

Электронный научно-практический журнал

Наука и практика регионов

№ 2 (35) - 2024

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»
www.meb-journal.ru

Курская региональная общественная организация «Знание»
www.znaniyekursk.ru

E-mail: meb-journal@ya.ru

тел. 8 (4712) 70-82-56

Электронный научно-практический журнал «Наука и практика регионов»

Основной задачей электронного научного журнала «Наука и практика регионов» является оперативное и достоверное распространение информации о научных исследованиях, проводимых учеными и специалистами на территории России, стран СНГ и дальнего зарубежья.

Ежеквартальный теоретический и научно-практический журнал	Редакционный совет журнала	Редакционная коллегия журнала
Учредитель: ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», Курская региональная общественная организация «Знание»	Председатель совета Лахова Е. Ф. – к. полит. н., доцент Багдасарян В. Э. – д. и. н., профессор Московцев В. В. – д. э. н., профессор	Веревкина Ю. И. – к. и. н., доцент Гусева И. В. – к. п. н., профессор Еськова Н. А. – к. г. н., доцент Ефремова Л. И. – к. п. н., доцент
Главный редактор Окороков В. М. Заместитель главного редактора Зюкин Д. В.	Новиков В. Г. – д. э. н., д. с. н., профессор Сафронов В. В. – к. э. н., профессор	Жиляков Д. И. – д. э. н., доцент Кликунов Н. Д. – к. э. н., доцент
Дата выхода журнала 30.06.2024г.	Слатинов В. Б. – д. п. н., доцент	Муха И. В. – к. с. н., доцент
Адрес редакции и издательства: 305000, г. Курск, ул. Радищева, 35, к. 108 Тел. 8 (4712) 70-82-56 E-mail: meb-journal@ya.ru Сайт: www.meb-journal.ru	Толстых Т. О. – д. э. н., профессор Цыбовский В. Л. – к. п. н., доцент Молоткова Н. В. – д. п. н., профессор	Федоров А. В. – к. ф.-м. н., доцент Федорова Е. И. – к. э. н., доцент Филонович А. В. – д. т. н., профессор

Содержание

ИСТОРИОГРАФИЯ

К 30-ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ: СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ КУРСКОГО ИНСТИТУТА МЕНЕДЖМЕНТА, ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА Окороков В. М.	4
---	---

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ Удовиченко К. А., Ярый Я. П.	22
--	----

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ Тохунц А. А., Демченко А. А.	28
--	----

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ Сапунов А. В., Сапунова Т. А.	34
---	----

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ Козлов И. С., Максимов Н. Б., Меркулова Н. С.	38
---	----

ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА (МФЦ) Сапунова Т. А., Сапунов А. В., Фролова А. В.	42
---	----

РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Поддубных А. А., Демченко А. А.	46
---	----

ДИАГНОСТИКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТИ НАСТУПЛЕНИЯ БАНКРОТСТВА Максимов Н.Б, Меркулова Н. С.	49
--	----

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ - ТОРГОВЛИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ Шевченко А. Е., Сапунова Т. А.	55
--	----

СОБЫТИЯ, ЛЮДИ, ФАКТЫ

УЧАСТИЕ КУРСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛЕНИЯ СОЮЗА ЖЕНЩИН РОССИИ В РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ ДЕЙСТВИЙ В ИНТЕРЕСАХ ЖЕНЩИН ДО 2030 ГОДА Окорокова Г. П.	59
---	----

ИСТОРИОГРАФИЯ

К 30-ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ: СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ КУРСКОГО ИНСТИТУТА МЕНЕДЖМЕНТА, ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

Окороков В.М.,

*ректор Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, к.э.н., доцент, член Комиссии по развитию негосударственного образования при Комитете по образованию Государственной Думы РФ, член президиума Общественного Совета г. Курска, председатель правления Курской региональной общественной организации «Знание»
E-mail: vto@tebik.ru*

Аннотация. В статье представлен хронологический материал посвященный 30-летию Курского института, менеджмента, экономики и бизнеса, а также его вклад в социально-экономическое развитие Курской области и России.

Ключевые слова: история создания МЭБИК, федеральные законы РФ «Об образовании», высшее образование, дополнительное образование, социальные проекты, научно-образовательный союз «Курская парадигма», студенты и выпускники, перспективы развития, социальное сознание, социальные инвестиции.

ON THE 30TH ANNIVERSARY: THE SOCIAL MISSION OF THE KURSK INSTITUTE OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND BUSINESS

Okorokov V.M.

Annotation. The article presents chronological material dedicated to the 30th anniversary of the Kursk Institute of Management, Economics and Business, as well as its contribution to the socio-economic development of the Kursk region and Russia.

Key words: MEBIK's history of the creation, federal laws "On education", higher education, additional education, social projects, research and educational association "Kursk paradigm", students and graduates, development prospects, social consciousness, social investments.

Календарная дата 15 июля 1994 года - день рождения Курского института менеджмента, экономики и бизнеса.

I. Начало истории

В этот день вуз был зарегистрирован под названием «Институт непрерывного образования».

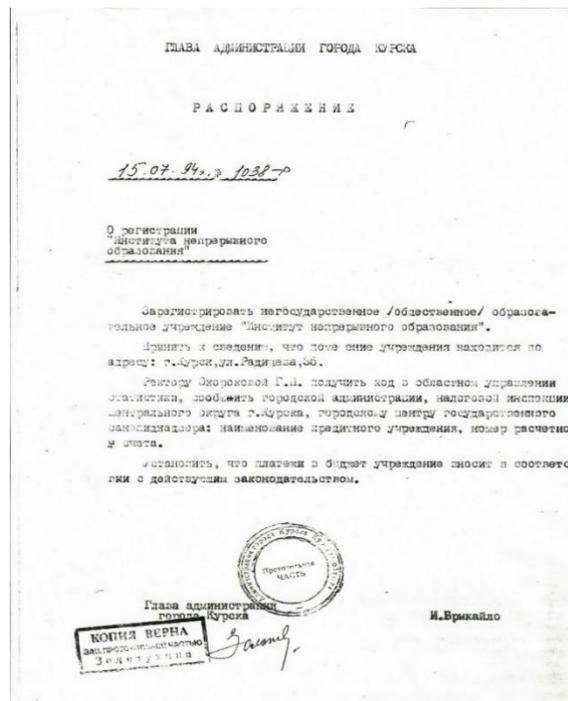


Рисунок 1 – Распоряжение о создании образовательного учреждения «Институт непрерывного образования»

Единственный учредитель вуза – Курская региональная общественная организация «Знание».



Рисунок 2 – Логотип Курской региональной общественной организации «Знание»

Именно тогда, в соответствии с первым российским законом «Об образовании» 1992 года, был заложен фундамент развития вуза.

Затем, начиная с августа 1996 года, мы следовали положениям ФЗ – 125 «О высшем и послевузовском образовании».

В настоящее время, с 2012 года, вуз действует в соответствии с новым ФЗ - 273 «Об образовании в Российской Федерации» [1].

После официальной регистрации открылись первые специальности высшего образования «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» и «Финансы и кредит», определив направления развития – подготовку специалистов экономического и управленческого профилей.

Для современной России с её нацеленностью на инновационный путь развития, актуальность программ высшего образования МЭБИК возрастает.

В 1997 году состоялся первый выпуск студентов заочной формы обучения. Тогда же институт получил новое название - «Курский естественно-гуманитарный институт».

У истоков создания вуза стояли ведущие курские учёные, члены президиума и актив областной организации Общества «Знание».

С чувством глубокой благодарности назовем их имена:

Барсуков Василий Николаевич - профессор, кандидат исторических наук;

Завьялов Александр Васильевич - профессор, доктор медицинских наук;

Иноземцева Людмила Николаевна – доцент, к.э.н.,

Муха Владимир Дмитриевич - профессор, доктор сельскохозяйственных наук;

Мясников Альберт Дмитриевич - профессор, доктор медицинских наук;

Рыжков Фёдор Николаевич - профессор, доктор технических наук;

Полнер Леонид Семёнович - профессор, доктор исторических наук;

Сафронов Вячеслав Васильевич - профессор, кандидат экономических наук;

Хроленко Александр Тимофеевич - профессор, доктор филологических наук;

Шатохин Виктор Андреевич - профессор, кандидат экономических наук.

В соответствии со сложившимся профилем обучения вуз в 1999 году изменил название на «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» (МЭБИК).



Рисунок 3 – Современный логотип Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

II. Начало большого пути

В первые годы своей деятельности, наряду с развитием направлений высшего образования, вуз вел активную реализацию программ повышения квалификации и переподготовки учителей экономики Курской области - свыше 500 слушателей в те годы прошли обучение.

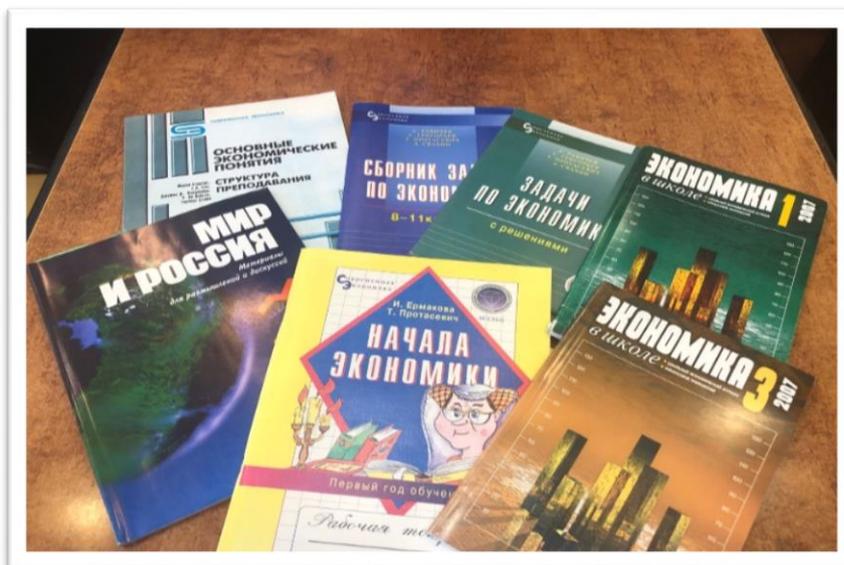


Рисунок 4 – Образцы печатной продукции

Считаем, что и сегодня, на новой методической и организационной основе, необходимо возродить данное направление дополнительного образования.

Одновременно, в 1997 году началась реализация ещё одного общественно-важного проекта.

Началось обучение глав муниципальных образований, муниципальных служащих, депутатов органов местного самоуправления. Это был международный грант программы ФАРЕ-ТАСИС. В течение 20 лет мы успешно содействовали становлению и развитию системы местного самоуправления в Курской области.

Ежегодно проходили обучение свыше тысячи слушателей из муниципальных образований региона. С сожалением отметим, что под административным нажимом со стороны отдельных чиновников исполнительной региональной власти, данная программа в 2017 году передана в другое образовательное учреждение.

Тем не менее, планируем с нового учебного года возродить обучающие мероприятия для муниципальных служащих.

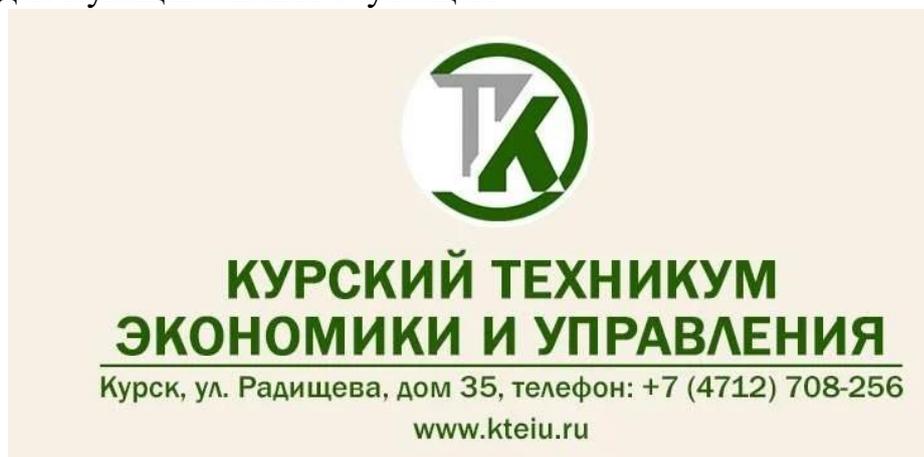


Рисунок 5 – Логотип Курского техникума экономики и управления

В декабре 1997 года МЭБИК стал учредителем СПО «Курский техникум экономики и управления». За это время выпуск из техникума составил без малого 4,0 тысячи специалистов среднего звена.

Важной вехой в истории института стал 1998 год. Был осуществлён набор первых студентов на очную форму обучения. Расширился перечень специальностей высшего профессионального образования, включая программу «Мировая экономика».

В 1999 году получила государственную лицензию первая в Курской области специальность неэкономического профиля - «Связи с общественностью» (Public Relations). Под руководством заведующей кафедрой Натальи Павловны Сазоновой - светлая память нашей коллеге, «родилась» в те годы деловая игра «Communication», направленная на развитие и формирование у студентов лидерских качеств, коммуникационных навыков, умение работать в команде.



Рисунок 6 – Исторические моменты деловой игры «Communication»

Отметим, что и сегодня, 25 лет спустя, курские студенты и старшеклассники по-прежнему с большим удовольствием играют в «Communication».

III. Важные вехи в истории МЭБИК

В 2000-м году МЭБИК успешно прошёл первую государственную аттестацию и аккредитацию. В том же году создан факультет управления и связей с общественностью, открыта специальность «Государственное и муниципальное управление». Таким образом, опыт, полученный вузом при реализации программы подготовки муниципальных служащих, получил дальнейшее развитие уже в рамках системы высшего профессионального образования.

В 2001 году принято важное стратегическое решение о создании филиальной сети вуза. Открылись филиалы в Железногорске и Рыльске. В дальнейшем к ним прибавились представительства вуза в Судже и Щиграх (2002 год), Дмитриеве (2004 год), Курчатове и Обояни (2005 год), Касторном (2006 год).

Однако, решение о сокращении в России числа филиалов и представительств вузов на местах, вынужденным образом коснулось и нас. Жаль, что сведена к минимуму добротная основа работы в регионах. Недавно новый глава г. Железногорска обратился к нам с просьбой восстановить работу филиала. Пока, по объективным причинам, не можем принять к рассмотрению решение этого вопроса.

В 2002 году открыта специальность «Менеджмент организации». Создан третий факультет – факультет менеджмента. Государственную аккредитацию получил Учёный совет института. Активно развивались международные контакты. Большое внимание уделялось взаимодействию вуза с работодателями. При институте создаётся Совет руководителей служб по управлению персоналом предприятий и организаций, преобразованный в настоящее время в «Курский Клуб Кадровик».

В 2003 году открыты новые специальности: «Управление персоналом», «Маркетинг», «Прикладная информатика в экономике». Созданный в то время Попечительский совет института оказал большую поддержку в привлечении средств для развития вуза, установлению Стипендиального фонда. Ежегодно лучшие студенты - до 50 человек - получали стипендии попечителей и членов ассоциации выпускников МЭБИК. В настоящее время эта традиция продолжает развиваться. Например, во втором семестре 2023-24 года студентам выплачивается 30 стипендий, в основном, за счет средств представителей как малого, так и крупного бизнеса. А учредитель – организация «Знание», на 2024 -25 учебный год выделила 20 мест для обучения студентов за счет своих средств.

В 2003 году учреждена Ассоциация выпускников МЭБИК. Ежегодно, каждую третью субботу декабря, проходят встречи выпускников. Исключением были только два «ковидных» года.

В 2004 году, в свой 10-летний юбилей институт осуществил первый выпуск по специальности «Связи с общественностью».

В 2005 году МЭБИК совместно с Институтом международного сотрудничества Немецкой ассоциации народных университетов реализовал международный научно-исследовательский проект «Создание и совершенствование антикоррупционного механизма в гражданском обществе». Этот проект имеет долговременный эффект, способствуя взаимодействию органов власти и социально-ориентированных некоммерческих организаций в вопросах противодействия коррупции. Президент МЭБИК Г. П. Огорокова является с 2010 года членом Совета при Президенте России по противодействию коррупции, членом аналогичной комиссии при Губернаторе Курской области.

В 2009 году в вузе впервые открылись программы переподготовки безработных граждан, которые работают и по настоящее время. Только в текущем году факультет дополнительного образования имеет с центрами труда и занятости договоров на сумму 4,1 млн. рублей.

В соответствии с Указом Президента России от 2007 года о переходе на двухуровневую систему, 2008-2010 годы были посвящены переходу со специалитета на бакалавриат и магистратуру. Магистратура открылась в 2010 году, насчитывая к нынешнему году свыше 550 выпускников. Теперь начинается обратный процесс – восстановление уровня подготовки «специалист» вместо бакалавриата. Изменения коснутся и магистратуры [2].

В 2012 году официально оформился, как структурное подразделение, факультет дополнительного образования. Осенью этого же года в вузе началось обучение студентов с применением дистанционных технологий.

В 2021 году МЭБИК получил лицензию на право готовить бакалавров в сфере юриспруденции по профилю «Гражданское и предпринимательское право».

IV. Время объединяться

Уже в далеком 2005 году МЭБИК интуитивно почувствовал необходимость объединения с другими некоммерческими организациями. Это проявилось в форме Образовательной корпорации «Дом Знаний». В нее вошли – МЭБИК, «Курский техникум экономики и управления», Образовательная организация дополнительного образования «Дом знаний». Корпорация приняла этический кодекс, отразивший правила поведения участников объединения.

В 2011 году число участников образовательной корпорации увеличилось до шести. Новый этап развития произошел в 2017 году. Выкристаллизовалась идея преобразования образовательной корпорации «Дом знаний» в научно-образовательный общественный союз «Курская парадигма». Сейчас в союз входит 12 организаций [5].

Решение об объединении оказалось стратегически верным. Совместная реализация многих социально-значимых проектов, участие в грантовых конкурсах, различных акциях укрепляет и расширяет миссию организаций, членов НООС «Курская парадигма». Под зонтичным брендом на базе института, Дома знаний стало традицией ежегодное проведение международных апрельских научно-практических конференций, участие в качестве соучредителя в Гражданских форумах Курской области.



Рисунок 7 – Логотип НООС «Курская парадигма»

V. Социальные проекты вуза - сильная сторона миссии!

Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса совершенствует формы и методы работы в региональном общественном пространстве, развивая важнейшие социально-значимые проекты.

Социальный проект, которому 30 лет!

«Народный университет сеньоров граждан третьего возраста»

Вуз является учредителем образовательных программ для старшего поколения.



Рисунок 8 – Кадры работы Народного университета сеньоров

Так, за 30 лет Народный университет señьоров закончили более пяти тысяч граждан пожилого возраста. Они получили самые разносторонние знания, приобрели физкультурные навыки, изучают иностранные языки, занимаются творчеством.

Совместно с комитетом социального обеспечения Курской области, отделением пенсионного фонда, прошли обучение компьютерной грамотности 630 граждан пенсионного возраста. Именно наш опыт положен в основу создания народных университетов в районах и городах Курской области.

Гордость студентов, выпускников и преподавателей вуза - народный музей «Рушники Соловьиного края»

Начало созданию музея положено в 2002 году, когда студент МЭБИК успешный предприниматель Виктор Федоров, получавший у нас второе высшее образование, приобрел на женской выставке прекрасный рушник и подарил его ректору вуза Галине Павловне.

В настоящее время в музее более 1000 экспонатов. Директором музея работает доцент МЭБИК Любовь Иосифовна Ефремова. Большое спасибо Любви Иосифовне за сохранение народных традиций!

Народный музей «Рушники Соловьиного края» удостоен премии Торгово-промышленной палаты Российской Федерации «Золотой Меркурий» в номинации «За вклад в сохранение художественных промыслов в России».

Социально-патриотические проекты «Народный Покров Победы», «Историческое наследие Победы – гордость семьи», «Формула Победы»



Рисунок 9 – Деятельность в рамках проекта «Народный Покров Победы»

Социально-патриотический проект «Народный Покров Победы», стал в 2012 году победителем Губернаторского гранта, а затем перешел на новый этап своей реализации в рамках гранта Национального благотворительного фонда. Проект был реализован в Брянской, Липецкой, Белгородской, Калужской, Тульской и Воронежской областях. Он стал патриотической визитной

карточкой студенческого и лекторского актива, женских организаций курского региона, студентов вузов Центрального федерального округа.

В 2015 года студенты и наши преподаватели, учителя и школьники, лекторский и женский актив включились в реализацию нового проекта «Историческое наследие Победы – гордость семьи». Создавались добровольческие молодёжные отряды для работы с семьями, чтобы помочь создать историю семьи и генеалогическое древо, записать воспоминания об участниках Великой отечественной войны, создать новые музейные экспозиции о людях военного поколения.

Третьей частью патриотического движения можно назвать Губернаторский грант 2023 года на реализацию проекта «Формула Победы Курской земли», который создает героические образы земляков через театральное творчество молодежного театра ЗД.

Получена небольшая поддержка от Губернатора на этот проект и в этом году.

Социальный проект «Символы малой родины»

Преподаватели, студенты, реализуя грант Росмолодежи, издали каталог «Символы и гордость Курского края. Наши малые Родины».



Рисунок 10 – Брендированная продукция в рамках проекта «Символы малой родины»

Разработаны 10 информационно-образовательных маршрутов:



Рисунок 11 – Образцы информационно-образовательных маршрутов проекта «Символы малой родины»

Данный проект продолжился в Союзе женщин России. Союз стал победителем в Президентских грантах 2017 года по данной теме, включив преподавателей МЭБИК в качестве соисполнителей данного проекта. В 2023 году социальный проект о знаменитых людях, прославивших Курскую область - «Гордость соловьиного края» стал победителем Президентских грантов.

Гражданские Форумы Курской области

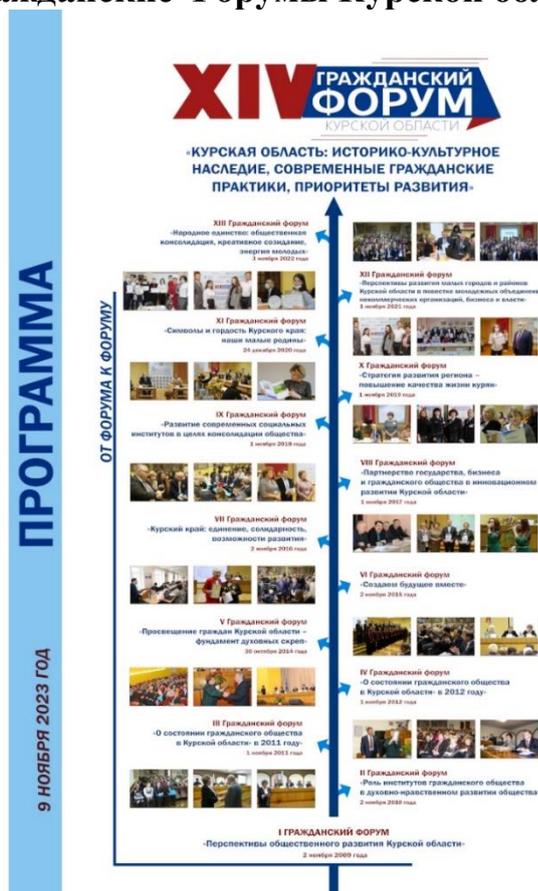


Рисунок 12 – Хронология Гражданских форумов Курской области

Это ежегодные Гражданские форумы, инициатором и соучредителем которых является наш вуз. Форумы проводятся в Доме знаний. Гражданские форумы стали визитной карточкой институтов гражданского общества Курской области. Традиционно форумы приурочены к празднованию Дня народного единства. В текущем году планируется организация XV Гражданского форума.

Молодежный театр «ЗД» МЭБИК

Молодежный театр «ЗД» Курского института менеджмента, экономики и бизнеса создан в 2013 году.

В репертуаре театра 12 спектаклей. Театр – обладатель Гран-при, пятикратный лауреат и дипломант областного фестиваля студенческого творчества «Студенческая весна Соловьиного края». Награжден специальными дипломами: «Лучший актерский ансамбль», «Лучшая хореография», «Лучшая

работа по пластическому воплощению художественных образов», стал любимым театром у молодежи, граждан разных возрастов в Курском регионе и далеко за его пределами.



Рисунок 13 – Деятельность молодежный театр «3Д» МЭБИК

С декабря 2023 года Театр стал самостоятельным юридическим лицом и членом НООС «Курская парадигма».

Школа гражданской активности

В течение пяти лет, совместно с Союзом женщин России, реализуем образовательную программу «Школа гражданской активности».

За это время организовано обучение свыше 750 слушателей, активистов городских и районных профсоюзных, женских, молодежных организаций, руководителей сельских муниципальных образований, молодых экскурсоводов, актива организации «Молодежный интеллект-клуб», представителей семейного агробизнеса региона, предпринимательницы малого бизнеса и социального предпринимательства, самозанятые Курской области и Центрального федерального округа.



Рисунок 14 – Участники Школы гражданской активности

По итогам обучения слушатели получают удостоверение о повышении квалификации МЭБИК по программе «Эффективное управление некоммерческой организацией», «Эффективное управление малым предприятием».

Огромную благодарность выражаем за поддержку ШГА Союзу женщин России, лично Екатерине Филипповне Лаховой.

Член НООС «Курская парадигма» общественная организация «Ресурсный просветительский центр» стал победителем небольшого губернаторского гранта 2024 года: «Правосознание поколения Z». Это значит, что в школе гражданской активности пройдут обучение 80 советников по воспитательной работе директоров школ области.

Социальный проект «Развитие наставничества в предпринимательской среде»

МЭБИК – вуз, готовящий кадры для работы в малом бизнесе, ведет подготовку молодых предпринимателей и повышение их квалификации.

Ученым Советом в 2017 году принято решение о развитии наставничества в предпринимательской среде, разработаны соответствующие документы. Расцениваем проект как реальное содействие в реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

К настоящему времени подготовлены в настоящее время в регионе 65 наставников в предпринимательстве, которые оказали поддержку 160 молодым коллегам, начинающим собственный бизнес. Наставниками для предприятий социального бизнеса стали 6 наставников из Курской, Воронежской, Липецкой областей [3].

Министерство образования и науки России включило в свой проект «Женщины: Школа наставничества» кандидатуру Президента МЭБИК, а студентка из КГУ была наставляемой Галины Павловны. Проект стал победителем в одной из номинаций Министерства образования и науки России, что и приятно, и почетно. Благодарим Галину Павловну и «группу поддержки» в лице Дмитрия Викторовича Зюкина за убедительный пример наставнической деятельности.



Рисунок 15 – Благодарность Окороковой Г. П. за участие в проекте «Женщины: Школа наставничества»

Социальный проект «Клубное движение»: Клуб женщин-предпринимательниц, Клуб НАСТАВНИК, «Курский Клуб Кадровик»

Постепенно, в том числе, благодаря обучающей программе для предпринимательниц, стала звучать тема о создании Клуба женщин - предпринимательниц в рамках поддержки национального проекта по малому и среднему предпринимательству. В 2022 году создан Клуб-предпринимательниц [4].



Рисунок 16 – Кадры клубной деятельности Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

В клубе свыше 60 представительниц малого и среднего бизнеса из Курска, Железногорска, Рыльска, Обояни, Октябрьского района.

В Год педагога и наставника создали Клуб «Наставник». В нем 45 славных представителей старшего поколения. Подобные Клубы созданы или находятся в стадии создания в каждом районе и городе региона. Мы поддерживаем такое внимание к старшему поколению, считая это своей миссией.

Воссоздан и действует «Курский Клуб Кадровик», президентом которого является выпускница МЭБИК Наталья Лепина.

Новый социальный проект: Региональный конкурс «Женщина – хозяйка на селе»

Впервые в текущем году организован первый региональный Конкурс «Женщина – хозяйка на селе». Общий девиз конкурса «Село в порядке – страна в достатке».

МЭБИК – один из учредителей конкурса.

Победителями стали 25 женщин сельских поселений, работающих в сельских учреждениях, на сельхозпредприятиях, принимающих участие в общественной жизни.

Конкурс получил большой положительный резонанс. Он содействует развитию сельских населенных пунктов с помощью трансляции лучших практик и проектов, инициированных и реализованных женщинами в сельской местности. Данный проект упрочил деловые контакты вуза с Министерством сельского хозяйства Курской области.



Рисунок 17 - Региональный конкурс «Женщина – хозяйка на селе»

Выполняя решения XVII Международной научно-практической конференции «Формирование современного экономического образа мышления:

теория, практика, паттерны поведения, просвещение», преподаватели МЭБИК Дарья Григорьевна Олейникова, Олег Ибрагимович Рашидов, Николай Дмитриевич Кликунов, выступили с инициативой создания дискуссионного студенческого Клуба ЭКОНО в целях формирования экономического образа мышления.

Клуб успешно стартовал весной. В его составе и студенты, и старшие школьники. Теперь встречи продолжатся осенью, после каникул.



Рисунок 18 – Деятельность Клуба ЭКОНО
Социально-значимый проект «Над профессией: стань лучшим!»



Рисунок 19 – Логотип проекта «Над профессией: стань лучшим!»

По этой теме МЭБИК получил поддержку Фонда Президентских грантов в 2024 году. Партнерами проекта стали два вуза: Донецкая академия управления и государственной службы, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Туган-Барановского. В соответствии с планом действий, уже подготовлены преподаватели– наставники по методике формирования надпрофессиональных компетенций у студентов.

Еще одна новация проекта: создание Союза управленческих вузов ЦФО, новых территорий и вуза-партнера из Минска. Ведется активная разработка концепции стратегии нового Союза.

Проект «Тимуровская команда - новые горизонты»

Новый социально-патриотический проект, разработанный преподавателями и партнерами, получил поддержку гранта Губернатора Курской области.

Он включает подготовку спектакля по повести Аркадия Гайдара «Тимур и его команда», выезд в районы, обсуждение спектакля. К реализации проекта будут привлечены члены молодежной организации «Движение первых».

Подводя итог многолетней последовательной деятельности МЭБИК по созданию и реализации различных социальных проектов убеждаемся в их эффективности. Создаются условия для развития партнерства между вузом, предприятиями, социально-ориентированными НКО, учебными заведениями.

Деятельность участников проектов способствует установлению общественной ответственности, формированию нового социального сознания человека, переносу центра тяжести на общественно-экономические приоритеты, на социальные инвестиции в человеческий капитал.

Гуманитарная поддержка участникам СВО и членам их семей

Данная тема актуальна для нас, как и для всех россиян, начиная с 24 февраля 2022 года. Именно в первые дни СВО группа выпускников Курского техникума экономики и управления, проходивших службу в рядах российской армии, стали участниками военной операции.

Мы перечисляем денежные средства в фонд поддержки СВО.

Участвуем в различных благотворительных акциях.

Это наш долг. Будем его исполнять до завершения СВО.

МЭБИК – вуз небольшой, расположенный в современном, комфортном здании в центре Курска. Именно камерность создает особую теплоту и почти домашнюю обстановку, в которой высшей ценностью признаются порядочность и ответственность, столь необходимые сегодня.

В нашу Alma-mater мы вкладываем свой труд, свою любовь, свою душу. Мы учим и учимся в атмосфере сотрудничества, сотворчества, созидания.

Уверены, наши выпускники, нынешние и будущие, пополнят ряды тех, кто с оптимизмом смотрит в завтрашний день и будет способствовать тому, чтобы Россия становилась процветающей страной. Мы гордимся, что за 30 лет МЭБИК дал путевку в жизнь 20,0 тыс. выпускников.

Сегодня высшее образование, полученное в Курском институте менеджмента, экономики и бизнеса, приветствуется студентами из многих российских регионов. Почти 2000 студентов МЭБИК - это завтрашний день нашей страны, нашего региона, семьи. Будем делать все, чтобы будущие специалисты отвечали новым требованиям современного российского общества и экономики.

Главное – не остановиться на достигнутом этапе.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36698>
2. Огороков А.В. вопросу о трансформации системы высшего образования //Экономические науки, 2020, № 12 (193). С.144-150. - Текст: непосредственный
3. Огороков А.В. Наставничество как составляющая миссии научно-образовательного общественного союза «Курская парадигма» // Материалы XXI научно-практической международной конференции «Наставничество. Имплементация в научных, образовательных, предпринимательских, молодежных сферах». Сборник материалов конференции. – Курск: Изд-во МЭБИК, 2022. – 88 с - Текст: непосредственный
4. Сайт Курского института менеджмента, экономики и бизнеса <https://mebik.ru/>
5. Сайт научно-образовательного общественного союза «Курская парадигма» <https://nooskr.ru/novosti/>

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Удовиченко К. А.,

к.э.н., старший преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности ФГБОУ ВО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ», РФ, ДНР, г. Донецк
E-mail: kudovichenko_mvд21@mail.ru

Ярый Я. П.,

обучающийся образовательной программы магистратуры ФГБОУ ВО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ», РФ, ДНР, г. Донецк
E-mail: meb-journal@yandex.ru

Аннотация. В статье обосновано, что налаживание международных связей отдельными предприятиями способно оказывать положительное влияние как на процессы внутри самого предприятия, так и на состояние отечественной экономики, в данном случае активная ВЭД выступает стабилизирующим фактором, за счет дополнительных бюджетных и валютных поступлений. Одной из первых задач для предприятия, планирующего проводить ВЭД связано с созданием соответствующих уполномоченных подразделений предприятия, определение направлений в котором планируется осуществление ВЭД, формированием стратегии ВЭД и поэтапная ее реализация. Обосновано, что важнейшими факторами, определяющими степень успешности ВЭД является избрание потенциального объекта взаимодействия, анализ правовой среды реализации ВЭД. Предложены основные направления решения проблем и вызовов, которые встают перед предпринимателями и национальной экономической системой в контексте развития внешнеэкономических связей на уровне государственных структур и на уровне предпринимательских структур.
Ключевые слова: управление внешнеэкономической деятельностью предприятия, внешнеэкономические связи, стратегия ВЭД предприятия.

STRATEGIC DECISIONS IN THE MANAGEMENT OF THE COMPANY'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Udovichenko K. A., Yaryi Ya. P.

Annotation. The article substantiates that the establishment of international relations by individual enterprises can have a positive impact both on the processes within the enterprise itself and on the state of the domestic economy, in this case, active foreign

economic activity acts as a stabilizing factor, due to additional budget and foreign exchange revenues. One of the first tasks for an enterprise planning to conduct foreign economic activity is associated with the creation of appropriate authorized divisions of the enterprise, determining the directions in which it is planned to implement foreign economic activity, forming a foreign economic activity strategy and its phased implementation. It is proved that the most important factors determining the degree of success of foreign economic activity is the selection of a potential object of interaction, the analysis of the legal environment for the implementation of foreign economic activity. The main directions of solving the problems and challenges that entrepreneurs and the national economic system face in the context of the development of foreign economic relations at the level of state structures and at the level of business structures are proposed.

Key words: management of foreign economic activity of the enterprise, foreign economic relations, strategy of foreign economic activity of the enterprise.

Современное состояние мировой экономической системы характеризуется сохранением тенденций к глобализации и усилению процессов интеграции производственных, общественных, информационных и инновационных направлений управления и организации взаимодействия между субъектами хозяйствования на всех уровнях данной системы. Указанные процессы побуждают полномочные органы государства к формированию гибкой экспортоориентированной стратегии, которая бы обеспечила конкурентное развитие национальной экономики за счёт усиления влияния институциональной среды на развитие наиболее конкурентоспособных секторов экономики и стимулирования осуществления ВЭД. На современный показатель экспорта влияют валютная и промышленная политика, а также факторы институциональной среды, в соответствии с которыми и в основном растёт стоимость экспорта в следствии девальвации валюты, а не увеличение производства продукции с высокой валовой добавленной стоимостью [1]. Другим негативным фактором является превалирование доли сырьевого экспорта, содержащего в себе ряд рисков, связанных с экономической безопасностью государства.

Следует признать, что в настоящее время отсутствуют объективные предпосылки формирования целостных концепций развития ВЭД отечественных предприятий на государственном уровне, что вызвано рядом политических и геополитических причин. Впрочем, налаживание международных связей отдельными предприятиями способно оказать положительное влияние как на процессы внутри самого предприятия, так и на состояние отечественной экономики [2]. В данном случае активная ВЭД выступает стабилизирующим фактором, за счёт бюджетных и валютных поступлений. Со стороны предприятия, освоение международных рынков сбытов продукции заставляет ее управленческий состав оптимизировать производственные и логистические процессы, от качественного характера организации которых в процессе внедрения ВЭД на прямую зависит

успешность предприятия. Вместе с тем, предприятие получает доступ к пользованию преимуществами процессов трансфера технологий.

Активная внешнеэкономическая деятельность предприятия оказывает положительное влияние на структуру и характер бизнес-процессов внутри организации и результаты ее деятельности в целом, служа своеобразным индикатором эффективности управления предприятия. Однако, налаживание иностранных партнёрских связей с хозяйствующими субъектами предусматривает сложный процесс, связанный с созданием соответствующих уполномоченных подразделений предприятия, определение направления в котором планируется осуществление ВЭД, формированием стратегии ВЭД и поэтапная ее реализация [3].

Одной из первых задач предприятия, планирующего проводить ВЭД является формирование отдельного подразделения с соответствующей специализацией. Полномочиями такого подразделения включают:

- разработку стратегии ВЭД как составляющей общей стратегии предприятия;
- сбор информации, исследование и анализ перспективных рынков сбыта продукции;
- формирование клиентской базы, разработка и выполнение соглашений по экспортно-импортным операциям;
- контроль за соблюдением торговых обязательств по экспортно-импортным операциям;
- информационное обеспечение потенциальных клиентов, организация официальных мероприятий, рекламных акций и тд.

Важными факторами, определяющими степень успешности ВЭД является избрание потенциального объекта взаимодействия (ценовой и логистический фактор), анализ правовой среды реализации ВЭД (система налогообложения, наличие тарифных барьеров и других правовых ограничений), исследование конкурентной среды (анализ потенциальных конкурентов).

Развитие предприятия, в контексте внешнеэкономического сотрудничества, базируется на существовании чёткой и комплексной стратегии построения и развития таких отношений. На основе вышеизложенного можно определить следующие три основных уровня формирования стратегии ВЭД, которые представлены в табл.1.

Таблица 1 - Основные уровни формирования стратегии ВЭД

Производственно-технический уровень	На данном уровне осуществляется оценка ресурсного потенциала предприятия, степени конкурентоспособности существующего ассортимента товаров, осуществляется разработка перспективных экспортных образцов новых продуктов, обеспечивается организация образцов новых продуктов, обеспечивается организация производства данных товаров в соответствии с производственно-техническими условиями и стандартами продукции, реализуемых на экспорт.
Организационно-правовой уровень	Предусматривает изучение законодательной базы по регулированию субъектов ВЭД, а именно подробное изучение законодательных процедур, предусмотренных Таможенным кодексом, особенностей государственной политики в отношении производителей-экспортёров (возможность получения налоговой преференции) и основательный анализ валютного

	законодательства, а именно процедур покупки, продажи валюты и осуществление международных расчётов с контрагентами. Кроме изучения особенностей регулирования ВЭД в национальном законодательстве, организационно-правовой уровень разработки стратегии предусматривает анализ нормативно-правовой среды стран чьи рынки представляют экономический интерес предприятию.
Организационно-экономический уровень	Является ключевым элементом разработки стратегии организации международного экономического сотрудничества предприятия. Основными объектами анализа и планирования являются макроэкономическая среда (экономический, социальный, политический и культурный аспект) и потенциальные рынки сбыта продукции.

Следующим шагом после разработки стратегии является оперативно-технических задач, связанных с формированием системы организации контакта с иностранным контрагентом (силами специализированного подразделения предприятия или с привлечением дилеров), избранием формы соглашения и составления соответствующих условий контракта, организация процесса подписания и выполнения условий соглашения [4]. Хотелось бы подчеркнуть, что не нужно забывать о важном барьере в поисках и переговоров с потенциальным партнёром, как кросс культурные разногласия, под которыми понимают традиции, ментальность, духовные ценности народов, которые являются следствием их длительного исторического развития. В этом аспекте очень важным является культурная ориентация на будущего контрагента, поскольку, предлагая сотрудничество, нужно учитывать, какие товары и услуги пользуются спросом на рынке потенциального партнёра.

Вообще, существует несколько подходов к организации ВЭД предприятия и особенностей его привлечения к конкурентным рынкам. В качестве примеров общих направлений реализации вхождения предприятия на рынок некоторые учёные выделяют реактивные и проективные подходы.

Реактивный подход подразумевает выбор предприятием пассивной позиции, ожидание случайных заказов и применения только базовых (минимальных) действий при заключении внешнеторгового контракта.

Проективному подходу свойственна активизация поиска и сегментация потенциальных рынков. Такой подход может включать в себя как проведение маркетинговых исследований, так и опору на личный опыт управления.

Основными проблемами стратегического планирования есть такие:

- низкий уровень осведомлённости о состоянии внешнего рынка;
- ограниченность финансирования;
- проявление экономического кризиса;
- глобализация и т.д.

Кроме исследования и анализа внутривозрастных аспектов деятельности предприятия значительное влияние на ее стратегию осуществляет бизнес-среда функционирования предприятия чьё влияние обуславливается существующим механизмом регламентирования внешнеэкономических торговых операций субъектов хозяйствования [5].

Основные направления решения проблем и вызовов, которые встают перед предпринимателями и национальной экономической системой в контексте развития внешнеэкономических связей:

Уровень государственных структур:

- разработка комплексной экспортоориентированной концепции развития наиболее конкурентоспособных отраслей экономики, поддержка и модернизация высокотехнологичных обрабатывающих предприятий с высоким уровнем добавленной стоимости;

- оптимизация налогового, таможенного и валютного законодательства, для формирования благоприятной среды производства и расширения направлений ВЭД отечественными компаниями;

- обеспечение надлежащего уровня материального обеспечения научно-технической и инновационной деятельности со стороны государства.

Уровень предпринимательских структур:

- формирование комплексной технически обоснованной стратегии производства ВЭД, основанной на анализе рыночных показателей внешней среды, разработка нового и повышение качества существующего ассортимента товаров экспортной направленности, гибкой ценовой политики и применения современных информационно коммуникационных систем для оптимизации процессов, и кадрового состава предприятия;

- разработка средств предупредительного воздействия негативных воздействий внешней среды, путём формирования чёткой внутренней системы управления ограниченной относительно влияния экзогенных факторов;

- целенаправленное управление ВЭД в соответствии с определёнными направлениями экспортоориентированной стратегии на основе чётко определённых тактических и оперативных прогнозируемых технико-экономических показателей деятельности предприятия.

Выводы. В результате проведённого исследования, можно утверждать о наличии отрицательных тенденций развития реального сектора экономики, проявляющегося в углублении существующих региональных диспропорций и структурных дисфункций, результатом чего является снижение уровня конкурентоспособности продукции отечественных предприятий и национальной экономики в целом. В таких условиях предприятие вынуждены оптимизировать собственную производственную, информационную и логистическую сеть, самостоятельно искать пути вхождения и эффективного функционирования на внешних рынках. Рекомендованными мерами для таких предприятий предлагается формирование отдельного отдела управления ВЭД параллельно с поэтапной разработкой комплексной стратегии входа и работы на международных рынках. Данный процесс охватывает производственно-технический, организационно-технический уровни разработки.

Достаточное внимание должно быть уделено организации оперативной работы и «сглаживанию» социокультурных различий. Описанные условия внутренней и внешней среды ставят перед предпринимателями и государственными структурами ряд важных вызовов. Залогом организации

эффективной ВЭД как на общегосударственном, так и микроуровне является разработка адекватной стратегии развития экспортоориентированной экономики, оптимизация условий нормативно-правового поля и формирование действенных защитных и организационных механизмов управления предприятием в сфере ВЭД.

Список использованных источников

1. Соколова, Н. В. Управление внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия / Н. В. Соколова, М. Л. Елисеева // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-2. – С. 140-146. – EDN VEESYT.
2. Вазигатова, Г. Р. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью коммерческого предприятия / Г. Р. Вазигатова // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. – 2021. – № 3(25). – С. 76-82. – EDN SCQANK.
3. Трифонова, Е. Ю. Методология стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятий : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Трифонова Елена Юрьевна. – Нижний Новгород, 2009. – 46 с. – EDN NKVWUX.
4. Меджитов, М. Х. Особенности управления внешнеэкономической деятельностью предприятия / М. Х. Меджитов, О. М. Кузьмина // Современный менеджмент: теория и практика: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Магнитогорск, 14–16 марта 2017 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2017. – С. 21-24. – EDN YOPVRX.
5. Юрова, Н. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Мировая экономика" / Н. В. Юрова. – Минск: Белорусский государственный университет, 2020. – 131 с. – ISBN 978-985-566-952-5. – EDN GFVDGR.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тохунц А. А.,

студентка 4 курса ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал), г. Курск
E-mail: alinatokhunts@mail.ru

Демченко А. А.,

доцент, к.э.н. ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал), г. Курск
E-mail: daapost@gmail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию теоретико-методологических и практических аспектов управления потоками закупочной деятельности предприятия и путей ее оптимизации.

Ключевые слова: управление, логистика, закупочная деятельность, оптимизация, карта процессов.

MANAGEMENT OF THE COMPANY'S PROCUREMENT ACTIVITIES

Tokhunts A. A. Demchenko A. A.

Annotation. Article is devoted to consideration of teoretiko-methodological and practical aspects of an assessment of investment appeal of the enterprise of the food industry as instrument of increase of investment activity in the region

Key words: management, logistics, procurement activities, optimization, process map.

Ключевым аспектом деятельности любой промышленно-торговой компании является взаимодействие с внешней средой для обеспечения необходимыми ресурсами. Оптимизация процесса поставок материалов, их ассортимента, объемов и качества напрямую влияет на непрерывность производственного цикла, стандарты качества выпускаемой продукции и, как результат, на финансовые показатели предприятия, включая прибыль и рентабельность.

Не менее важно осознавать, что стратегическое управление закупками играет решающую роль в бизнес-процессах, так как логистические издержки в этой области могут составлять от 40% до 60% от общей себестоимости выпускаемой продукции в различных секторах экономики. В структуре затрат на закупки основную долю занимают стоимость ресурсов, расходы на логистику и управление запасами.

Закупочная логистика — это функциональная подсистема общей логистической системы предприятия, охватывающая комплекс операций по управлению материальными потоками, необходимыми для производства, включая товары и услуги, и базирующаяся на фундаментальных принципах логистики.

Если же мы говорим об управлении закупками на предприятии, то это так называемый систематический подход к организации и контролю над процессами закупок с целью обеспечения эффективности, экономии ресурсов и минимизации рисков.

В настоящее время основное внимание уделяется удовлетворению потребностей клиентов, построению долгосрочных отношений с поставщиками, оценке операций цепочки поставок и достижению наилучшего результата при минимальных затратах по сравнению с конкурентами. Для совершенствования управления закупками необходим комплексный подход, включающий разработку новых методов оптимизации и улучшение взаимодействия отдела закупок с другими службами предприятия.

Для исследования закупочной деятельности выбрана торговая сеть. Стоит отметить, что компания уделяет большое внимание собственному производству, реализуя макаронные изделия и крупы, кондитерские изделия и выпечку, молочную продукцию и многое другое.

Также компания активно развивает интернет-гипермаркет, в котором потребители с легкостью могут выбрать необходимый товар и оформить заказ с доставкой и самовывозом из ближайшей торговой сети.

Миссия Торговой компании «Х» заключается в стремлении повысить удовольствие людей от ежедневных покупок, предлагая первоклассные, свежие и эксклюзивные продукты, тщательно отобранные из множества вариантов. Они отдают приоритет своим клиентам и сотрудникам, уделяют первоочередное внимание вопросам окружающей среды и безопасности.

На рисунке 1 отражены основные бизнес-процессы закупок на предприятии.

Рассмотрев основные процессы закупки, можем отметить, что он является довольно непростым и трудоемким. Первые 4 процесса можно оптимизировать с помощью системы Forecast NOW, которая оптимизирует складские запасы и автоматизирует расчёт заказов торговых компаний с учетом таких рисков как: задержка в поставках, скачок спроса, человеческий фактор.

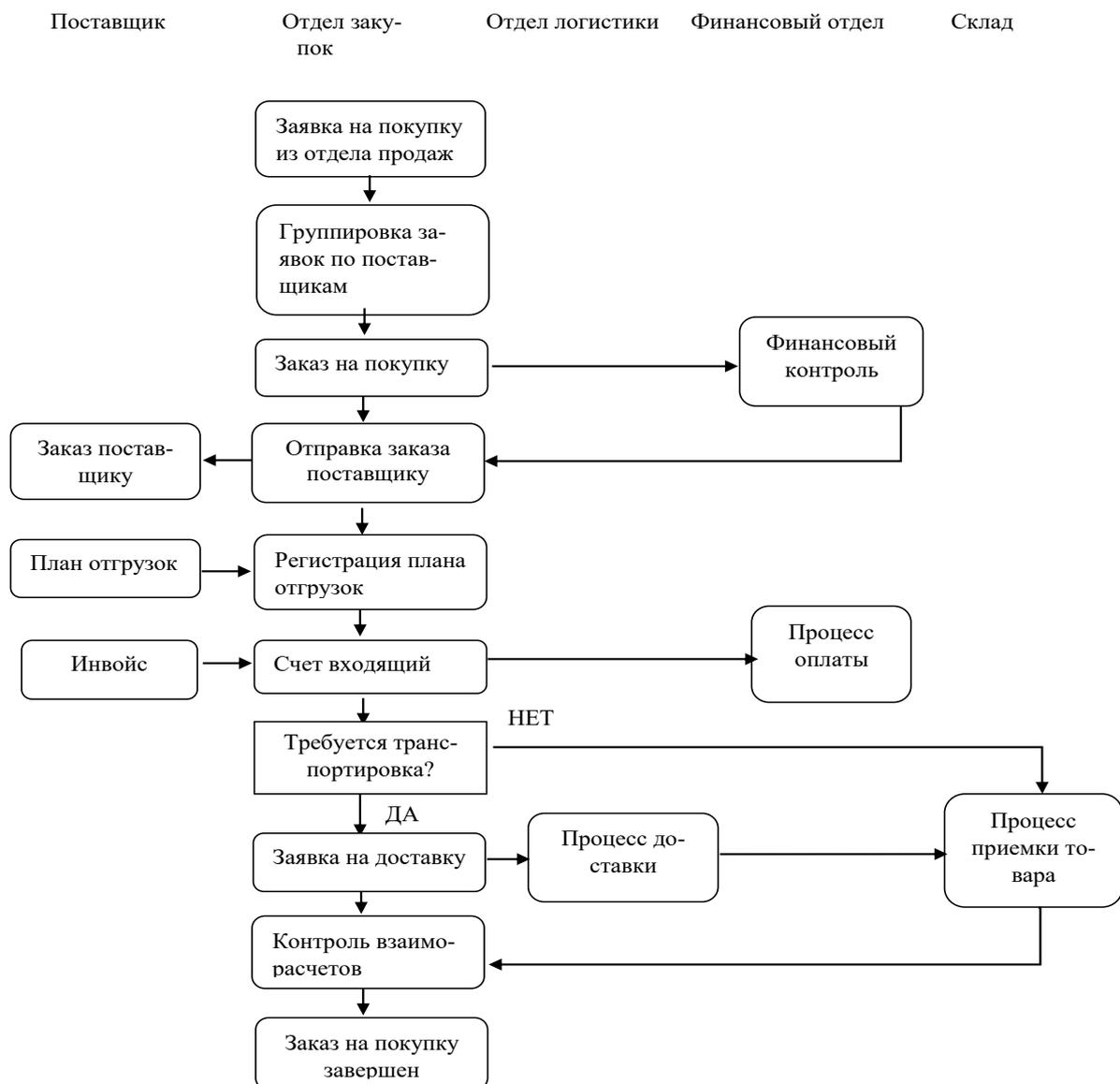


Рисунок 1 - Основные бизнес-процессы в отделе закупок Торговой компании «Х»

Функционал программы состоит в автоматическом формировании заказов, учете акций и сезонности, также прогнозирование и согласование спроса, предупреждение о необычном отсутствии спроса (не выставили товар, нет ценника), также система проверяет корректность поступающих данных.

Каким образом внедрение данной системы позволит оптимизировать процессы закупки, представлено в таблице 1.

Таблица 1- Результаты внедрения системы Forecast NOW

Процесс	Результат оптимизации
Заявка на покупку из отдела продаж	1. Автоматизация процесса принятия и обработки заявок значительно ускорит процесс, снизит риск ошибок и повысит эффективность работы отдела продаж. 2. Оптимизация позволяет более точно отслеживать статусы заявок и контролировать их выполнение.
Группировка заявок по поставщикам	1. Система позволяет оптимизировать процесс закупок, упрощая согласование и обработку заказов. 2. Позволяет снизить затраты на административные процессы,

	связанные с ведением разных заказов для одного поставщика.
Заказ на покупку	1. Оптимизация этого процесса позволяет ускорить оформление заказов, что в свою очередь способствует более быстрой поставке товаров или услуг. 2. Автоматизированный процесс заказа может снизить вероятность ошибок, связанных с неправильным вводом данных или неполным описанием заказа.
Отправка заказа поставщику	1. Оптимизация процесса отправки заказа поставщику позволяет своевременно и точно информировать поставщика о требованиях и сроках поставки. 2. Точная и своевременная отправка заказа помогает оптимизировать управление запасами и избежать дефицита или излишков товаров.

Анализируя эффект от внедрения системы Forecast NOW [3], можно утверждать, что данная система будет способствовать автоматизации процессов в сфере закупок. Это, в свою очередь, приведет к оптимизации управления материальными потоками и повышению эффективности закупочных операций.

Также для понимания периодичности спроса на конкретные товары, был проведен социологический опрос, в ходе которого было опрошено более двухсот жителей города Курска, представляющие различные возрастные группы, которые на постоянной основе посещают Торговую компанию «Х». Респондентам было предложено оценить, какие товары они покупают ежедневно, еженедельно и ежемесячно. Анализ полученных данных позволил определить долю каждой категории товаров в общем объеме спроса.

Итоговые результаты социологического опроса представлены в таблице 2.

Таблица 2- Результат социологического опроса

Категории товаров		Доля респондентов, %
1. Товары ежедневного спроса	Хлеб, молоко, сметана, яйца, минеральная вода, сок	57%
2. Товары еженедельного спроса	Творог, мороженное, сыр, колбаса, сосиски, курица, макароны, чай, конфеты, печенья, сахар	26%
3. Товары ежемесячного спроса	Свинина, индейка, сгущенное молоко, ветчина, сливочное масло, подсолнечное масло, йогурт, кофе, мука	17%

Исходя из данных таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

1. Товары ежедневного спроса составляют 57% доли от общего числа участников опроса. Товары имеют постоянный и высокий спрос среди потребителей.

2. Товары еженедельного спроса также имеют значительную долю - 26%. Данные товары пользуются интересом и покупаются с определенной регулярностью.

3. Товары ежемесячного спроса имеют наименьшую долю среди участников опроса - 17%. Это означает, что данные товары потребляют с меньшей периодичностью и их спрос более циклический.

Итак, на основе социологического опроса, мы выявили спрос на конкретные товары, также необходимо проанализировать периодичность поставок на предприятие. Используя таблицу 3 с графиком поставок Торговой компании «Х», мы сможем оптимизировать управления запасами на складе.

Таблица 3 - Периодичность поставок в Торговой компании «Х»

Категория товаров	Кол-во поставок/мес	Периодичность заказа товара, в днях																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Хлебная продукция	31	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Молочная продукция	8																																
Овощи и фрукты	11																																
Бакалея	6																																
Рыба и морепродукты	6																																
Яйца	8																																
Колбаса, сосиски, деликатесы	6																																
Мясо охлажденное	6																																

По таблице 3 видно, что хлеб и молочная продукция поставляются ежедневно из-за высокого спроса. Овощи и фрукты доставляются каждые два дня, а товары бакалеи - раз в неделю. Яйца поставляются раз в три дня, а колбасные, мясные и рыбные изделия - раз в 6 дней.

Проведем анализ конкурентов по чистой прибыли, который позволит оценить финансовое положение компании относительно других игроков на рынке и выявить ее конкурентные преимущества или недостатки в этом аспекте. Такой анализ поможет определить стратегические шаги и направления развития, необходимые для обеспечения устойчивости и роста бизнеса в условиях жесткой конкуренции.

Таблица 4 - Анализ конкурентов по чистой прибыли, тыс.руб.

Конкуренты	Данные			Изменение		
	+/-					
	2021	2022	2023	2021/2022	2022/2023	2021/2023
ПАО «Магнит»	57 079 156	272 038	98 338 389	-56 807 118	98 066 351	41 259 233
ООО «МЕТРО КЭШ ЭНД КЕРРИ»	14 297 005	8 792 649	3 032 508	-5 504 356	-5 760 141	-11 264 497
АО «Торговый дом «ПЕРЕКРЁСТОК»	20 983 336	7 582 249	12 792 528	-13 401 087	5 210 279	-8 190 808
Торговая компания «Х»	530 326	560 265	439 687	29 939	-120 578	-90 639

Итак, рассмотрев показатели конкурентов, можем отметить, что чистая прибыль всех конкурентов значительно превышает показатели Торговой компании «Х», а именно чистая прибыль ПАО «Магнит» за анализируемый период увеличилась на 41 259 233 тыс. руб., это говорит о росте выручки и эффективном использовании основных средств. Если мы говорим о компании ООО «МЕТРО КЭШ ЭНД КЕРРИ», то чистая прибыль в период с 2021 по 2023 год уменьшает свои показатели на 11 264 497 тыс. руб., это говорит о том, что расходы компании превышают их доходы, также это может свидетельствовать о неэффективном финансовом управлении. АО «Торговый дом «ПЕРЕКРЁСТОК» за анализируемый период также снизил свои показатели на 8 190 808 тыс. руб.

Анализируя динамику чистой прибыли Торговой компании «Х», можем отметить, что она практически на протяжении всего анализируемого периода уменьшает свои показатели, а именно в период с 2021 по 2022 года чистая прибыль увеличилась на 29 939 тыс. руб., однако с 2022 по 2023 она вновь

уменьшилась на 120 578 тыс. руб., за весь анализируемый период чистая прибыль суммарно уменьшилась на 90 639 тыс. руб., это свидетельствует о том, что что доходы увеличились на меньшую сумму, чем расходы.

Из анализа таблицы с конкурентами по чистой прибыли видно, что конкурентные компании имеют значительно более высокую чистую прибыль по сравнению с Торговой компанией «Х». Это может быть объяснено различными стратегиями управления запасами, эффективным управлением производственными процессами, а также наличием уникальных конкурентных преимуществ.

Для разработки дальнейшей стратегии управления запасами следует изучить практики успешных конкурентов и выявить ключевые факторы, которые способствуют достижению высокой прибыли. Возможно, стоит обратить внимание на использование современных технологий в управлении запасами, оптимизацию процессов снабжения и производства, а также на разработку гибких стратегий управления рисками.

Список использованных источников

1. Демченко А.А., Носова М.С. Потенциал роста цифровизации экономики// В сборнике: Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы. Сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 100-102.
2. Залилова, З. А. Анализ методик эффективного управления ассортиментом продукции / З. А. Залилова // Российский электронный научный журнал. – 2022. – № 2(44). – С. 93-104. – DOI 10.31563/2308-9644-2022-44-2-93-104. – EDN CZSJTK.
3. Нургалиева, А. Х. Применение возможностей системы прогнозирования forecast now для автоматизации процесса закупок / А. Х. Нургалиева // Молодежный научный форум: сборник статей по материалам LI студенческой международной научно-практической конференции, Москва, 13 июня 2019 года. Том 21 (51). – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Международный центр науки и образования", 2019. – С. 98-101.
4. Нефедов, А. В. Особенности обеспечения товарными ресурсами предприятия розничной торговли / А. В. Нефедов // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – № 8(42). – С. 120-122. – EDN NIDWPN.
5. Попов, С. С. Совершенствование управления закупками на предприятии /С. С. Попов, Г. А. Скачко, С. С. Тверитинов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2022. – № 11-1. – С. 181-186. –DOI 10.23672/p0506-1471-8145-с. – ЭДН ZKDXBZ.
6. Реструктуризация предприятия на основе маркетинговой концепции Демченко А.А. Маркетинг. 2007. № 6 (97). с. 89-96.
7. Зюкин, Д. В. Роль АПК в социальном развитии сельскохозяйственных территорий / Д. В. Зюкин // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2016. – № 4. – С. 37-42. – EDN WLAQTB.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ

Сапунов А. В.,

кандидат экономических наук, доцент НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» г. Краснодар, Россия

E-mail: dismallll@mail.ru

Сапунова Т. А.,

кандидат экономических наук, доцент НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» г. Краснодар, Россия

E-mail: zipow@mail.ru

Аннотация. Статья рассматривает ключевую роль стратегического менеджмента в государственном регулировании. Обсуждается значимость эффективного стратегического планирования и реализации в контексте достижения государственных целей и решения социально-экономических задач. Анализ стратегических документов, ключевых элементов и инструменты стратегического менеджмента, подчеркивая их применимость для оптимизации процессов государственного управления и достижения устойчивого развития. Проблематика стратегического управления и перспективы развития.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, государственное регулирование, ключевые элементы управления, стратегические документы, стратегия государства, планирование и программирования, цели, приоритеты, устойчивое развитие, долгосрочное планирование.

STRATEGIC MANAGEMENT IN GOVERNMENT REGULATION

Sapunov A.V., Sapunova T. A.

Annotation. The article examines the key role of strategic management in government regulation. The importance of effective strategic planning and implementation in the context of achieving state goals and solving socio-economic problems is discussed. Analysis of strategic documents, key elements and strategic management tools, emphasizing their applicability to optimize public administration processes and achieve sustainable development. The problems of strategic management and development prospects.

Key words: strategic management, government regulation, key management elements, strategic documents, state strategy, planning and programming, goals, priorities, sustainable development, long-term planning.

Стратегический менеджмент в государственном управлении - это процесс определения целей, разработки планов и принятия решений для эффективного достижения приоритетных задач государственной политики. Он помогает

оптимизировать использование ресурсов, улучшить качество принимаемых решений и повысить эффективность государственных программ и проектов [1].

При рассмотрении данной темы стоит учитывать следующие особенности. Стратегический менеджмент в государственных органах значительно отличается от стратегического менеджмента в бизнес среде. Это обусловлено целым рядом ключевых факторов.

Так при рассмотрении ключевых элементов стратегического управления в бизнес среде используются:

1. Постановка целей.
2. Анализ конкурентной среды.
3. Отраслевой и организационный анализ.
4. Формирование стратегии.
5. Её реализация.
6. Измерение, мониторинг и контроль.

Стратегический менеджмент приносит компании финансовые выгоды: увеличивает долю рынка и прибыльность компании, сокращает юридические риски и в итоге повышает доходы организации [2].

А для органов государственной власти используются кардинально другие ключевые элементы стратегического менеджмента. Такие как:

1. Система целей. В неё входят миссия, генеральная цель, общеорганизационные и специфические цели.
2. Приоритеты (ведущие принципы) распределения ресурсов и осуществления действий. Для благосостояния страны и региона в целом для эффективного управления в дальнейшем.
3. Правила, регламентирующие процесс реализации стратегии. Например, формирование организационной структуры, осуществление внутреннего взаимодействия, выполнение специальных операций и т.п.

Обычно государство имеет несколько стратегий:

1. Генеральная. Отражает способы осуществления миссии и главной цели.
2. Специальные. Предназначены для отдельных особых случаев, например, стратегия антикризисной политики.
3. Функциональные. Определяют пути достижения специфических целей, стоящих перед отдельными субъектами.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегический менеджмент в государственной структуре решения стратегических задач многогранен и разнообразен. Стратегическое управление в данном варианте требует достаточно детально анализа для понимания важности стратегического менеджмента в государственном регулировании [3].

Также стоит отметить и тот факт, что стратегического менеджмента в государственном управлении имеет значимую и колоссальную роль, поскольку от грамотного составления стратегии зависит дальнейшая судьба государства. Отдельно стоит отметить, стратегия государства – это определяющая направленность изменений баланса сил социальных слоев на определенном

этапе исторического развития.

Существует и нормативно правовой акт, который регулирует стратегическое планирование в Российской Федерации. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» регулирует принятие и реализацию среднесрочных (на 3–6 лет) и долгосрочных (более 6 лет) решений в рамках взаимосвязанных задач, подчинённых общей цели. Все законы о стратегическом планировании разрабатываются на федеральном уровне [4].

Закон о стратегическом планировании определяется широким секторов видов стратегических документов, прежде всего, отраслевых. Отраслевые стратегии как правило намного превосходят по сфере реализации деятельность одного федерального органа исполнительной власти Закон определяет полномочия участников стратегического планирования, а также устанавливает иерархию и содержание документов стратегического планирования.

К документам стратегического планирования относятся:

- прогноз научно-технологического развития государства;
- стратегии национальной безопасности;
- стратегии пространственного развития страны и социально-экономического развития её макрорегионов;
- госпрограмма вооружения;
- схемы территориального планирования России и её субъектов [4].

Данный закон является основным на территории России, но стоит также отметить и перечень стратегических документов, которые помогают в государственном регулировании. (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень стратегических документов Российской Федерации

Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках целеполагания	1) ежегодное послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ; 2) стратегия социально-экономического развития РФ; 3) стратегия национальной безопасности РФ, а также основы государственной политики, доктрины и другие документы в сфере обеспечения национальной безопасности РФ; 4) стратегия научно-технологического развития РФ;
Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках целеполагания по отраслевому и территориальному принципу	1) отраслевые документы стратегического планирования РФ; 2) стратегия пространственного развития РФ; 3) стратегии социально-экономического развития макрорегионов
Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках прогнозирования	1) прогноз научно-технологического развития РФ; 2) стратегический прогноз РФ; 3) прогноз социально-экономического развития РФ на долгосрочный период; 4) бюджетный прогноз РФ на долгосрочный период; 5) прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочный период;

Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках планирования и программирования	1) основные направления деятельности Правительства РФ; 2) государственные программы РФ; 3) государственная программа вооружения; 4) схемы территориального планирования РФ; 5) планы деятельности федеральных органов исполнительной власти.
--	---

Следовательно, в таблиц 1 отражены все документы, которая отражает всю важность стратегического планировании в РФ. Каждый из них регламентирует стратегический менеджмент во всех сферах жизни граждан.

Но помимо положительных сторон стратегического управления в государственном регулировании существует ряд проблем, которые возникают в сфере государственного регулирования.

Государственное управление в современном мире сталкивается с рядом вызовов, требующих эффективного стратегического менеджмента для достижения своих целей. Одной из основных проблем является нехватка координации между различными ведомствами и организациями, что приводит к дублированию усилий и неэффективному использованию ресурсов.

Другой проблемой является недостаточное использование данных и аналитики при принятии решений, что может привести к неправильной оценке ситуации и неверной стратегии. Кроме того, отсутствие долгосрочной перспективы и стратегического планирования может привести к потере конкурентоспособности и неспособности к адаптации к изменяющимся условиям [5].

Также рассмотрим и перспективы стратегического менеджмента в государственном управлении. Перспективы для улучшения ситуации. Внедрение современных методов управления, таких как цифровизация и использование технологий искусственного интеллекта, может значительно улучшить эффективность государственного управления. Также важно развивать кадровый потенциал и обеспечивать профессиональную подготовку сотрудников в области стратегического менеджмента.

Мы пришли к выводу, что в целом, эффективное стратегическое управление в государственном секторе требует комплексного подхода, включающего в себя координацию, аналитику, долгосрочное планирование и использование современных технологий. Реализация этих мер позволит государственным организациям успешно справляться с вызовами современного мира и обеспечивать устойчивое развитие общества.

Список использованных источников

1. Сапунов А.В., Сапунова Т.А. Синергия стратегического менеджмента и инноваций в организации. Вестник Академии знаний. 2022. №50 (3). С.288-291.
2. Кокошин А.А. О стратегическом планировании в политике. Институт проблем международной безопасности РАН, Факультет мировой политики МГУ им. М.В.Ломоносова. М.: Ком. Книга, 2021.

3. Мугаева Е.В. Современные взгляды на теорию управления. Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №7 (65). С.159-161.
4. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Свод Законов РФ. 2014 № 26 (ч.1).
5. Сапунов А.В. Перспективы развития экономики в России в период экономических санкций. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №4-2 (98). С.136-139.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Козлов И. С.,

студент 3 курса, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Курский государственный университет"

E-mail: kozlov.ist@gmail.com

Максимов Н. Б.,

студент 3 курса, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Курский государственный университет"

E-mail: nikita69macs@yandex.ru

Меркулова Н. С.,

к. э. н., доцент кафедры экономики, финансов и учета, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Курский государственный университет"

E-mail: nat-merkulova@yandex.ru

Аннотация. Данная научная статья рассматривает текущее состояние и новейшие перспективные продукты страхования для страхового рынка России. В статье обсуждается рост страховых услуг по итогам 2023-го года, называются причины такого роста. Также в статье называется ряд наиболее актуальных для российского страхового рынка услуг, которые пока на нем слабо представлены, либо не представлены вообще, проводится их описание и делаются соответствующие выводы.

Ключевые слова. Страхование, военное страхование, страхование электроники, страхование от развода, санкции.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE MARKET FOR RETAIL INSURANCE PRODUCTS IN THE MODERN ECONOMY

Kozlov I.S., Maksimov N.B., Merkulova N.S.

Annotation. This scientific article examines the current state and the latest promising insurance products for the Russian insurance market. The article discusses the growth

of insurance services by the end of 2023 and names the reasons for such growth. The article also names a number of services that are most relevant for the Russian insurance market, which are still poorly represented on it, or not represented at all, they are described and the corresponding conclusions are drawn.

Keywords. Insurance, military insurance, electronics insurance, divorce insurance, sanctions.

Сегодня, в условиях постоянных экономических и геополитических изменений, продолжающейся специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины, а также сильнейших санкций, финансовая система России продолжает свое развитие и адаптацию во многих своих отраслях. Одной из наиболее быстроразвивающихся отраслей финансовой сферы в Российской Федерации (РФ) сегодня является страхование, о текущем состоянии и перспективных продуктах которого пойдет речь в данной работе.

Сначала рассмотрим текущее состояние страхового рынка в России. Начнем свой анализ с исследования динамики страхового рынка РФ, изображенной на рисунке 1 [1].



Рисунок 1 - Динамика страхового рынка

Анализируя показатели динамики страхового рынка России, можно отметить значительный рост объемов данного рынка по итогам 2023 года. Эксперты отмечают, что данные показатели отражают рекордный прирост рынка страховых услуг в прошлом году [1]. По итогам 2023 года объем страхового рынка достиг 2,3 трлн. руб., что означает увеличение на 25,8% по сравнению с 1,8 трлн. руб. по итогам 2022 года. Несмотря на риски, связанные с санкциями, а также с общей нестабильной политической и экономической ситуацией, прирост страховых премий за последние 20 лет стал самым высоким. Также стоит сказать, что 56% прироста обеспечило страхование жизни, 21% – автострахование, 8% – добровольное медицинское страхование (ДМС) [1]. Благоприятные условия 1-го полугодия 2023 года, такие как низкая ключевая ставка и рост кредитования, способствовали увеличению таких направлений страхования, как страхование жизни, страхование от несчастных случаев (НС) и болезней, а также автострахование. Низкие ставки по депозитам

также сделали продукты накопительного и инвестиционного страхования жизни более привлекательными для потребителей, так как по ним можно было получать более высокие доходы от вложенных инвестиций, чем от обычных депозитов.

Также эксперты отмечают значительный рост страхования жизни в структуре рынка страховых услуг [1]. Страхование жизни за 2023 год увеличилось в своем объеме, достигнув отметки в 775 млрд. рублей [1]. Доля страхования жизни в общем объеме страхового рынка составила 33,9% [1]. В течение 2023 года все направления страхования жизни показали рост: накопительное страхование жизни (НСЖ) увеличилось на 42,2% (+105 млрд рублей), инвестиционное страхование жизни (ИСЖ) выросло на 75,7% (+90 млрд рублей), кредитное страхование жизни – на 50,9% (+69 млрд рублей) [1]. Также стоит отметить, что вопреки повышению процентных ставок по депозитам во второй половине 2023 года, продукты инвестиционного и накопительного страхования жизни продолжали демонстрировать рост. Кроме того, к концу года не было заметного перехода клиентов на более прибыльные и доходные инструменты, например, депозиты.

Также стоит отметить, что эксперты прогнозируют снижение темпов годового прироста объема страхового рынка в 2024 году в связи с изменениями в программах льготного кредитования и высокими кредитными ставками [1].

Далее рассмотрим ряд наиболее перспективных страховых продуктов, которые могут появиться или уже начинают свое развитие в Российской Федерации в ближайшее время.

Во-первых, это «романтическое» или «любовное» страхование. К нему можно отнести страховки от измен, страхование «вторых половинок», страхование от развода и другие, связанные с отношениями людей подобные страховые продукты. Конкретных страховых продуктов, направленных на удовлетворение данных потребностей в России до сих пор нет, однако спрос на подобные страховые продукты может оказаться достаточно объемным. Так, согласно данным исследования поисковых запросов «Яндекса», проведенного в 2023 году страховой компанией «Согласие», по итогам 2022 года поиск по словам «страховка на мужа» велся 2,9 тыс. раз против 15,6 тыс. по словам «страховка на жену» [2]. Также люди искали услуги по страхованию от развода и даже от свадьбы [2].

Во-вторых, это страхование военных рисков. В октябре 2023 года компанией «ПСБ Страхование» была оформлена первая страховка на льготную ипотеку с покрытием таких рисков в городе Мариуполе Донецкой Народной Республики [3]. Также в конце прошлого года Минфин России утвердил основные условия компенсации ущерба от военных рисков организациям и гражданам на территории новых регионов РФ, вызванного повреждением их имущества в результате диверсий и террористических актов [4]. Данный механизм господдержки был утвержден Правительством Российской Федерации летом 2023 года [4]. Согласно данной программе, военные риски могут быть включены в договоры страхования автотранспортных средств

«АВТОКАСКО» и в договоры страхования грузов без увеличения страховой премии. В ситуации наступления страхового случая страховщик проводит все необходимые процедуры для его урегулирования и потом осуществляет страховую выплату. Эта страховая выплата позднее компенсируется из федерального бюджета [4].

Для участия в программе страховщики должны заключить соглашение по типовой форме с уполномоченным акционерным обществом. В таком договоре определяются требования к страховой организации, условиям страхования, список страховых случаев для выплаты возмещения, критерии возмещения, а также порядок взаимодействия между уполномоченным акционерным обществом и страховой организацией [4].

В-третьих, в России постепенно развивается и набирает популярность страхование электроники, особенно телефонов и бытовой техники [5]. Так, эксперты отмечают, что за девять месяцев 2023 года спрос на страхование при приобретении электроники показал рост приблизительно от 10% до 22% [5]. Это может быть связано с падением покупательского спроса, проблемами, связанными с гарантийным обслуживанием устройств и другими причинами [5].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что рынок страхования в Российской Федерации продолжает свое развитие, несмотря на санкции и иные политические и экономические ограничения, негативное воздействие которых он ощущает. В России есть еще множество сфер для страховщиков, в которых они могут предлагать свои услуги и защищать своих клиентов от разнообразных страховых случаев.

Список использованных источников

1. Итоги 2023 года на страховом рынке и прогноз на 2024-й: от рекорда к замедлению // Официальный сайт АО «Эксперт РА» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_market_2023/ (дата обращения: 31.05.2024).
2. Страховка от свадьбы и измены. Страховщики изучили самые необычные запросы россиян // Официальный сайт информационного агентства «Банки.ру» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10983442> (дата обращения: 31.05.2024).
3. Оформлен первый страховой полис с покрытием военных рисков под выдачу льготной ипотеки в новых регионах // Официальный сайт страховой компании «ПСБ Страхование» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.psbins.ru/about/press/news/2023/prevyi_polis/ (дата обращения: 31.05.2024).
4. Определены основные условия возмещения ущерба страховых компаний от военных рисков // Официальный сайт информационно-правового портала «ГАРАНТ.РУ» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/news/1662477/> (дата обращения: 31.05.2024).

5. Россияне стали чаще страховать смартфоны и бытовую технику // Официальный сайт электронного периодического издания «Lenta.ru» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2023/09/26/perestrahovka/> (дата обращения: 31.05.2024).

**ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ
ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ
УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО
ЦЕНТРА (МФЦ)**

Сапунова Т. А.,

*к.э.н., доцент НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» г. Краснодар, Россия
E-mail: zipow@mail.ru*

Сапунов А. В.,

*к.э.н., доцент НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» г. Краснодар, Россия
E-mail: dismalll@mail.ru*

Фролова А. В.,

студентка направления подготовки «Государственное и муниципальное управление», НАН ЧОУ ВО Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ г. Краснодар, Россия

E-mail: ulayna.pera@mail.ru

Аннотация в повседневную работу большинства государственных и муниципальных органах, а также организаций, работающих по государственным заказам по выполнению запросов граждан и организаций, входит предоставление государственных и муниципальных услуг. Каждый гражданин хотя бы раз обращается за предоставлением государственных или муниципальных услуг, именно поэтому основной задачей в этой сфере является повышение качества и доступности предоставления этих услуг, а также преодоление административных барьеров, возникающих в процессе их предоставления.

Ключевые слова: принцип прозрачности, учет мнения общественности, качество предоставление услуг.

**THE CHOICE OF DIRECTIONS FOR IMPROVING THE SYSTEM OF
PROVIDING STATE AND MUNICIPAL SERVICES ON THE EXAMPLE OF
THE MULTIFUNCTIONAL CENTER (MFC)**

Sapunova T. A., Sapunov A. V., Frolova A. V.

Annotation. The daily work of most state and municipal bodies, as well as organizations working on government orders to fulfill the requests of citizens and organizations, includes the provision of state and municipal services. Every citizen

applies at least once for the provision of state or municipal services, which is why the main task in this area is to improve the quality and accessibility of these services, as well as to overcome administrative barriers that arise in the process of providing them.

Key words: the principle of transparency, consideration of public opinion, quality of service provision.

Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг - это учреждение, которое создано для упрощения доступа граждан и организаций к различным государственным и муниципальным услугам. В МФЦ собраны различные службы и организации, предоставляющие услуги населению на одной территории, что позволяет сократить время и усилия на получение необходимых документов и сведений.

С развитием общества и технологическим прогрессом возникает проблема оптимизации систем предоставления услуг государственных и местных органов власти. Необходимо качественно изменить систему взаимодействия государства и жителей, повысить качество и доступность государственных и муниципальных услуг.

Государственные и муниципальные услуги, в многофункциональных центрах предоставляются исключительно федеральными органами исполнительной власти, и государственными учреждениями внебюджетного фонда в соответствии с административными регламентами предоставления услуг на основании взаимных соглашений, заключенных с многофункциональными центрами [1].

Оптимизация системы предоставления государственных и муниципальных услуг, может сопряжена рядом проблем, включая длинные сроки ожидания то есть, часто граждане и организации сталкиваются с длительными очередями и сроками ожидания при получении государственных услуг, что создает неудобства и отрицательное восприятие со стороны граждан. Нехватка квалифицированных специалистов тоже дает о себе знать, как так может привести к снижению качества обслуживания и увеличению времени. Кроме того, недостаток финансирования тоже может влиять так как, многофункциональные центры могут столкнуться с ограничением возможностей развития и улучшения услуг.

Для повышения эффективности работы МФЦ необходимо обеспечить единообразие в организации деятельности многофункциональных центрах в условиях, предоставления услуг и сервисов, в качестве сетевых объектов, в оперативном внедрении новых лучших практик и технологий (в том числе использованием инструментов «бережливого» производства), в адаптации лучших международных практик [2].

Для того чтобы, оправдать ожидания заявителя, в своей деятельности многофункциональные центры должны руководствоваться принципом клиентоориентированности.

А именно основными принципами клиентоориентированности в деятельности многофункциональных центрах являются следующие:

- индивидуальный подход;
- надежность и добросовестность;
- скорость и эффективность;
- забота о гражданах;
- соответствие ожиданиям;
- интегрированный подход к обслуживанию.

Внедрение системы управления знаниями в многофункциональных центрах поможет значительно повысить эффективность и качество предоставляемых государственных и муниципальных услуг. Система управления знаниями включает в себя совокупность процессов, методов, инструментов и технологий, направленных на создание, хранение, передачу и использование знаний в организации:

1. Анализ потребностей - начать с анализа потребностей МФЦ и его сотрудников в области управления знаниями. Определить ключевые виды знаний, которые необходимо систематизировать и передавать для повышения качества обслуживания клиентов.

2. Разработка стратегии - то есть, разработать стратегию внедрения системы управления знаниями, определить цели, задачи, ожидаемые результаты и ресурсы для реализации проекта.

3. Выбор ПО - выбрать подходящее программное обеспечение для системы управления знаниями, которое будет соответствовать потребностям МФЦ и позволит эффективно организовывать и передавать знания.

4. Обучение сотрудников - провести обучение сотрудников МФЦ по работе с системой управления знаниями, объяснить им преимущества и возможности новой системы.

5. Создание базы знаний - создать базу знаний, в которой будут храниться структурированные данные, документы, инструкции, рекомендации и другие виды информации, необходимой для работы МФЦ.

6. Поддержка и развитие - обеспечить поддержку и развитие системы управления знаниями, проводить регулярные обновления, анализировать эффективность использования и вносить коррективы при необходимости [3].

Выше перечисленные примеры в многофункциональном центре могут улучшить взаимодействие с клиентами, а также повысить эффективность обслуживания, сократить время поиска информации и повысить эффективность работы всей организации.

Повышение качества государственных услуг требует активного взаимодействия с сообществом, поэтому в многофункциональных центрах должны быть созданы механизмы обратной связи, такие как онлайн-анкеты и ящики для предложений, которые в будущем помогут выявить конкретные проблемы и области, требующие улучшения в работе центра.

Аналитические данные нам показывают, что Министерство экономического развития Российской Федерации до 2024 года планируют

развивать официальный сайт, а также базовую процессную модель. В частности, предлагается внести изменения в постановление правительства от 27 сентября 2011 г. № 797. Федеральным и региональным органам власти предлагается разработать планы по переводу 80 и 100 процентов обращений в МФЦ. Также с Пенсионным фондом и Фондом социального страхования РФ планируется согласовать оказание 20 массовых социально-значимых услуг в проактивном режиме и исключительно в электронном виде.

Информирование по порядку предоставления, доступ к компьютерам для получения таких услуг заявителям, у которых нет цифровых навыков или технической возможности получить их самостоятельно, будет осуществляться в МФЦ в специально оборудованных секторах пользовательского сопровождения. Предполагается, что к 2030 году МФЦ станет единым фронт-офисом всех ведомств [4].

Таким образом, можно сказать, что с учетом текущих тенденций и развития внедрения новых информационных программ на ближайшие годы многофункциональные центры будут продолжаться усовершенствоваться и развиваться до 2030 года. Основными направлениями совершенствования многофункциональных центров будут являться оптимизационные процессы обслуживания клиентов, и внедрения новых технологий для повышения эффективности, улучшения качества предоставляемых услуг и повышение доступности для граждан.

Список использованных источников

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/1351fd63d472a78f13da58fe205c6e813dd06bde/ (Дата обращения 24.03.2024г.)
2. Сапунов А.В., Сапунова Т.А. Перспективы развития «Бережливого» производства в России. Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 4-2 (86) С.105-108.
3. Легалакт [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://legalacts.ru/doc/metodicheskie-rekomendatsii-po-vnedreniiu-protsessnogo-upravlenija-v-dejatelnost-mnogofunktsionalnykh/?ysclid=luwk513sd3277179741> (Дата обращения 27.03.2024г.)
4. Редакция «Российской газеты»[Электронный ресурс]. - Режим доступа URL:<https://rg.ru/2022/07/08/minekonomrazvitiia-predlagaet-perevesti-obrashcheniia-grazhdan-v-mfc.html?ysclid=luwr3f6bhp8234319303> (Дата обращения 09.04.2024г.)
5. Зюкин, Д. В. Оценка структурных изменений рынка труда Курской области / Д. В. Зюкин // Научное обеспечение агропромышленного производства : материалы Международной научно-практической конференции, Курск, 20–22 января 2010 года / Ответственный за выпуск И.Я. Пигорев. Том Часть 1. – Курск: Курская государственная сельскохозяйственная академия им. профессора И.И. Иванова, 2010. – С. 216-219.

РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Поддубных А. А.,

студентка 4 курса ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал), г. Курск
E-mail: poddybnaya2002@icloud.com

Демченко А. А.,

доцент, к.э.н. ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал), г. Курск
E-mail: daapost@gmail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены варианты стратегий развития для малого предприятия. Обоснована эффективность от внедрения ERP-системы на базе 1С, применение элементов цифрового маркетинга, использование маркетплейса «Ozon» для расширения доли рынка.

Ключевые слова: стратегия, эффективность, цифровой маркетинг, внедрение ERP-системы.

SMALL BUSINESS STRATEGY DEVELOPMENT

Poddubnykh A. A., Demchenko A. A.,

Annotation. The article discusses development strategy options for small businesses. The effectiveness of the implementation of an ERP system based on 1С, the use of digital marketing elements, and the use of the Ozon marketplace to expand market share are substantiated.

Key words: strategy, efficiency, digital marketing, ERP-system implementation.

В настоящее время стратегия играет ключевую роль в управлении предприятием, выступая основой для обеспечения его устойчивого экономического развития и укрепления конкурентоспособности.

Важно отметить, что стратегия - это долгосрочный план действий, разработанный предприятием или организацией с целью достижения определенных целей и адаптации к изменениям во внешней среде. Она определяет основные направления развития, ресурсные потребности, конкурентные преимущества и способы достижения успеха.

Рассмотрим основные этапы разработки стратегии развития для предприятия ООО «Новоферт-НПК», занимающегося производством и продажей удобрений и агрохимической продукции. ООО «Новоферт-НПК» имеет широкий ассортимент удобрений для различных типов почвы и культурных растений. Предприятие специализируется на работе с органическими и минеральными удобрениями. Компания обеспечивает высокое качество продукции, используя современные технологии и тщательно подбирая ингредиенты для своих удобрений.

Рассмотрим три основных стратегии, которые целесообразно применять на исследуемом предприятии: внедрение ERP-системы на базе 1С, развитие цифрового маркетинга, выход на маркетплейс «Ozon».

1. Внедрение ERP-системы (от англ. enterprise resource planning, «планирование ресурсов предприятия») позволит создать в компании единую информационную систему управления бизнес-процессами. Это повысит эффективность взаимодействия между сотрудниками, оптимизирует запасы и позволит оптимизировать финансовый учет. Для того чтобы установить «1С:ERP Управление предприятием» и иметь доступ ко всем функциям системы, необходимо оплачивать 3440 рублей в месяц [8] за использование программы на одном компьютере.

Рассчитаем эффективность предлагаемого нами мероприятия по формуле, представленной ниже:

$$\mathcal{E} = (O_r \text{ после} - O_r \text{ до}) / (Z_{\text{рекл}}),$$

где, O_r после - объем реализации после внедрения системы,

O_r до – объем реализации до внедрения системы,

$Z_{\text{рекл}}$ – совокупные затраты на внедрение.

Выручка ООО «Новоферт-НПК» за 2023 год составила 1 505 000 руб.;

По оценке разработчиков 1С, внедрение 1С:ERP позволяет увеличить прибыль компании на 13% [7]; поэтому планируемая выручка после внедрения ERP-системы составит 1 700 650 руб.

Подставим имеющиеся данные и определим эффективность внедрения информационных технологий на базе программы 1С:ERP:

$$\mathcal{E} = (1\,700\,650 - 1\,505\,000) / (3440 * 12) = 4,7 \text{ руб.}$$

Отметим, что на каждый вложенный рубль компания получит 4,7 руб. прибыли. Данное увеличение свидетельствует о том, что внедрение программы 1С:ERP позволит компании эффективнее управлять своими ресурсами, оптимизировать бизнес-процессы, увеличить эффективность работы и, как следствие, повысить доходность. Подобное соотношение вложений и прибыли указывает на успешное внедрение стратегии и позволяет ожидать дальнейший рост компании.

2. Развитие цифрового маркетинга на предприятии: использование информационных технологий для рекламы и продвижения продукции позволит привлечь новых клиентов, увеличить узнаваемость бренда и расширить рынок сбыта.

Стоит отметить, что рекламная деятельность ООО «Новоферт-НПК» практически не развита, а у прямых конкурентов наоборот, хорошо развита. Они отличаются наличием сайта, интернет заказами через сайт, социальными сетями и рекламой. Поэтому, ООО «Новоферт-НПК» необходимо развивать цифровой маркетинг. Для реализации данной стратегии развития сформируем годовой бюджет маркетинга и проведем расчёт ожидаемой эффективности от реализации маркетинговой стратегии.

Таблица 1 - Годовой бюджет маркетинга

Статьи затрат	Стоимость, руб.
Разработка и создание сайта	20 000 рублей (единоразовый расход)
SEO-оптимизация сайта (продвижение)	15 000 рублей (единоразовый расход)
Создание контента (статьи, видео, инфографика)	5 000 рублей раз в два месяца (30 000 рублей за год)
Реклама в социальных сетях/контекстная реклама	10 000 рублей раз в два месяца (60 000 рублей за год)
Реклама в печати (листовки, баннеры)	15 000 рублей за год
Итого	140 000 рублей

По данным рекламных компаний, предложенные мероприятия повысят выручку компании минимум на 15-25% [9].

Проведем оценку увеличения объемов продаж в натуральном выражении и прироста потока клиентов на основе ожидаемого роста выручки от внедрения цифрового маркетинга. За 2023 год средний чек клиента, не считая оптовых продаж, ООО «Новоферт-НПК» составил 900 рублей, от оптовых продаж – 15 624 рубля, а поток клиентов от розничной продажи - 1255 человек, а от оптовой – 24 человека. Таким образом, ожидается увеличение среднего чека на 180 и 3 124 рубля соответственно, а число клиентов увеличится на 256 человек. Данные расчёты подтверждают эффективность внедрения маркетинговой стратегии:

$$\Xi = (1\,806\,000 - 1\,505\,000) / (140\,000) = 2,15 \text{ руб.}$$

Отметим, что на каждый вложенный рубль в первый год применения стратегии компания получит 2,15 руб. прибыли.

3. Развитие онлайн-торговли: создание интернет-магазина позволит расширить каналы продаж, достигнуть новых клиентов и увеличить объемы продаж. Производить онлайн-продажи можно будет через разработанный сайт, но также, для продвижения своей продукции необходимо открыть магазин на российском маркетплейсе «Ozon», что позволит ООО «Новоферт-НПК» расширить свою аудиторию и увеличить объем продаж на 20-35%.

Таблица 2 - Расчет эффективности предлагаемых стратегий

Показатель	Факт 2023 г.	Прирост за счет внедрения			План	Отклонение
		ERP	Маркетинг	Выход на "Ozon"		
Выручка	1505000	195650	301000	451500	2453150	948150
Себестоимость	826000	41280	140000	247800	1255080	429080
Валовая прибыль	679000	154370	161000	203700	1198070	519070
Прибыль от продаж	138000	84040	52800	41400	316240	178240
Чистая прибыль	96000	28516	17916	14048	156480	60480

Анализируя данные таблицы 2, отметим, что внедрение трех предлагаемых стратегий позволит увеличить выручку и чистую прибыль компании при благоприятных условиях на 63% (на 948150 рублей и 60480 рублей соответственно).

В современных быстроменяющихся условиях необходимо сформулировать основные стратегии компании и план реализации для того,

чтобы обеспечить рост эффективности управления предприятием и результативность его производственно-сбытовой деятельности. Разработанная и реализованная стратегия развития может стать основой для устойчивого роста и успеха предприятия в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1. Воронин Н.В. Процесс разработки стратегии развития организации // Вестник науки и образования. 2019. №12-2 (66).
2. Горьков, М. В. Формирование стратегии развития организаций / М. В. Горьков. — // Молодой ученый. — 2019. — № 20 (258). — С. 209-211.
3. Демченко А., Гребенникова М. Стратегический анализ внешней среды предприятия//Маркетинг. 2011. № 1. С. 40.
4. Демченко А.А., Носова М.С. Потенциал роста цифровизации экономики//В сборнике: Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы. Сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 100-102.
5. Реструктуризация предприятия на основе маркетинговой концепции Демченко А.А. Маркетинг. 2007. № 6 (97). с. 89-96.
6. Желиховский, Д. О. Основные направления и этапы процесса разработки стратегии развития организации / Д. О. Желиховский // Образование и наука в современном мире. Инновации. – 2022. – № 3(40). – С. 123-127.
7. Как внедрение 1с ERP помогает снизить расходы / [Электронный ресурс]//1С:ERP:[сайт].URL:<https://brs.ru/company/article/detail.php%3FID%3D6012>
8. Цена и приобретение «1С:ERP» / [Электронный ресурс] // 1С:ERP : [сайт]. — URL: <https://v8.1c.ru/erp/cena-1s-erp/>
9. Яшина Е.Н. Экономическое обоснование выбора стратегии развития по увеличению доли рынка для предприятия малого бизнеса / Яшина Е.Н. [Электронный ресурс] // elibrary: [сайт]. — URL: http://elibrary.sgu.ru/VKR/2021/38-03-01_034.pdf

ДИАГНОСТИКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТИ НАСТУПЛЕНИЯ БАНКРОТСТВА

Максимов Н.Б,

студент 3 курса, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Курский государственный университет"

E-mail: nikita69macs@yandex.ru

Меркулова Н. С.

к. э. н., доцент кафедры экономики, финансов и учета, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Курский государственный университет"

E-mail: nat-merkulova@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема банкротства предприятия, которая на сегодняшний день является актуальной для многих российских компаний. Также статья посвящена рассмотрению таких понятий как диагностика банкротства и прогнозирование возможности его наступления. Главное внимание было уделено описанию зарубежных и отечественных моделей прогнозирования возможности наступления банкротства.

Ключевые слова: банкротство, прогнозирование банкротства, финансовое состояние, финансовая устойчивость, скоринг, модель, скоринговые модели.

DIAGNOSTICS OF BANKRUPTCY OF ENTERPRISES AND MODELS FOR PREDICTING THE POSSIBILITY OF BANKRUPTCY

Maksimov N.B., Merkulova N.S.

Annotation. The article deals with the problem of bankruptcy of an enterprise, which is currently relevant for many Russian companies. The article is also devoted to the consideration of such concepts as the diagnosis of bankruptcy and forecasting the possibility of its occurrence. The main attention was paid to the description of foreign and domestic models for predicting the possibility of bankruptcy.

Keywords: bankruptcy, bankruptcy forecasting, financial condition, financial stability, scoring, model, scoring models.

Сформированный в России рыночный механизм хозяйствования требует от руководства организаций принятия эффективных управленческих, инвестиционных и финансовых решений, учитывающих уровень достигнутой финансовой устойчивости. Это во многом зависит от качества и своевременности поступления информации, что позволяет не только находить пути решения финансовых проблем, но и прогнозировать вероятность возможных неблагоприятных последствий, наихудшим из которых выступает возможное банкротство организации. Заблаговременное признание наличия проблем, предшествующих неизбежному банкротству, во многом способствует своевременному проведению необходимых мер, устраняющих развитие неблагоприятного сценария. Это обуславливает актуальность разработки механизма прогнозирования вероятности банкротства организаций [2].

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет Альтмана, который рассчитывается по следующей формуле (4-факторная модель):

$$Z\text{-счет} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4, \quad (1)$$

где:

T₁ - Отношение оборотного капитала к величине всех активов

T₂ - Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов

T₃ - Отношение EBIT к величине всех активов

T₄ - Отношение собственного капитала к заемному

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

1.1 и менее – высокая вероятность банкротства

от 1.1 до 2.6 – средняя вероятность банкротства
от 2.6 и выше – низкая вероятность банкротства
Исходные данные для расчета коэффициентов

Таблица 1 - Прогноз банкротства по модели Альтмана за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод» [5]

Коэффициент	Множитель	Значение	Z-счет
T1	6,56	0.7254	4.76
T2	3,26	0.2974	0.97
T3	6,72	0.3781	2.54
T4	1,05	10.6641	11.2
Z-счет Альтмана			19.47

Для организации значение Zсчета на 2022 составило 19.47. Это означает, что вероятность банкротства предприятия на 2022 низкая.

5-факторная модель Альтмана:

$$Z=3,3*K1+1,0*K2+0,6*K3+1,4*K4+1,2*K5, \quad (2)$$

K1 – рентабельность активов по бухгалтерской прибыли

K2 – оборачиваемость активов

K3 – отношение рыночной стоимости собственного капитала к заемным обязательствам

K4 – рентабельность активов по нераспределенной прибыли

K5 – доля оборотных средств в активах

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

1.8 и менее – высокая вероятность банкротства

от 1.8 до 3 – средняя вероятность банкротства

от 3 и выше – низкая вероятность банкротства

Таблица 2 - Прогноз банкротства по модели Альтмана за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z-счет
K1	3,3	0.3781	1.25
K2	1	1.18	1.18
K3	0,6	10.6641	6.4
K4	1,4	0.2974	0.42
K5	1,2	0.7254	0.87
Z-счет Альтмана			10.12

Для организации значение Zсчета на 2022 составило 10.12. Это означает, что у АО «Железногорский кирпичный завод» низкая вероятность банкротства предприятия по пятифакторной модели Альтмана на 2022 [5].

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является модель Таффлера, который рассчитывается по следующей формуле:

$$Z=0,53*K1+0,13*K2+0,18*K3+0,16*K4, \quad (3)$$

где:

K1 - Соотношение чистой прибыли и краткосрочных обязательств

K2 - Соотношение оборотных активов с суммой обязательств

K3 - Соотношение краткосрочных обязательств с активами

К4 - Соотношение выручки от реализации с активами

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Таффлера составляет:

0.2 и менее – высокая вероятность банкротства

от 0.2 до 0,3 – средняя вероятность банкротства

от 0,3 и выше – низкая вероятность банкротства

Таблица 3 - Прогноз банкротства по модели Таффлера за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z-счет
T1	0,53	0.2974	0.158
T2	0,13	8.4614	1.1
T3	0,18	0.0747	0.013
T4	0,16	1.18	0.189
Z-счет Таффлера			1.46

Для организации значение Zсчета на 2022 составило 1.46. Это означает, что вероятность банкротства предприятия на 2022 год-низкая.

Прогноз банкротства по модели Лиса.

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является модель Лиса, который рассчитывается по следующей формуле:

$$Z=0,063*K1+0,092*K2+0,057*K3+0,001*K4, \quad (4)$$

где:

K1 - Соотношение оборотного капитала с активами

K2 - Соотношение прибыли от реализации с активами

K3 - Соотношение нераспределенной прибыли с активами

K4 - Соотношение собственного и заемного капитала

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Лиса составляет:

ниже 0,037 - значительная вероятность банкротства

0,037 и выше - незначительная вероятность банкротства

Таблица 4 - Прогноз банкротства по модели Лиса за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z-счет
K1	0,063	0.7254	0.0457
K2	0,092	0.4235	0.039
K3	0,057	0.2974	0.017
K4	0,001	10.6641	0.0107
Z-счет Лиса			0.1124

Для организации значение Zсчета на 2022 составило 0.1124. Это означает, что вероятность банкротства предприятия на 2022 год незначительна.

Прогноз банкротства по модели Спрингейта.

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является модель Спрингейта, который рассчитывается по следующей формуле:

$$Z=1,03X1+3,07X2+0,66X3+0,4X4, \quad (5)$$

где:

X1 - отношение оборотных средств к общей сумме активов

X2 - отношение прибыли до уплаты налога и процентов к общей сумме активов

X3 - отношение прибыли до налогообложения к текущим обязательствам

X4 - отношение выручки от продаж к общей сумме активов

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Спрингейта составляет:

ниже 0,862 - значительная вероятность банкротства

0,862 и выше - незначительная вероятность банкротства

Таблица 5 - Прогноз банкротства по модели Спрингейта за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z-счет
K1	1,03	0.7254	0.7472
K2	3,07	0.3781	1.1608
K3	0,66	5.3931	3.5594
K4	0,4	1.18	0.472
Z-счет Спрингейта			5.9394

Для организации значение Z счета на 2022 составило 5.9394. Это означает, что вероятность банкротства предприятия на 2022 год- низкая.

Одним из показателей вероятности банкротства организации в течение 2-х лет является 3-факторная модель:

$$PROB = 0,996 - 0,732S - 0,099T - 0,982R , \quad (6)$$

где:

S - коэффициент долгосрочной финансовой независимости;

T - коэффициент оборачиваемости активов;

R - коэффициент рентабельности реализации на основе прибыли от реализации.

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения PROB составляет:

1 и выше – высокая вероятность банкротства

от 0 до 1 – средняя вероятность банкротства

от 0 и ниже – низкая вероятность банкротства

Таблица 6- Прогноз банкротства по модели PROB за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	PROB
T1	-0.732	0.9253	-0.68
T2	-0.099	1.18	-0.12
T3	-0.982	0.2939	-0.29
PROB			-1.09

Для организации значение PROB на 2022 составило $0.996 - 1.09 = -0.094$. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая.

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет, который рассчитывается по следующей формуле (4-факторная модель):

$$Z = 8,38 \times K1 + 1 \times K2 + 0,054 \times K3 + 0,63 \times K4, \quad (7)$$

где:

K1 - коэффициент соотношения оборотного капитала и активов;

К2 - рентабельность собственного капитала;

К3 - оборачиваемость активов.

К4 - рентабельность затрат по чистой прибыли.

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения PROB составляет:

0 и ниже – высокий риск банкротства (90%-100%)

0-0,18 – высокий риск банкротства (60%-80%)

0,18-0,32 – средний риск банкротства (35%-50%)

0,32-0,42 – низкий риск банкротства (15%-20%)

больше 0,42 – минимальный риск банкротства

Таблица 7 - Прогноз банкротства по модели ИГЭА за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z
К1	8,38	0.7254	6.08
К2	1	0.3105	0.31
К3	0,054	1.18	0.06
К4	0,63	0.3535	0.22
Z			6.67

Для организации значение Z на 2022 составило 6.67. Это означает, что риск банкротства предприятия минимальный.

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет, который рассчитывается по следующей формуле (6-факторная модель):

$$\text{Кфакт} = 0,25 \times \text{К1} + 0,1 \times \text{К2} + 0,2 \times \text{К3} + 0,25 \times \text{К4} + 0,1 \times \text{К5} + 0,1 \times \text{К6}, \quad (8)$$

где:

К1 - рентабельность собственного капитала (коэффициентом убыточности предприятия);

К2 - соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей;

К3 - соотношение краткосрочных обязательств и наиболее ликвидных активов (обратно противоположный коэффициенту абсолютной ликвидности)

К4 - рентабельность продаж

К5 - коэффициент соотношения заемных и собственных средств (коэффициент финансового рычага или ливериджа)

К6 - коэффициент закрепления активов (обратно противоположный коэффициенту оборачиваемости активов)

Таблица 8 - Прогноз банкротства по модели О.П. Зайцевой за 2022 год в АО «Железногорский кирпичный завод»

Коэффициент	Множитель	Значение	Z
К1	0,25	0.4125	0.1
К2	0,1	0.2909	0.03
К3	0,2	0.1458	0.03
К4	0,25	0.4125	0.1
К5	0,1	0.0749	0.04
К6	0,1	0.8481	0.04
Z			0.34

$$\text{Кнорматив} = 1.57 + 0.1 * 0.23 = 1.593$$

Поскольку $K_{\text{факт}} < K_{\text{норматив}}$, то риск банкротства незначительный.

Таким образом, из всех проанализированных моделей оценки вероятности банкротства все свидетельствуют о хорошей финансовой устойчивости предприятия.

Исходя из этого, можно говорить о том, что на текущий период организация имеет устойчивое финансовое состояние. Финансовые показатели предприятия находятся очень близко к оптимальным, но по отдельным коэффициентам допущено некоторое отставание. Риск наступления банкротства довольно низкий.

Список использованных источников

1. Банкротство и финансовое оздоровление субъектов экономики. Монография / под ред. А. Н. Ряховской. М.: Юрайт, 2023. 154 с.
2. Гузнов А. Г., Рождественская Т. Э. Регулирование, контроль и надзор на финансовом рынке в Российской Федерации. М.: Юрайт, 2024. 584 с.
3. Рождественская Т. Э. Банковское регулирование и надзор. Банкротство финансовых организаций. Меры воздействия банка России. М.: Юрайт, 2020. 171 с.
4. Ряховская А. Н. Банкротство и финансовое оздоровление субъектов экономики. М.: Юрайт, 2020. 154 с.
5. АО «Железнодорожный кирпичный завод» // Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2053221> (дата обращения: 13.05.2024)

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ - ТОРГОВЛИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Шевченко А. Е.,

*студентка направления подготовки «Землеустройство и кадастр»,
НАН ЧОУ ВО Академия маркетинга и социально–информационных
технологий – ИМСИТ г. Краснодар, Россия
E-mail: ulauna.pera@mail.ru*

Сапунова Т. А.,

*кандидат экономических наук, доцент НАН ЧОУ ВО «Академия
маркетинга и социально–информационных технологий – ИМСИТ» г.
Краснодар, Россия
E-mail: zipow@mail.ru*

Аннотация. С развитием технологий и распространением интернета, все больше покупателей и продавцов обращаются к онлайн-платформам для поиска и заключения сделок по торговой недвижимости. Рынок недвижимости постоянно трансформируется, и это касается не только бизнес-процессов, но и самого продукта - пространств. О том, какие триггеры влияют на рынок

торговой недвижимости, какие тренды сохраняются в отрасли, и будут диктовать условия для собственников и арендаторов в ближайшем будущем мы рассмотрели в статье.

Ключевые слова: интернет-торговля, рынок, недвижимость, урбанизация, спрос.

THE IMPACT OF ONLINE COMMERCE ON THE TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN REAL ESTATE MARKET

Shevchenko A. E., Sapunova T. A.

Annotation. With the development of technology and the spread of the Internet, more and more buyers and sellers are turning to online platforms to search and conclude deals on commercial real estate. The real estate market is constantly being transformed, and this applies not only to business processes, but also to the product itself - spaces. We discussed in the article what triggers affect the retail real estate market, what trends persist in the industry, and will dictate conditions for owners and tenants in the near future.

Key words: online commerce, market, real estate, urbanization, demand.

Интернет-торговля оказывает значительное влияние на трансформацию российского рынка торговой недвижимости. С появлением возможности покупать товары и услуги онлайн все больше потребителей предпочитают совершать покупки через интернет, вместо посещения традиционных розничных магазинов.

Это приводит к изменению спроса на торговую недвижимость. Розничные магазины сталкиваются с сокращением клиентской базы и снижением продаж, что вынуждает их сокращать свои торговые площади или закрывать магазины. В то же время, компании, работающие в сфере интернет-торговли, нуждаются в больших складских площадях для хранения товаров и обработки заказов [1].

Кроме того, интернет-торговля способствует развитию электронной коммерции и созданию новых бизнес-моделей. Появляются новые платформы для продажи товаров, как международных, так и местных. Это создает дополнительные возможности для предпринимателей и ведет к увеличению конкуренции на рынке торговой недвижимости.

Рассмотрим основные триггеры изменений в сегменте, которые наметились последние годы. Торговые площади продолжают трансформироваться в центры досуга и развлечения под влиянием следующих факторов [2].

1. Постепенная смена поколений, что, как следствие, приводит к изменению потребительских ориентиров. Разработчики, урбанисты и городские власти по всему миру ищут различные способы привлечения посетителей в офлайн-режиме. Однако основная идея заключается в переносе акцента с потребления товаров на так называемое культурное потребление. Это особенно

заметно в реализации многофункциональных проектов с развлекательными центрами. Современные торговые центры, как новые, так и обновляемые, сейчас ориентированы именно на *retailtainment* (сочетание слов *retail* - «розничная торговля» и *entertainment* - «развлечение»). Это уже не просто заполнение свободных торговых площадей, а работающий инструмент для стимулирования продаж. Внедрение концепции досуга в торговом центре приводит к увеличению посещаемости на 4% и объема потраченных денег в торговом центре на 16%.

Например, в некоторых городах создаются музеи, выставочные залы, арт-пространства и площадки для проведения различных культурных мероприятий. Это позволяет создать уникальную атмосферу и привлечь посетителей, которые могут не только совершать покупки, но и наслаждаться культурными и развлекательными мероприятиями. Также, современные технологии играют важную роль в привлечении посетителей. Многие торговые центры используют мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, чтобы создать уникальный опыт для посетителей.

Так, с помощью мобильных приложений можно получить информацию о текущих акциях и скидках, проложить оптимальный маршрут по торговому центру или даже участвовать в интерактивных играх. Таким образом, привлечение посетителей в офлайн-режиме становится все более разнообразным и интересным процессом. От развлекательных центров и культурных достопримечательностей до использования современных технологий, все эти подходы помогают создать уникальный опыт для посетителей и стимулировать продажи в торговых центрах.

2. Процесс урбанизации вместе с развитием интернет-технологий. Необходимость создания мест смешанного потребления, которые предлагают приобрести товары, покушать, поработать, пообщаться, прожить в реальном мире обусловлена, как сменой поколений, так и процессом урбанизации. Как мы можем наблюдать, что людям в городах нужны качественные пространства для жизни, а торговые центры - один из наиболее доступных и популярных способов проведения досуга. Как следствие, их интеграция неизбежна.

Трансформация торговых пространств актуальна сейчас для многих стран мира и звучит на таких глобальных площадках, как *Mapic Modern Retail Forum* (дискуссионная площадка для всех, кого волнуют изменения ритейла в условиях мировой глобализации). Приведу несколько примеров того, как справляются с трансформацией собственники объектов в России [3].

Стоит отметить рост значимости временных концепций в России. Часто временные площади становятся стартовой площадкой для молодых дизайнеров, которые затем арендуют полноценные магазины. Это воспринимается собственниками торговых центров как обновление ассортимента и способ поддержания интереса посетителей. Помимо этого, наблюдается развитие форматов универмагов внутри торговых центров. Например, в ТРЦ «Авиапарк» есть универмаг *Trend Island*, который представляет собой не только модный кластер, но и комплекс с кафе, парикмахерскими и лекториями. Этот формат,

хоть и трудоемкий, оказался успешным с точки зрения экономики, так как привлекает большое количество посетителей, а участники платят собственникам универсама 25% от своего чека.

Рассмотрев все факторы, можно выделить наиболее динамичные и перспективные направления развития рынка в долгосрочной перспективе. Важными тенденциями являются [4].

1. Рост доли предприятий развлекательной сферы в коммерческих объектах.

2. Изменение формата торговых объектов в сторону торгово-развлекательных центров.

3. Появление новых форм досуга в объектах и появление на рынке новых игроков, как сетевых, так и местных операторов.

4. Перепозиционирование уже существующих объектов с учетом тенденций рынка, особенно тех, которые сталкиваются с проблемами посещаемости.

5. Более глубокое фокусирование на интересах покупателей и специализация под нужды целевой аудитории.

Важно отметить, что данные направления являются наиболее актуальными и представляют собой перспективу для развития рынка в будущем. В заключение добавим, что интернет-торговля меняет структуру и динамику российского рынка торговой недвижимости, стимулируя сокращение спроса на торговые помещения. Это требует адаптации существующих игроков на рынке и стимулирует развитие новых бизнес-моделей и технологий.

Список использованных источников

1. Афанасьев А. С. Недвижимость как инвестиционный актив на современном этапе развития российской экономики / А. С. Афанасьев, Н. А. Гончарова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2022. – № 4(50). – С. 19-24. – DOI 10.18324/2224-1833-2022-4-19-24.
2. Дьяченко Д. Г. Трансформация управления коммерческой недвижимостью в условиях изменяющейся внешней среды / Д. Г. Дьяченко, Н. А. Щербакова // Наука. Технологии. Инновации: Сборник научных трудов. В 9-ти частях, Новосибирск, 30 ноября – 04 2020 года / Под редакцией А.В. Гадюкиной. Том Часть 7. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020. – С. 320-323.
3. Сапунова Т.А. Ценовая политика на рынке недвижимости в России. Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №5-3 (75). С.79-81.
4. Пирогова О. Е. Управление торговыми объектами на основе реконцепции и трансформации привычных форматов / О. Е. Пирогова, Д. А. Халецкая // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 8-ми частях, Санкт-Петербург, 15–19 мая 2023 года. Том Часть 4. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 591-598.

СОБЫТИЯ, ЛЮДИ, ФАКТЫ

УЧАСТИЕ КУРСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛЕНИЯ СОЮЗА ЖЕНЩИН РОССИИ В РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ ДЕЙСТВИЙ В ИНТЕРЕСАХ ЖЕНЩИН ДО 2030 ГОДА

Окорокова Г. П.,

председатель правления Курского регионального отделения Союза женщин России, заместитель председателя Общественной палаты Курской области, президент Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, к.э.н., доцент

E-mail: gpo@tebik.ru

Аннотация. В статье представлен опыт работы Курского регионального отделения Союза женщин России по реализации Национальной стратегии действий в интересах женщин. Особое внимание уделено участию женской организации в развитии сферы малого бизнеса, рассмотрены перспективные формы работы и взаимодействие с институтами гражданского общества.

Ключевые слова: некоммерческий сектор экономики России, гражданское общество, национальная стратегия действий в интересах женщин, социально-ориентированные НКО, Курская региональная организация Союза женщин России.

PARTICIPATION OF THE KURSK REGIONAL BRANCH OF THE UNION OF WOMEN OF RUSSIA IN THE IMPLEMENTATION OF THE NATIONAL STRATEGY OF ACTION FOR WOMEN UNTIL 2030

Okorokova G. P.

Annotation. The article presents the experience of the Kursk regional branch of the Union of Women of Russia in the implementation of the National Strategy of Action in the interests of Women. Special attention is paid to the participation of women's organizations in the development of small business, promising forms of work and interaction with civil society institutions are considered.

Key words: The Russian economy's non-profit sector, civil society, national strategy for women's interests, socially oriented NPO, Kursk regional of the Women's Union of Russia.

Новый статус Союза женщин России (СЖР) как общественно-государственной организации [1] резко расширил формат деятельности, максимально приблизив возможности усиления влияния союза на улучшение экономического положения женщин.

Указ Президента Российской Федерации от 11.12.2018 г. № 706 «Об Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» подчеркивает, что основными направлениями деятельности Союза женщин России являются:

а) защита прав и интересов женщин;

б) повышение общественного статуса женщин и их роли в политической, экономической, социальной и культурной жизни страны, расширение возможностей для самореализации женщин, проживающих в сельской местности;

в) участие в реализации Национальной стратегии в интересах женщин

г) содействие в осуществлении государственной семейной политики, укрепление института семьи;

д) содействие в осуществлении демографической политики Российской Федерации, защита материнства и детства;

е) поддержка социальных инициатив в целях реализации национальных проектов в области демографии, здравоохранения, образования, культуры и экологии.

В соответствии с Указом Президента России провели перерегистрацию членов нашего отделения. По данным на 1 июня 2024 года в рядах Курского регионального отделения СЖР, насчитывается свыше 2000 членов Союза. Работают 28 районных и 8 городских женских организаций. Только в 2023 года численный состав Курского регионального отделения СЖР увеличился на 360 членов организации, в т.ч. – 302 чел. – это молодые представительницы Союза из районов из городов Курской области, 58 чел. – предпринимательницы, члены Клуба предпринимательниц, самозанятые, руководители кадровых служб предприятий, объединившиеся в Курский Клуб Кадровик».



Рисунок 1 - Участники VIII отчетно-выборной конференции Курского регионального отделения СЖР, июнь, 2024

Правительство России в последние дни 2022 года утвердило Национальную стратегию действий в интересах женщин на 2023-2030 г.г. [2] Ее ключевыми целями являются соблюдение принципа равноправия мужчин и женщин в различных сферах жизни, повышение экономической независимости и политической активности жительниц нашей страны, а также профилактика женского неблагополучия.

В разработке документа активное участие принимал Союз женщин России [3] и региональные отделения общественно-государственной организации. Поэтому СЖР считает Национальную стратегию своеобразным практическим руководством для своей деятельности.

Курское региональное отделение Союза женщин России (СЖР) организовало широкое обсуждение основных положений этого важнейшего документа. В районах прошли масштабные встречи. В них приняли участие свыше тысячи активисток СЖР, главы районов и городов, их заместители, депутаты, руководители местных и общественных советов, члены правления регионального отделения. По итогам обсуждения Стратегии собрание регионального актива приняло развернутую резолюцию по исполнению Национальной стратегии действий в интересах женщин, выраженную в 52 комплексных задачах.



Рисунок 2 - Обсуждение Национальной стратегии действий в интересах женщин в районах и городах Курской области

Женский актив Курской области сосредоточил внимание на решении таких задач, как:

- поддержка женщин в сфере малого и среднего предпринимательства, в том числе, социального предпринимательства;
- реализация программ дополнительного профессионального образования женщин-предпринимательниц, самозанятых женщин;
- поддержка женщин через организацию системы непрерывного образования, повышения квалификации, обновления профессиональных знаний.

Реализуемые в стране национальные проекты дали добротную основу для реализации поставленных целей.

Например, национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (Нацпроект) позволил женскому Союзу в целом и региональным отделениям определить возможности участия в его реализации. Нацпроект определил задачу по достижению показателей: 25,0 млн. рабочих мест в сфере малого и среднего предпринимательства, увеличение доли этого сектора в ВВП до 32,5% к концу 2024 года, увеличение доли экспорта субъектов малого и среднего бизнеса, в общем объеме несырьевого экспорта до 10%.

Курское отделения Союза женщин России (СЖР) разработало планы реального участия в данном проекте, создании женским активом специальных программ, расширении контактов с женским бизнесом, коллегами из управления этой сферой, институтами гражданского общества региона.

Так родились новые социальные проекты. Один из них - Школа гражданской активности (ШГА). В частности, пять лет в Курске проводится обучение женщин-предпринимательниц Центрального федерального округа. Для предпринимательниц разработали 30-часовую программу обучения, включающую вопросы теории и практики организации малого бизнеса, тренинги и круглые столы по тематике обучения. Слушатели, полностью выполнившие программу, получают удостоверение о повышении квалификации вуза-партнера «Курского института менеджмента, экономики и бизнеса» «Эффективное управление некоммерческой организацией», «Эффективное управление малым предприятием».



Рисунок 3 -Предпринимательницы, выпускницы Школы гражданской активности, 2019 год

Свыше 400 представительниц бизнеса повысили свою квалификацию по программе «Эффективное управление малым предприятием». Отзывы по итогам обучения самые позитивные. Более 120 самозанятых женщин, или планирующих эту деятельность, также побывали на курсе «Азбука для самозанятых». Считаем важным итогом работы регионального отделения, совместно с партнерским вузом – Курским институтом менеджмента, экономики и бизнеса, при поддержке Союза женщин России, получение

дополнительного профессионального образования женщин-предпринимательниц, самозанятых и женщин, получающих поддержку на основе социального контракта.



Рисунок 4 - Предпринимательницы, выпускницы Школы гражданской активности, 2023 год

Пригласили к сотрудничеству партнерские организации «Знание», «Деловая Россия», «Опора России», Центр «Мой бизнес», Торгово-промышленную палату Курской области.

Огромную благодарность выражаем за поддержку ШГА Союзу женщин России, лично председателю правления Союза женщин России Екатерине Филипповне Лаховой.

Мы приобрели новый для общественной организации опыт обучения кадров женщин-предпринимательниц, многие из которых вступили в СЖР в своих регионах. Обучение оказало влияние на результаты деятельности и приращение участия гражданского общества в лице СЖР в решении государственных задач.

На отчетной конференции СЖР в 2019 году создали региональный совет по наставничеству, утвердили Положение о нем, сформулировали рекомендации для наставниц и их учениц. Вскорости в наших рядах стали появляться мужчины. С удовлетворением отмечаем, что в настоящее время в регионе 65 наставников в предпринимательстве, которые оказали поддержку 160 молодым коллегам, со многими не потеряли контактов и после окончания срока их ученичества. У наставничества большие перспективы. Наставничество улучшает показатели качества работы бизнеса, способствует увеличению предприятий малого и среднего предпринимательства. (что-то по наставничеству). Добрых слов заслуживает «Центр «Мой бизнес» Курской области, который реально участвовал в проекте, подбирая учениц - молодых предпринимательниц.



Рисунок 5 -Первые наставницы и их ученицы, 2019 год

Особо скажу о наставниках в социальном предпринимательстве. В ходе обучения в Школе гражданкой активности представителей социального бизнеса, а это были 50 женщин и мужчин, реализована, по их просьбе, одна инициатива. Слушатели попросили, чтобы их наставниками стали некоторые спикеры Школы гражданской активности. Таким образом, шесть представителей из Воронежа, Липецка, Курска и Железногорска стали наставниками в социальном предпринимательстве.

Изучая международный опыт и накапливая собственный, приходим к выводу, что это перспективное направление работы организации СЖР.

Как не бывает чуда в экономике, так не возникает чуда и в общественной жизни. Любая идея, воплощаемая в проект, должна получить время на «созревание», на апробирование, проверку временем. Курской региональной организации Союза женщин России потребовалось для всего этого немногим более пяти лет. Мы были первыми, не форсировали события, от нас не требовали никакой отчетности, «докладов об исполнении». А результат получился в высшей степени позитивным. Союз женщин России недавно обобщил наш опыт.

Деловые и дружеские контакты с предпринимательницами ЦФО привели нас к мысли о создании Клуба женщин-предпринимательниц. Мы получили одобрение идеи от СЖР и приступили к формированию первого состава клуба из наиболее успешных и активных выпускниц образовательной программы «Эффективное управление малым предприятием».

В июле 2022 года создан Клуб-предпринимательниц, учредителем которого является Курское региональное отделение СЖР и Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса. В настоящее время в клубе свыше 60 предпринимательниц из городов Курск, Железногорск, Рыльск, Обоянь, Октябрьский район.



Рисунок 6 -Участницы Школы гражданской активности разных лет

Впервые, накануне международного женского дня 8 Марта, был организован первый региональный Конкурс «Женщина – хозяйка на селе». Общий девиз конкурса «Село в порядке – страна в достатке».

Конкурс организуется Курским региональным отделением Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» при поддержке Курской областной Думы, Министерства сельского хозяйства Курской области, Министерства промышленности, торговли и предпринимательства Курской области, Общественной палаты Курской области, Ассоциации «Совет муниципальных образований Курской области», ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», АНО «Центр «Мой бизнес» Курской области», Курской региональной общественной организации «Знание», Региональной общественной организации «Курское областное отделение Общероссийской общественной организации «Союз журналистов России».



Рисунок 7 -Фотоиллюстрация регионального конкурса «Женщин – хозяйка на селе», март 2024

В ходе конкурса и при подведении его итогов мы рассказали жителям региона о 25 победителях, женщинах сельских поселений, работающих в сельских учреждениях, на сельхозпредприятиях, имеющих личное подсобное хозяйство, занимающих активную жизненную позицию, принимающих участие в общественной жизни, добившихся успехов в труде, творчестве, в воспитании детей, ведении личного подсобного хозяйства.

Конкурс призван содействовать развитию сельских населенных пунктов в Курской области с помощью трансляции лучших практик и проектов, инициированных и реализованных женщинами в сельской местности.

Мы уверены, что в Национальную стратегию действий следующих лет необходимо включать подобные проекты общественного звучания, создание неформальных структур как подразделений Союза женщин России.

Таким образом, произойдет диссеминация положительного опыта, а также определятся рэперные точки гендерной специфики женского бизнеса – она ведь все- таки существует.

Активность гражданского общества со стороны женских объединений также даст стимул развития целых направлений бизнеса, который традиционно считается женским.

В данной публикации представлена малая часть деятельности Курского регионального отделения СЖР. Но, именно так, *step bei step* – шаг за шагом,

продвигаем и развиваем женские ответственные инициативы, преобразуя их в реальные дела, в улучшение экономического положения женщин. А, значит, и наших детей, и семей, наших малых родин и нашей страны.

Список использованных источников

1. Указ Президента Российской Федерации от 11.12.2018 г. № 706 «Об Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43847>
2. Распоряжение Председателя Правительства Михаила Мишустина от 29 декабря 2022 года №4356-р «Национальная стратегия действий в интересах женщин 2023 - 2030 годы» <http://static.government.ru/media/files/ilHtVCkhskBAE9DAfID3Akpd787xAOc4.pdf>
3. Устав Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» <https://wuor.ru/about/rule/>



Научное издание
Электронный научно-практический журнал
«Наука и практика регионов»
№ 2 (35) 2024

Издательство
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Статьи публикуются в авторской редакции.

Редакция ведет политику свободного доступа к электронной версии журнала. Авторы статей несут ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации. Редакция журнала не несет никакой ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи. Редакция вправе изъять уже опубликованную статью, если выяснится, что в процессе публикации статьи были нарушены чьи-либо права или же общепринятые нормы научной этики.

Координаты редакции:
305000 г. Курск, ул. Радищева, 35
к. 108
тел. 8 (4712) 70-82-56
E-mail: meb-journal@ya.ru
Сайт: www.meb-journal.ru
