую, общества могут в полной мере раскрыть потенциал своей молодежи, прокладывая путь к светлому будущему и более сильной экономике.

Литература

1. Финансы бюджетных учреждений : учебник для вузов / О.А. Федорова, Л.В. Давыдова, Ю.О. Скорлупина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 138 с. – (Высшее образование). – Текст : непосредственный.
2. Данилов С.С. Актуальные проблемы финансирования бюджетных общеобразовательных учреждений и пути их решения / С.С. Данилов, Монин И.Г., Тихонова К.А. – Текст : непосредственный // Электронный журнал «Дневник науки». – 2019. - №11.
3. Соловьёва М.И. Проблемы финансирования в сфере образования / М.И. Стоцкая. – Текст : непосредственный // Символ науки. – 2020. -№ 9. – С. 48-56.
4. Стоцкая, А. В. Проблемы финансирования бюджетных учреждений сферы образования / А. В. Стоцкая. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 22 (417). — С. 223-225.

Пухова Е.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Майорова Л.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: Puhovaliza86@gmail.com

Экономический потенциал виртуального туризма

В условиях динамичного развития информационных технологий и растущей глобальной взаимосвязанности, виртуальный туризм становится значимым феноменом, оказывающим все большее влияние на мировую экономику. Под виртуальным туризмом понимается использование цифровых технологий для создания интерактивного и симуляционного опыта путешествия, позволяющего ознакомиться с туристскими объектами удаленно, без необходимости физического присутствия.

Определение виртуального туризма охватывает широкий спектр форматов и технологий:

- VR тур – это виртуальный тур, предназначенный для просмотра через гарнитуру VR для более полного погружения;
- AR тур – это приложение для смартфонов, поддерживающих технологию дополненной реальности (AR), которое позволяет получить дополнительную информацию о туристских локациях города и организовать интерактивное взаимодействие с экскурсионными объектами;
- видео 360° - панорамные изображения и видео, позволяющие просматривать окружающее пространство во всех направлениях, создавая эффект присутствия;
- виртуальные музеи и галереи – это онлайн-платформы, представляющие коллекции музеев и галерей в цифровом формате, позволяющие пользователям виртуально посещать выставки и экспозиции;
- интерактивные карты и веб-сайты - платформы, предлагающие виртуальные прогулки по городам и достопримечательностям с использованием карт, фотографий, видео и текстовой информации [2].

Экономические выгоды виртуального туризма для бизнеса и индустрии туризма можно назвать следующие:

- новые источники дохода (продажа виртуальных туров, стимуляция онлайн-продаж, различные модели монетизации);
- маркетинг и продвижение направлений (возможность охватить определенные целевые аудитории, заинтересованные в конкретных направлениях или видах туризма);
- снижение затрат как для туриста (на транспорт и размещение), так и для предпринимателя (на обучение персонала);
- диверсификация туристического продукта (создание уникальных и интерактивных туров, недоступных в реальном мире (например, путешествие во времени, посещение мест, которые больше не существуют);
- предложение туров для людей с ограниченными возможностями или тех, кто не может путешествовать по состоянию здоровья [1].

Чтобы наглядно продемонстрировать экономический потенциал виртуального туризма, обратимся к одному из самых популярных археологических памятников мира – Помпеям. Ежегодно этот древний город привлекает миллионы туристов, но, к сожалению, физический доступ к нему ограничен, а хрупкие руины подвергаются воздействию времени. Именно здесь виртуальный туризм предлагает элегантное решение, открывая двери Помпей для гораздо более широкой аудитории и создавая новые экономические возможности.

Проекты, дающие возможность увидеть Помпеи в цифровом виде:

- 3D-моделирование и виртуальная реконструкция. Команда археологов, историков и IT-специалистов работала над созданием высокоточной 3D-модели Помпей, используя лазерное сканирование, фотограмметрию и архивные материалы. Это позволило воссоздать город в его первоначальном виде, каким он был до извержения Везувия. Пользователи могут совершить

виртуальную прогулку по улицам Помпей, заглянуть в дома и лавки, увидеть восстановленные фрески и предметы быта [4].

- интерактивные виртуальные туры позволяют исследовать Помпеи в удобном темпе. Пользователи могут выбирать маршруты, получать подробную информацию об объектах, смотреть видеоролики и слушать аудиогидов. Некоторые туры предлагают возможность "путешествовать во времени" и видеть, как выглядели Помпеи в разные исторические периоды. Такие туры часто используют платформы вроде Matterport для удобства навигации и реалистичности [3].

- VR-экскурсии предоставляют возможности погрузиться в виртуальную реальность и побывать в Помпеях. С помощью VR-шлема пользователи могут осмотреть город в формате 360°, взаимодействовать с виртуальными объектами и даже "встретиться" с виртуальными жителями Помпей.

Таким образом, на примере Помпей мы видим, как виртуальный туризм не просто расширяет возможности знакомства с культурным наследием, но и открывает новые перспективы для бизнеса и индустрии туризма в целом. Создание цифровых двойников исторических мест, таких как Помпеи, позволяет привлечь более широкую аудиторию, предложить новые формы развлечения и образования, а также создать дополнительные источники дохода. Развитие подобных проектов свидетельствует о том, что виртуальный туризм может стать мощным двигателем экономического роста, особенно в тех регионах и странах, где расположены значимые культурные и исторические объекты. Поэтому дальнейшее изучение и развитие такого рода технологий является перспективным для туристической индустрии.

Литература

–Оборин М.С. Виртуальный туризм как инновационное направление социально-экономической деятельности региона // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. - №3. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-turizm-kak-innovatsionnoe-napravlenie-sotsialno-ekonomicheskoy-deyatelnosti-regiona/viewer>

–Шамликашвили В.А. Виртуальный туризм, как новый вид туризма // Креативная экономика. - 2024. – 2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-turizm-kak-novyy-vid-turizma/viewer>

–Помпеи виртуальный тур. - URL: <https://discover.matterport.com/space/ec6Z8zKuwK2>

–Помпеи обзор. - URL: <https://www.vrvoyaging.com/pompeii/>

Решетова А.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Свистунов А.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: lina.reshetova.0404@mail.ru

Рациональное использование производственных отходов с помощью современных технологий очистки

Внедрение инновационных технологий очистки на промышленных предприятиях является ключевым направлением для обеспечения экологической безопасности и устойчивого развития экономики. Однако процесс их внедрения сопряжен с рядом сложностей, которые обусловлены как экономическими ограничениями, так и противоречиями между интересами бизнеса и государства. [1]

Одной из главных причин, по которой предприятия не спешат внедрять современные технологии очистки, являются высокие капитальные затраты. Приобретение оборудования, его установка, модернизация производственных мощностей и обучение персонала требуют значительных финансовых вложений. Например, внедрение мембранных систем фильтрации или нанотехнологий, которые считаются наиболее перспективными, может потребовать десятки миллионов рублей. Для малых и средних предприятий такие суммы часто неподъемны.

Даже если предприятие решится на внедрение «зелёных» технологий, срок окупаемости таких проектов может составить несколько лет. Это связано с тем, что экономический эффект от снижения штрафов за загрязнение окружающей среды или затрат на утилизацию отходов становится заметным только спустя длительное время. Это особенно критично для предприятий с низкой рентабельностью, таких как металлургическая или строительная отрасли. [3]

Малые предприятия, которые составляют значительную часть промышленности во многих регионах, не имеют доступа к льготному кредитованию или грантам для внедрения экологических технологий. Их ограниченный бюджет и небольшой масштаб деятельности делают такие проекты нереализуемыми без внешней поддержки.

Предприятия ориентированы на максимизацию прибыли и минимизацию издержек. С точки зрения бизнеса, внедрение инновационных технологий очистки часто воспринимается как дополнительная нагрузка, которая увеличивает себестоимость продукции. Кроме того, компании опасаются, что увеличение затрат на экологию может снизить конкурентоспособность их продукции на внутреннем и международном рынках.

Еще одной проблемой является непрозрачность правил и частое изменение экологических норм. Бизнес сталкивается с необходимостью адаптироваться к новым требованиям, что создает дополнительные сложности и расходы.

Государство, в свою очередь, заинтересовано в снижении уровня загрязнения окружающей среды и выполнении международных обязательств. Развитие "зеленой" экономики способствует созданию новых рабочих мест и стимулирует развитие высокотехнологичных отраслей. Однако государство также получает доход от штрафов за нарушение экологических норм, что иногда создает конфликт интересов. [3]

Основное противоречие заключается в том, что бизнес стремится минимизировать затраты, а государство — повысить экологическую ответственность. Предприятия часто воспринимают экологические требования как дополнительную нагрузку, которая увеличивает себестоимость продукции. Государство, в свою очередь, может недооценивать реальные возможности предприятий по внедрению инноваций.

Одним из ключевых механизмов решения проблем является государственная поддержка. Она может включать: льготное кредитование, налоговые льготы, гранты и субсидии. Предоставление субсидий или льготных кредитов для предприятий, внедряющих экологические технологии. Установление сниженных ставок налога на прибыль или

освобождение от уплаты налогов на имущество для предприятий, использующих "зеленые" технологии. Федеральная программа "Экология" предусматривает выделение средств на модернизацию предприятий. Развитие центров компетенций, где предприятия могут получить консультации по внедрению технологий, а также создание специализированных фондов для поддержки экологических проектов, может существенно упростить процесс перехода на "зеленые" технологии. [2]

Ужесточение экологических норм и контроль за их соблюдением может стать эффективным инструментом для стимулирования предприятий к внедрению инноваций. Введение системы углеродного налога также будет способствовать снижению выбросов.

Обучение сотрудников предприятий и повышение их осведомленности о современных технологиях очистки может помочь преодолеть консерватизм и недостаток информации. [4]

По данным Экологического рейтинга городов России (ЭКГ), наш регион занимает средние позиции в части экологической ситуации. Однако есть успешные примеры внедрения инновационных технологий очистки.

Новый муромский завод по производству ОСП-плит не наносит природе никакого ущерба, но при этом готов выдавать более 230 тысяч кубометров готовой продукции в год. Его собственником стало предприятие ЗАО «Муром».

Уникальность технологии состоит в том, что здесь перерабатывают отходы от производства фанеры и используют уже низкосортную древесину на внешние слои. Причем на качестве продукта это никак не отражается. Этот завод – не просто рабочие места, но и «зеленые» технологии, использование которых не наносим вред окружающей среде за счет технологии переработки и системы сжигания.

Благодаря этой установке новое предприятие получило возможность перерабатывать собственные отходы и получать из них тепловую энергию. Теплогенератор может давать тепло, сжигая различные отходы деревообрабатывающего производства или используя древесный газ. Это дает не только тепловую энергию для гигантского сушильного барабана (используемого для сушки древесных отходов) и пресса (для производства топливных брикетов), но и отапливает все предприятие.

Экономические проблемы внедрения инновационных технологий очистки на промышленных предприятиях требуют комплексного подхода. Государство должно обеспечить стимулы для бизнеса в виде льготного кредитования, налоговых льгот и грантов. Одновременно необходимо повышать ответственность предприятий за соблюдение экологических норм.

Таким образом, внедрение инновационных технологий очистки — это не только экологическая, но и экономическая задача, решение которой требует согласованных усилий всех участников процесса.

Литература

1. Козлова, Е. П. Экономические аспекты экологической модернизации предприятий / Е. П. Козлова // Экономика и управление. – 2019. – № 3. – С. 45-52.
2. Кузнецов, А. В. Государственная поддержка экологических проектов: анализ и перспективы / А. В. Кузнецов // Вестник экономики. – 2020. – № 2. – С. 112-120.
3. Петров, С. А. Внедрение "зеленых" технологий на промышленных предприятиях: опыт и проблемы / С. А. Петров, В. Н. Сидоров // Экологические системы и приборы. – 2018. – № 8. – С. 35-41.
4. Смирнов, А. А. Инновационные технологии очистки промышленных выбросов: обзор современных решений / А. А. Смирнов // Химическая промышленность сегодня. – 2023. – № 1. – С. 15-22.

Рузина Е.А.

Научный руководитель: преподаватель Колесникова У.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: kastikom180@gmail.com

Российские регионы в условиях современных вызовов: экономика и социальная сфера

Российская Федерация – это государство, объединяющее 89 субъектов, каждый из которых отличается спецификой социально-экономического развития, обусловленной такими факторами, как: географическое положение, ресурсная обеспеченность и институциональная среда.

Так, Замятин И.Д. отмечает, что «некоторые территории обладают большими нефтегазовыми запасами или находятся на границе с территорией другого государства, что обеспечивает инвестиции из соседних развитых стран» [1, с. 117].

Наряду с региональной дифференциацией, наблюдаются универсальные проблемы, оказывающие существенное влияние на динамику развития территорий, в том числе: санкционное давление на экономику, высокая инфляция, кадровый голод, демографический кризис, ухудшение качества жизни.

Санкции против России (2022 – 2024 гг.) носят многоуровневый характер, затрагивая ключевые сектора экономики и создавая финансовые, технологические, транспортные и логистические ограничения. В качестве ключевых проблем санкционного давления на экономику регионов можно отметить сокращение инвестиционных потоков (за счет падения прямых иностранных инвестиций) и ограничение на импорт оборудования.

Еще одной проблемой регионов России является инфляция. По данным Федеральной службы государственной статистики, в декабре 2024 года по сравнению с декабрем 2023 года индекс потребительских цен составил 109,52% (по сравнению с декабрем 2022 года – 107,42%) [5]. В 2025 году ситуация по регионам страны складывается неоднородная. Прирост цен в январе 2025 года по сравнению с данными аналогичного периода предыдущего года по Центральному федеральному округу составил 10,1% (рисунок 1).

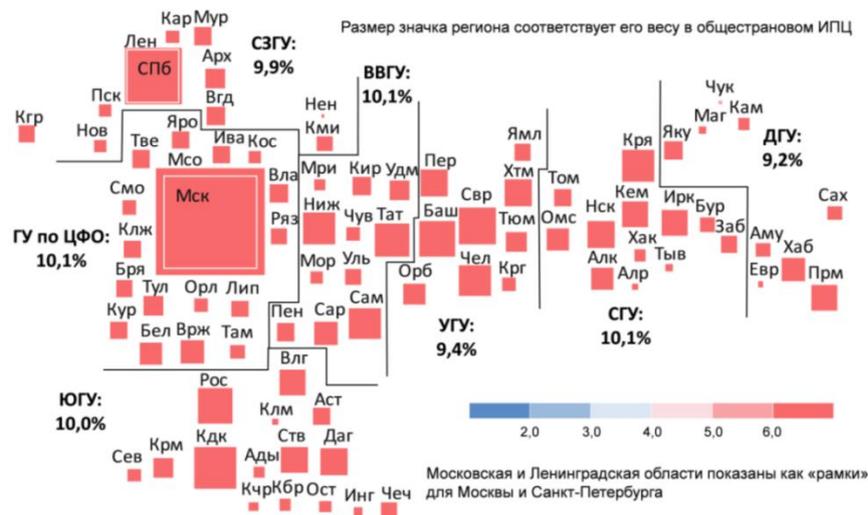


Рис. 1 – Инфляция в регионах России в 2025 году, % [4]

Следствием высокой инфляции становится снижение реальных доходов и ухудшение благосостояния населения, удорожание кредитов, сложности долгосрочного планирования для предпринимательских структур.

Не менее актуальными для регионов страны остаются социальные проблемы, в том числе демографическая и кадровая.

Как отмечает Нагорнов А.Е., «социальные проблемы остаются актуальными для многих регионов, несмотря на значительные достижения в последние годы. Некоторые из этих проблем до сих пор остаются нерешенными или требуют дополнительных усилий для их преодоления» [2, с. 227].

В 2024 году регионы России столкнулись с дефицитом квалифицированных кадров. Наиболее острый кризис наблюдается в промышленных регионах, агропромышленных зонах и социальной сфере (медицина и образование). Недостаток рабочей силы ощущается в 67 регионах страны, особенно в Центральном, Северо-Западном и Уральском федеральных округах [6].

Проблема кадрового голода отчасти является следствием демографического кризиса. Согласно долгосрочному демографическому прогнозу Росстата, охватывающему период до 2045 года, в ближайшие годы Россию ожидает значительное сокращение численности населения. В частности, в период с 2024 по 2032 год ежегодная убыль населения превысит 400 тысяч человек. При этом естественная убыль в эти годы будет еще более существенной, достигая более 600 тысяч человек ежегодно [7].

По мнению Сапрыкина Н.М., «демографические тенденции, связанные со старением населения, являются сегодня основной проблемой развития современной цивилизации» [3, с. 67].

На уровень жизни граждан и социально-экономическое развитие региона в целом оказывает влияние качество социальной сферы.

Несмотря на существенное увеличение бюджетных ассигнований в систему здравоохранения, сохраняется выраженная региональная дифференциация в доступности медицинской помощи. Некоторые регионы по-прежнему сталкиваются с проблемами нехватки медицинского персонала, материально-технического обеспечения, территориальной доступности, что затрудняет полноценное оказание медицинских услуг.

Перспективы развития региональных экономических систем определяются их адаптационным потенциалом в условиях глобальных трансформаций. Обеспечение устойчивого роста территориальных образований требует реализации комплексной стратегии, интегрирующей структурные преобразования в экономике, меры социальной политики и модернизацию инфраструктурного комплекса. Отсутствие подобного подхода может привести к усилению диспропорций в социально-экономическом развитии. Эффективность данной стратегии обусловлена качеством взаимодействия между федеральными и региональными органами управления, а также рациональным использованием внутренних ресурсов регионов.

Литература

1. Замятин И.Д. Проблема социально-экономического неравенства регионов России // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – 2023. – №15. – С. 117-119.
2. Нагорнов А.Е. Экономика и социальная сфера в Российских регионах: тенденции, проблемы и перспективы // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – №8. – С. 225-232.
3. Сапрыкин Н.М. Старение населения и его последствия для экономики и социальной сферы // Научный потенциал. – 2024. – №3(46). – С. 67-72.
4. Доклад «Региональная экономика: комментарии ГУ», март 2025. – №34 // Банк России. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/55190/report_01032025.pdf (дата обращения: 01.04.2025).
5. Об индексе потребительских цен в декабре 2024 года // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1_15-01-2025.html (дата обращения: 30.03.2025).
6. Кадровый кризис обострился в 67 регионах страны // BusySpace. URL: <https://busyspace.ru/news/kadrovyyj-krizis-obostrilsya-v-67-regionah-strany/> (дата обращения: 30.03.2025).
7. Демографический прогноз // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 01.04.2025).

Сизова Е.Р.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Майорова Л.В.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: katerina.sizovaaa@gmail.com

Фото-квест как новый формат экскурсионной деятельности: возможности реализации в культурно-исторической среде Мурома

Муром, основанный в 862 году, обладает уникальным историко-культурным потенциалом: здесь расположены памятники древнерусской архитектуры, музеи, связанные с былинным героем Ильей Муромцем, и живописная набережная Оки. Однако, несмотря на богатое наследие, город пока не в полной мере использует современные методы привлечения туристов.

Современный туризм активно интегрирует цифровые технологии и интерактивные форматы, среди которых особое место занимают квест-экскурсии. Квест-экскурсии расширяют границы традиционного экскурсионного опыта, предлагая образовательное развлечение, в котором каждый участник становится частью интерактивного приключения, а полученные знания усваиваются в контексте ярких впечатлений. Одним из наиболее популярных видов таких экскурсий является фото-квест. Фото-квест позволит туристам погрузиться в атмосферу той или иной стороны города (исторической, культурной, архитектурной, промышленной и т.п.), а сопутствующие сценарий и атрибутика позволит уйти от обыденности жизни [1]. Такой формат представляет собой перспективное направление, способное повысить вовлеченность туристов и расширить их взаимодействие с культурным наследием.

В 2024 году Владимирскую область посетило около 2,2 миллиона экскурсантов, которые не остались на ночевку, а только брали экскурсии. Кроме того, в регион приехало около 854 тысяч туристов, оставшихся на ночевку. В общей сложности, по данным аналитиков, во Владимирскую область турпоток составил около 3,5 миллионов человек [2], причем в Муроме он вырос почти на 10%, увеличившись с 279 до 305 тысяч человек [3]. Рост турпотока свидетельствует о положительной динамике, но требует дальнейшего развития инфраструктуры и инновационных подходов, чтобы:

- превратить Муром из «транзитного» пункта в место для многодневного отдыха;
- увеличить средний чек туриста за счет дополнительных услуг.

Внедрение квест-экскурсий, в том числе фото-квестов, может стать ключевым решением этих задач. Такой формат экскурсии удлиняет маршрут, вовлекает гостей в исследование города, побуждая остаться на ночь. Ниже представлен SWOT-анализ, оценивающий потенциал и риски реализации квест-экскурсий (таблица 1).

Таблица 1 - SWOT-анализ реализации фото-квестов в Муроме

Категория	Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
Внутренние факторы	- живописные локации (набережная Оки, монастыри, купеческие дома); - высокий потенциал для широкого распространения в соцсетях; - низкие затраты на разработку маршрутов (использование существующих достопримечательностей).	- недостаток опытных организаторов квест-экскурсий; - сезонность туристического потока; - ограниченная инфраструктура.
Категория	Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Внешние факторы	- развитие партнерств с музеями и гостиницами; - популяризация Мурома через соцсети и блогеров;	- конкуренция с соседними городами (Владимир, Суздаль); - негативные отзывы из-за некачественной организации;

	- гранты и поддержка от властей (напр., нацпроект «Туризм и гостеприимство»).	- риск вандализма ради «идеального кадра» (например, на памятниках); - сезонные колебания туристического потока.
--	---	---

Проведенный SWOT-анализ показывает, что квест-экскурсии имеют ряд преимуществ, включая использование живописных локаций, низкие затраты на разработку маршрутов и возможность популяризации через соцсети. В то же время существуют и слабые стороны – сезонность туризма, недостаток опытных организаторов и конкуренция с соседними туристическими центрами.

Проведение квест-экскурсий в Муроме представляется перспективным направлением благодаря нескольким важным факторам. Во-первых, наличие большого количества уникальных архитектурных, религиозных и исторических памятников, делающих его привлекательным для туристов. Точками маршрута квест-экскурсий могут стать такие известные достопримечательности Мурома, как Спасо-Преображенский монастырь, Троицкий монастырь, Благовещенский монастырь, Церковь Косьмы и Дамиана, купеческие особняки и усадьбы (усадьба Ермакова, Дом купца Зворыкина, Дом Гладковых и т.д.), памятник Илье Муромцу, памятник святым Петру и Февронии и многие другие.

Во-вторых, наличие развитой туристической инфраструктуры, включающей:

- транспортную доступность: удобное железнодорожное и автомобильное сообщение с крупными городами (Москва, Владимир, Рязань, Нижний Новгород, Арзамас);
- музеи и экскурсионные программы: краеведческий музей, музей Муромского радиозавода, экспозиции, связанные с историей города;
- праздники и фестивали: День Петра и Февронии, День города, которые могут стать площадками для проведения квестов.

В-третьих, в области уже существует опыт проведения квест-экскурсий, что подтверждает их востребованность. Например, программа «Суздаль: золотой город»: самостоятельная квест-экскурсия и проект «ФотоКвест в Кольчугинском районе» сочетают игровые элементы с познавательной составляющей, привлекая как взрослых, так и детей.

Таким образом, квест-экскурсии, в том числе фото-квесты, представляют собой перспективный инструмент для повышения адаптивности туристов, продления их пребывания в городе и увеличения доходов от туристической индустрии за счет роста спроса на экскурсионные услуги и сопутствующую инфраструктуру. Такой формат позволяет гостям не только изучать достопримечательности, но и активно взаимодействовать с культурным наследием посредством игровых и интерактивных элементов. Успех реализации фото-квестов обусловлен развитой туристической инфраструктурой Мурома, включая транспортную доступность, музеи и фестивали, а также ростом турпотока, который обеспечивает интерес к новым, уникальным форматам экскурсий.

Литература

1. Изевлина, О. А. Фото-квест как инструмент организации молодежного отдыха в России / О. А. Изевлина, Н. В. Недосвитий // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сборник статей по материалам 5-й студенческой научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 24 апреля 2020 года. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2020. – С. 45-49.
2. Владимирскую область за год посетило на полтора миллиона туристов больше // [Электронный ресурс]: URL: <https://zebra-tv.ru/novosti/jizn/vladimirskuyu-oblast-za-god-posetilo-na-poltora-milliona-turistov-bolshe/> (дата обращения 02.04.2025)
3. Глава округа Муром подвел итоги 2024 года и презентовал планы на 2025-й // [Электронный ресурс]: URL: <https://vedom.ru/news/2025/03/20/72365-glava-okruga-murom-podvel-itogi-2024-goda> (дата обращения 02.04.2025)

Скороделова Д. Д.

Научный руководитель: Свистунов А. В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 233
E-mail: dasha020604@mail.ru*

Социально-ответственный туризм во Владимирской области

Социально-ответственный туризм – это новый и набирающий популярность вид туризма, суть которого заключается в том, что турист не просто отдыхает, но и несет какой-либо вклад в природу или регион, или просто выполняет общественно полезную работу. Данный вид туризма направлен на воспитание нового отношения людей к отдыху, а также на уменьшение или полное исключение последствий, которые происходят от, так называемого, потребительского отдыха. Особенность социально-ответственного туризма заключается в том, что такой тур стоит гораздо ниже, чем аналогичные. Причина такого ценообразования заключается в том, что выполнение определенных работ (например, очистка участка леса от пластикового мусора) покрывает стоимость одного из пунктов отдыха.

Стоит обратить внимание на то, что социально-ответственный туризм зачастую связан с экологическим туризмом. В соответствии с ГОСТом экологический туризм – это деятельность, направленная на организацию путешествий в различных формах природного туризма, ориентированная на изучение природы и культурных достопримечательностей, бережное отношение к природе и содействие в ее сохранении.

Статистические данные показывают, что экологический туризм в России за последние годы стал пользоваться популярностью. Согласно данным ФГБУ «Росзаповедцентр», количество посетителей заповедников и национальных парков в России составило свыше 13 млн. 975 тыс. человек. Если же сравнивать с показателями прошлого года, когда на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) было зафиксировано около 10 млн. посетителей, то прирост объемов экологического туризма в России в настоящий момент составил 39,75 %. Это означает, что современный турист уже готов к переменам, что и делает социально-ответственный туризм актуальным.

Социально-ответственный туризм – не просто отдых, это, в первую очередь, помощь. Природа страдает от потребительского отдыха, а данный вид туризма сможет, в перспективе, остановить эту проблему. Также благодаря социально-ответственному туризму люди больше узнают о своем регионе и о его истории, традициях и особенностях.

Владимирская область – это место, которое имеет большое количество природных мест. Потребительский туризм вредит им, тем самым нетронутые и чистые леса и водоемы становятся непригодны не только для отдыха, но и для проживания на этих территориях естественных обитателей. Рост такого туристического направления во Владимирской области благоприятно скажется на экологии, культурное развитие и экономику региона. Появление новых рабочих мест в туристической сфере тоже положительный аспект. Социально-ответственный туризм – это хорошая альтернатива дорогим турам. Студенты, школьники или семьи смогут позволить себе такой отдых, а также приобрести новых знакомых.

В России данный вид отдыха только начал развиваться, а это значит, что появление социально-ответственного тура во Владимирской области скажется положительно на туристическом потоке. Владимирская область имеет необходимые материальные и природные ресурсы для развития социально-ответственного туризма, что создает хорошую базу его формирования.

Учитывая все вышеперечисленную информацию, туризм во Владимирской области должен активно развивать концепцию социально-ответственного туризма, а это можно осуществить через создание базы отдыха.

База отдыха, которая включает в себя концепцию социально-ответственного и экологического туризма может дать толчок для дальнейшего развития региона в данном

направлении. Также через такой отдых можно познать историю своих предков, а также их традиции, праздники, кухню и быт. На территории базы отдыха предлагается расположить следующее: домики для проживания с учетом концепции места отдыха, ферма, огород, сад, площадка для проведения гуляний и конкурсов. Концепция базы отдыха – возвращение к истокам и единение с природой.

Согласно проведенному анализу, на территории Владимирской области есть только один прямой конкурент. Но стоит учесть тот факт, что база отдыха конкурента не придерживается единой концепции и имеет лишь элементы экологического туризма и совсем не затрагивает социально-ответственный туризм. Благодаря этому, рентабельность предлагаемой базы отдыха достаточно высокая.

Также, достойна упоминания следующая особенность «социально-ответственной базы отдыха» и это возможность попробовать себя в чем-то новом, например, в уходе за животными или в садоводстве. Каждый гость базы отдыха может найти себе занятие по душе, тем самым внося свой вклад в окружающую среду.

С экономической точки зрения, данная база отдыха положительно скажется на области за счет следующих факторов:

- Создание уникального в области вида туризма привлечет туристический поток
- Развитие внутреннего туризма в регионе
- Образование новых кадровых мест
- Поддержка местных ремесленников
- Использование заброшенных или не эффективных территорий для создания туристического места

Помимо экономической выгоды, данный подход в отдыхе воспитывает патриотические чувства к своей малой родине.

Обобщая все вышесказанное, социально-ответственный туризм – новый тренд, который окажет положительное влияние на окружающую среду, на экономику региона и страны, на создание туристов.

Туляков К.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Галкина Ю.Е.

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: kirilltulyakov27@mail.ru

Разработка бизнес плана развития предприятия ресторанного бизнеса

Разработка бизнес-плана является краеугольным камнем успешного развития любого предприятия, в особенности в динамичной и конкурентной среде ресторанного бизнеса. Бизнес-план – это не просто формальный документ, а детальная дорожная карта, определяющая цели компании, стратегии их достижения и необходимые ресурсы. Он служит компасом, направляющим действия руководства и сотрудников, а также инструментом привлечения инвестиций и кредитных средств. Создание эффективного бизнес-плана требует глубокого понимания рынка, анализа конкурентной среды и четкого определения целевой аудитории.

Бизнес-план должен быть не только всесторонним, но и убедительным. Он должен демонстрировать потенциальным инвесторам и кредиторам обоснованность и перспективность вложений. Важно помнить, что бизнес-план – это живой документ, который необходимо регулярно пересматривать и корректировать в соответствии с изменяющимися условиями рынка [1].

Первым этапом разработки бизнес-плана является анализ текущего состояния предприятия. Необходимо оценить сильные и слабые стороны ресторана, его возможности и угрозы (SWOT-анализ). Это позволит определить конкурентные преимущества и зоны, требующие улучшения. Важно провести тщательный анализ рынка, изучить тенденции, предпочтения потребителей и действия конкурентов. Понимание целевой аудитории является ключевым фактором успеха. Необходимо определить ее потребности, вкусы и платежеспособность.

Определение целей является одним из важнейших этапов разработки бизнес-плана. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными во времени (SMART-цели). Например, увеличение прибыли на 15% в течение следующего года или расширение клиентской базы на 20%. На основе поставленных целей разрабатываются стратегии и тактики их достижения [2].

В рамках разработки бизнес-плана для предприятия общественного питания одним из критически важных разделов выступает маркетинговый план. Данный раздел должен содержать детальное описание целевой аудитории, результаты анализа конкурентной среды, стратегию ценообразования, определение оптимальных каналов продвижения, а также разработку уникального торгового предложения (УТП). УТП должно обеспечивать дифференциацию ресторана от конкурирующих предприятий и предоставлять потребителям уникальную ценность. Следует отметить, что ресторанный бизнес характеризуется высокой зависимостью от качества обслуживания и атмосферы. В связи с этим, маркетинговый план должен включать мероприятия, направленные на повышение лояльности клиентской базы и формирование положительного имиджа предприятия.

Не менее важным является операционный план, в котором описываются процессы, необходимые для обеспечения бесперебойного функционирования ресторана. Операционный план включает в себя подробное описание технологического процесса приготовления блюд, организацию работы персонала, систему закупок сырья и материалов, а также механизмы контроля качества. Оптимизация операционных процессов является ключевым фактором для снижения издержек и повышения общей эффективности деятельности предприятия [3].

Финансовый план является одним из самых важных разделов бизнес-плана. Он включает в себя прогноз доходов и расходов, анализ безубыточности, расчет показателей рентабельности и окупаемости инвестиций. Финансовый план должен быть реалистичным и основанным на достоверных данных. Необходимо учитывать все возможные риски и разработать сценарии их преодоления. В.Л. Горбунов акцентирует внимание на важности проведения анализа

чувствительности. Анализ чувствительности позволяет оценить влияние различных факторов на финансовые показатели проекта [4].

Бизнес-план должен содержать описание управленческой команды и ее опыта. Инвесторы и кредиторы должны быть уверены в том, что у руководства ресторана есть необходимые знания и навыки для успешной реализации проекта. Необходимо описать организационную структуру ресторана, распределение обязанностей и систему мотивации персонала.

Важным аспектом является оценка рисков. Необходимо выявить все возможные риски, связанные с реализацией проекта, и разработать мероприятия по их минимизации. Риски могут быть связаны с изменением рыночной конъюнктуры, повышением цен на сырье, усилением конкуренции, проблемами с персоналом и другими факторами.

В. Лосев в своей книге приводит примеры готовых бизнес-планов для разных отраслей, в том числе и для ресторанного бизнеса. Изучение этих примеров может быть полезным при разработке собственного бизнес-плана. Однако важно помнить, что бизнес-план должен быть адаптирован к конкретным условиям и целям [5].

Разработка бизнес-плана развития предприятия ресторанного бизнеса – это сложный и многогранный процесс, требующий глубокого понимания рынка, анализа конкурентной среды и четкого определения целевой аудитории. Бизнес-план должен быть не только всесторонним, но и убедительным. Он должен демонстрировать потенциальным инвесторам и кредиторам обоснованность и перспективность вложений.

Литература

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 486 с.
2. Баринов В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие/Баринов В. А., 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
3. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.
4. Горбунов В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 248 с.
5. Лосев, В. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. / В. Лосев. - М.: Вильямс, 2013. - 208 с.

Тутынин А.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Корнеев В.А.

Общество с ограниченной ответственностью «ОК «Сибшахтострой»,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Сибирский государственный индустриальный университет»
654007, Кемеровская область - Кузбасс, г. Новокузнецк, ул. Кирова, зд. 42.

E-mail: alex_ytut@mail.ru

Новые подходы к адаптации персонала в условиях кризиса в компании ООО «ОК «Сибшахтострой»

В связи с введением экономических санкций, в России в 2022-2024 г. стала активно развиваться тенденция на импортозамещение во всех отраслях промышленности, что повлекло за собой повышение объемов производства, открытие новых предприятий. Данная ситуация вызвала дефицит квалифицированного персонала на рынке труда: остро проявилась нехватка не только рабочих, но и инженерно-технических работников различных специальностей. Рынок труда превратился из рынка работодателя в рынок соискателя.

Для решения проблемы кадрового дефицита предприятия стали предпринимать следующие шаги:

- повышать заработную плату и улучшать условия труда;
- оптимизировать и автоматизировать производственные и бизнес-процессы;
- внедрять или совершенствовать имеющиеся системы адаптации и наставничества персонала.

Не стала исключением и компания ООО «ОК «Сибшахтострой», сделавшая акцент на внедрение в практику инструментов системы адаптация персонала. В начале 2025 г. в компании была пересмотрена существующая система адаптации новых работников категории «руководители, специалисты» и «рабочие» (рисунок 1), актуализировано положение об адаптации персонала.



Рис. 1 – Структура системы адаптации в ООО «ОК «Сибшахтострой»

Для успешности процесса адаптации было решено, по инициативе руководителя подразделения, закреплять за новым работником наставника из числа наиболее подготовленных членов коллектива, обладающего высоким профессиональным уровнем, коммуникативными навыками и гибкостью в общении.

Обязательно назначать наставника было решено в случаях, если новый работник:

- относится к категории «рабочий» и имеет квалификацию (разряд), ниже требуемой;

- является выпускником учебного заведения высшего или среднего профессионального образования;
- не имеет опыта практической работы по направлению деятельности, по которому был трудоустроен (смена сферы деятельности, освоение смежной профессии).

Особенности адаптации различных категорий работников представлены на рисунке 2.



Рис. 2 – Особенности адаптации различных категорий работников

Для мотивации наставников применены системы материальной и нематериальной мотивации:

- ежемесячная доплата за наставничество;
- единовременное вознаграждение, выплачиваемое наставнику, если работник проработал в компании 1 год без замечаний к выполняемой работе и нарушений Правил внутреннего трудового распорядка;
- награждение лучших наставников почетными грамотами, приуроченное к Дню строителя.

Таким образом, за счет совершенствования системы адаптации ООО «ОК «Сибшахтострой» планирует значительно снизить текучесть персонала в период испытательного срока и ускорить процесс вхождения нового работника в должность.

Литература

1. Итоги 2024 года на рынке труда. Текст: электронный // URL: <https://www.superjob.ru/pro/5978/> (дата обращения: 27.03.2025).
2. П 14.01-2025. Положение об адаптации персонала : утверждено и введено в действие приказом генерального директора от 10.02.2025 № 10/02-1 : введено взамен П 14.01-2023 : дата введения 14.02.2025 / разработано отделом менеджмента качества ООО «ОК «СШС». – Новокузнецк : 2025. – 37 с.; 29 см. – Текст : непосредственный.

Штроткин И.С.

Научный руководитель к. и. н., доцент, Гусарова М.Е.

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: super.shtrot-kinya2014@yandex.ru

Обучающие видеоролики как инструмент продвижения IT-компаний

В современном быстро развивающемся цифровом пространстве, характеризующимся огромным потоком информации, перед IT-компаниями стоит серьезная задача – эффективно донести свои идеи и продукты до целевой аудитории. В условиях жесткой конкуренции обучающие видеоклипы стали мощным инструментом, способным пробиться сквозь информационный поток и привлечь внимание пользователей. Эти короткие, динамичные и визуально привлекательные видеоролики оказывают неоценимую поддержку пользователям, осваивающим новые технологии и сложное программное обеспечение [1]. Примером этой тенденции является IT-индустрия, когда пользователи ищут решения проблем, возникающих при использовании такой операционной системы, как Windows. В большинстве случаев поиск приводит к длинным обучающим видеороликам на таких платформах, как YouTube.

Windows, являясь одним из наиболее широко используемых IT-продуктов, служит ярким примером того, как обучающие видеоролики стали неотъемлемой частью экосистемы бренда. Много блоггеров и энтузиастов постоянно создают контент, который помогает потребителям осваивать новые функции, устранять неполадки и оптимизировать производительность системы [2]. В этих видеороликах даются ответы на такие часто задаваемые вопросы, как:

1. настройка и персонализация: руководства по смене обоев на рабочем столе, настройке панели задач, созданию учетных записей пользователей и т.д.;
2. устранение неполадок: решения таких проблем, как сбои при загрузке, ошибки "синего экрана смерти", удаление вирусов и т.д.;
3. оптимизация производительности: советы по ускорению работы Windows, очистке ненужных файлов, дефрагментации жестких дисков и т.д.;
4. управление приложениями: инструкции по установке, удалению и настройке параметров безопасности приложений;
5. скрытые функции и сочетания клавиш: учебные пособия по использованию горячих клавиш, функциям записи с экрана, использованию командной строки и т.д.

Этот формат обучения идеально соответствует предпочтениям современных потребителей программного обеспечения, которые подвержены "клиповому мышлению" – это современная тенденция обрабатывать информацию короткими разрозненными фрагментами [3]. Обучающие видеоролики, которые обычно длятся всего несколько минут, посвящены решениям конкретных проблем, позволяя пользователям быстро получить нужную информацию без необходимости разбираться в длинных инструкциях или сложных руководствах.

Эффективность образовательных видеороликов для IT-компаний обуславливается рядом факторов:

- повышение вовлеченности: видеоконтент по своей сути более привлекателен, чем текстовые форматы;
- улучшение понимания: визуальные демонстрации значительно помогают в понимании сложных концепций;
- повышение лояльности к бренду: решение проблем пользователей способствует получению положительного опыта и укрепляет лояльность к бренду;
- увеличение посещаемости веб-сайта: оптимизированные для поисковых систем обучающие видеоролики привлекают целевой трафик на веб-сайт компании;
- снижение нагрузки на службу поддержки: ответы на часто задаваемые вопросы с помощью видеоуроков снижают нагрузку на команды поддержки клиентов, позволяя им сосредоточиться на более сложных вопросах.

Таким образом, обучающие видеоролики являются мощным маркетинговым инструментом для IT-компаний, позволяющим им эффективно взаимодействовать со своей целевой аудиторией, повышать лояльность к бренду и привлекать новых клиентов. В эпоху, определяемую "клиповым мышлением", этот формат предоставления контента является одновременно востребованным и перспективным [4]. IT-компаниям следует уделять приоритетное внимание инвестициям в производство высококачественных обучающих видеороликов, которые являются информативными и отражают ценности их бренда. Речь идет не просто о помощи пользователям, но о создании комплексной экосистемы, в которой бренд зарекомендует себя как надежный проводник и эксперт в своей области. В конечном счете, инвестиции в образовательный контент приносят существенную отдачу, укрепляя репутацию бренда и стимулируя рост бизнеса.

Литература

1. Зорина М. В. Вертикальные видео, как феномен современности сфере SMM и рекламы // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – №. 8 (114). – С. 71-73. (дата обращения: 01.04.2025);
2. Мухамедова М. Ф. Маркетинг и управление компаниями через социальные сети и влияние интернет-рекламы // Академическая публицистика. – 2019. – №. 5. – С. 539-545. (дата обращения: 01.04.2025);
3. Щирский Г., Азнабаев Р., Ахметова М. Клиповое мышление в жизни современного человека // Вестник науки. 2024. №6 (дата обращения: 01.04.2025);
4. Шаповалова С. Н. и др. Влияние рекламы в коротких видеороликах на молодое поколение // Научная деятельность в условиях цифровизации. – 2024. – С. 249. (дата обращения: 01.04.2025).