

ПРИАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УЧЕБНО-НАУЧНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
(УНИЭМ)



МОЛОДЁЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДНР

Сборник тезисов докладов круглого стола
в рамках X Международного научного форума
ДНР «Инновационные перспективы Донбасса:
инфраструктурное и социально-экономическое
развитие»

(г. Мариуполь, 24 мая 2024 г.)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДНР
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПРИАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
УЧЕБНО-НАУЧНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
(УНИЭМ)

МОЛОДЁЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДНР

Сборник тезисов докладов круглого стола
в рамках X Международного научного форума ДНР
«Инновационные перспективы Донбасса:
инфраструктурное и социально-экономическое
развитие»
(г. Мариуполь, 24 мая 2024 г.)

УДК 33
ББК 72
М754

Молодёжное предпринимательство и меры поддержки малого бизнеса в ДНР [Электронный ресурс] : сб. тезисов докладов круглого стола в рамках X Международного научного форума ДНР «Инновационные перспективы Донбасса: инфраструктурное и социально-экономическое развитие» (г. Мариуполь, 24 мая 2024 г.) / Министерство образования и науки ДНР; ФГБОУ ВО «Приазовский государственный технический университет». – Мариуполь, 2024. – Режим доступа: <https://pstu.su/nauka/konferencii/konferenciya/kruglyj-stol-molodyozhnoe-predprinimatelstvo-i-mery-podderzhki-malogo-biznesa-v-dnr/#>. – Загл. с титул. экрана.

В электронном сборнике представлены тезисы выступлений участников круглого стола в рамках X Международного научного форума ДНР «Инновационные перспективы Донбасса: инфраструктурное и социально-экономическое развитие».

Для научных и инженерно-технических работников, аспирантов, докторантов, преподавателей и обучающихся вузов.

Научное электронное издание

*Материалы сборника публикуются в авторской редакции.
Авторы опубликованных материалов несут ответственность
за достоверность приведенных в них сведений.*

© ПГТУ, 2024

Оргкомитет:

Председатель:

Черната Т.Н. – директор Учебно-научного института экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «ПГТУ», канд. экон. наук, доцент.

Заместитель председателя:

Маматова Л.Ш. – доцент кафедры «Экономика и экономическая инженерия» ФГБОУ ВО «ПГТУ», канд. экон. наук, доцент.

Члены:

Бессонова Г.П. – заведующий кафедрой «Финансы, учет и аудит» ФГБОУ ВО «ПГТУ», доцент.

Грабовый К.П. – проректор по инновациям и развитию имущественного комплекса ФГБОУ ВО «ПГТУ», доктор экон. наук, профессор.

Ковалёв Н.В. – заведующий сектором культурной инфраструктуры администрации города Мариуполь.

Кущенко И.В. – и. о. ректора ФГБОУ ВО «ПГТУ», канд. техн. наук.

Луговая Любовь Юрьевна – руководитель фонда поддержки малого и среднего предпринимательства.

Мацневская М.С. – директор ГБУ «Мариупольский ГЦЗ».

Мелихов А.А. – заведующий кафедрой «Экономика и экономическая инженерия» ФГБОУ ВО «ПГТУ», доктор экон. наук, профессор.

Наливай Л.Г. – директор компании Территории бизнеса города Мариуполь.

Пахомов Д.А. – генеральный директор ООО «ЭКСПОПРОМ НОВЫЙ ДОНБАСС».

Присяжный А.Г. – проректор по научно-педагогической работе ФГБОУ ВО «ПГТУ», канд. техн. наук, доцент.

Сергиенко А.Н. – начальник отдела по вопросам молодёжной политики администрации города Мариуполь.

Старшина Е.Ю. – руководитель по развитию массового бизнеса ПСБ.

Харитоненко С.Н. – руководитель штаба Движения Первых в Мариупольском городском округе.

Ходова Я.А. – заведующий кафедрой «Менеджмент и бизнес технологии» ФГБОУ ВО «ПГТУ», канд. экон. наук, доцент.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	7
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МСБ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	8
КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	10
ПРОБЛЕМЫ И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЁЖНОГО БИЗНЕСА	12
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	15
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	16
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В БАНКОВСКОМ ИНВЕСТИЦИОННОМ КРЕДИТОВАНИИ.....	18
НЕОБХОДИМОСТЬ ПОИСКА АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ РЕСУРСОВ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ.....	20
РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	22
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ.....	24
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ ...	27
ВЛИЯНИЕ МАРКЕТ-ПЛЕЙСОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	30
ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ЕГО УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ	33
ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ HR-РЕСУРСАМИ.....	37
ПРЕИМУЩЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	39
ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ HR-РЕСУРСОМ: ИСТОЧНИК ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	41
РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ	43
БЕНЧМАРКИНГ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	45
ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	47
ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ	49
ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	51
ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ УГРОЗ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	55
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СИСТЕМЕ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	59
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ, ВИДЫ.....	61

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫЕ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ ПРИАЗОВЬЯ	62
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЦИФРОВОЙ ВОДОКАНАЛ»	65
ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	67
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДНР В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ	68
РОЛЬ НЕФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	70
МАСТЕРСКАЯ ТИПОГРАФИИ И МАШИННОЙ ВЫШИВКИ «ЕМВРНОМЕ»	72
ПРОЕКТ «КУЗНИЦА В ОБЪЕКТИВЕ»	74
МЕРЫ И ЗНАЧИМОСТЬ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	75

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Г.П. Бессонова, доцент, зав. кафедры ФУА,
К.С. Кононенко, ст. гр. ФК-21, ПГТУ

Молодежное предпринимательство и развитие малого и среднего бизнеса играют важную роль в экономике Донецкой Народной Республики (ДНР). В последние годы правительство ДНР активно поддерживает и стимулирует предпринимательскую активность среди молодого поколения.

Молодёжное предпринимательство представляет собой деятельность, которая осуществляется гражданами ДНР в возрасте до 35 лет и зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей (ИП).

В Донецкой Народной Республике расширяются возможности для молодежного предпринимательства: 21 ноября 2023 года Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства «Мой бизнес» и образовательные организации среднего профессионального образования Донецкой Народной Республики заключили соглашения о сотрудничестве и партнерстве. Соглашение направлено на организацию предпринимательской деятельности среди молодежи Донецкой Народной Республики, создание необходимых условий для поддержки бизнес-идей и проектов молодых предпринимателей. В рамках соглашения будет проводиться работа по повышению финансовой грамотности молодежи и информированию по вопросам использования инструментов финансового рынка.

В настоящий момент на территории Донецкой Народной Республики доступны разнообразные меры поддержки для бизнеса, такие как:

- льготные ставки по НДС;
- упрощенная система налогообложения (УСН);
- освобождение от уплаты налога на имущество организации; транспортного налога организаций, земельного налога;
- введен мораторий на применение контрольно-кассовой техники (ККТ) до 01.02.2025 г;
- мораторий на плановые проверки до 31.12.2030 г.
- мораторий на проверки в отношении налогоплательщиков (для новых территорий) до 31.12.2023 г.

Благодаря поддержке молодежного предпринимательства и развитию малого и среднего бизнеса, экономика ДНР становится более устойчивой и разнообразной. В результате этого уровень безработицы

снижается, а жители республики имеют больше возможностей для самореализации и развития своих бизнес-проектов.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели в ДНР, является нестабильная политическая обстановка и экономическая ситуация в регионе. Это создает некоторые трудности для бизнеса, такие как недостаток финансирования, сложности с поставками и т.д.

Однако, несмотря на указанные аспекты, многие предприниматели в ДНР находят способы адаптироваться к условиям и успешно вести свой бизнес. Некоторые из них развивают экспортное направление, участвуют в местных мероприятиях и выставках, развивают новые товары и услуги.

В целом, малый и средний бизнес является важным звеном экономики ДНР, способствуя росту и развитию региона, а также созданию рабочих мест и улучшению уровня жизни местных жителей.

Молодежное предпринимательство в Донецкой Народной Республике имеет большой потенциал для развития и становления важным двигателем экономического роста региона. Важно, чтобы молодые предприниматели получали поддержку и возможности для реализации своих идей и проектов.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МСБ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

И.В. Пискулева, канд. экон. наук, доцент кафедры ФУА,
К.С. Великанова, ст. гр. ФК-20, ПГТУ

Мировой экономический опыт доказывает, что малый бизнес является движущим механизмом экономического развития страны. Данный сектор экономики в значительной степени определяет структурные, качественные, количественные характеристики валового национального продукта. Кроме этого, малый бизнес, совместно со средним, уже десятилетиями демонстрируют позитивные показатели динамики в разных странах, создавая при этом условия для повышения уровня занятости населения.

Согласно данным Федеральной Налоговой службы на 10.05.2024 г. количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, составляет 49 511 единиц, из них микропредприятия составляют 99,99 % (табл. 1).

Таблица 1. – Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в ДНР

	Всего	из них	
		юридические лица	индивидуальных предпринимателей
<i>Всего</i>	49 511	5 880	43 631
Сумма среднесписочной численности работников	367	257	110
Имеющие признак «вновь созданные»	45 159	1 936	43 223
Микропредприятия	49 508	5 878	43 630
Малые предприятия	1	0	1
Средние предприятия	2	2	0

Таким образом, МСБ Республики практически полностью представлен предприятиями, выручка от реализации которых составляет не более 120 млн. руб., а численность работников не превышает 15 человек. Сектор малых и средних предприятий как таковой отсутствует.

В сентябре 2023 года в Донецкой Народной Республике был открыт «Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства», который вошел в систему центров «Мой бизнес» РФ. Фонд оказывает поддержку уже действующим предпринимателям и самозанятым, а также людям, которые только планируют начать свой бизнес.

Также на территории Донецкой Народной Республики действует Свободная Экономическая зона, которая предполагает особый налоговый режим, более простые условия градостроительства и землепользования, а также возможность компенсации процентов за инвестиционные кредиты. Свободная экономическая зона создается на срок до 31 декабря 2050 года.

Предприятия, которые подали необходимые документы и выполнили все условия, становятся участниками (резидентами) СЭЗ. Особый режим распространяется на всю территорию ДНР, в этом ее уникальная особенность. Резиденты свободной экономической зоны освобождены от уплаты имущественного и земельного налога, существенно снижен налог на прибыль и страховые взносы (табл.2).

Таблица 2. – Налоговые льготы для резидентов СЭЗ ДНР

Налог	Обычная ставка	Ставка на территории СЭЗ
Налог на прибыль	20 %	0-13,5%
Страховые взносы	30 %	0-7,6 %

Налог на имущество	До 2,2 %	0 %
Земельный налог	До 1,5 %	0 %

За 9 месяцев действия СЭЗ на инвестиционном портале управляющей компании зарегистрировалось более 230 субъектов предпринимательства Республики. Участниками СЭЗ стали 32 предприятия, из них 12 предприятий – в период с января по март 2024 года.

По состоянию на 01.04.2024 общий объем заявленных инвестиций составляет около 11,9 млрд руб. Планируется задействовать более 15,2 тысяч работников предприятия. Будут созданы дополнительные 3 604 новых рабочих места, что является особенно актуальным для нашего региона.

Участники СЭЗ осуществляют хозяйственную деятельность в различных отраслях экономики: промышленности и торговле, строительстве и сельском хозяйстве, предоставлении услуг. При этом, участниками также стали предприятия других субъектов Российской Федерации, которые открыли филиалы на территории ДНР.

Большая часть проектов новых участников СЭЗ направлена на модернизацию и восстановление действующих производств. В рамках действия преференциального режима СЭЗ предприятиями-участниками будет приобретаться оборудование и транспорт, проводиться капитальный ремонт производственных помещений.

Таким образом, в рамках свободной экономической зоны создается максимально благоприятная среда для восстановления экономического потенциала региона и адаптации граждан к новым условиям ведения хозяйственной деятельности.

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

И.В. Пискулева, канд. экон. наук, доцент кафедры ФУА,
Е.А. Минаева, ст. гр. ФК-21, ПГТУ

Креативная индустрия включает в себя различные секторы экономики, которые основаны на творческой деятельности и управлении правами на интеллектуальную собственность. В России к креативным индустриям относят:

1. Архитектуру: разработку и проектирование зданий и сооружений;
2. Дизайн: промышленный, графический и создание моделей одежды;
3. Моду: разработку и производство одежды и аксессуаров;
- 4.Музыку: создание, исполнение и распространение музыкальных произведений;
5. Кино: производство и распространение кинематографических работ.
6. Рекламу: разработку и распространение рекламных материалов.
7. Информационные технологии: разработку программного обеспечения и видеоигр.
8. Издательское дело и прессу: публикацию книг, журналов и других печатных изданий.
9. Музейное дело, библиотечное и архивное дело: управление и сохранение культурного наследия.
10. Творческое образование: обучение в области искусства и креативных дисциплин.

Эти секторы формируют основу креативной экономики и предоставляют молодым предпринимателям в ДНР возможности для развития своих творческих идей и проектов.

Продвижение молодежного предпринимательства в креативной индустрии Донецкой Народной Республике (ДНР) может включать ряд стратегий и мероприятий, направленных на развитие творческих способностей молодежи и поддержку их бизнес-инициатив. К ним можно отнести:

- 1.Образовательные программы: организация специализированных курсов и мастер-классов по арт-менеджменту, маркетингу в креативных индустриях и предпринимательству;
2. Государственная поддержка: реализация программ поддержки молодежных стартапов в креативной сфере, включая гранты, субсидии и налоговые льготы;
3. Бизнес-инкубаторы и акселераторы: создание платформ для развития молодежных проектов, предоставление менторской поддержки и помощи в привлечении инвестиций;
4. Сетевое взаимодействие: формирование сообществ и сетей предпринимателей для обмена опытом, ресурсами и совместной работы над проектами;
5. Маркетинг и продвижение: обучение молодых предпринимателей навыкам цифрового маркетинга и использованию социальных сетей для продвижения своих продуктов и услуг.

Креативная индустрия молодежного предпринимательства в Донецкой Народной Республике, как и другие направления, имеет свои преимущества и недостатки, которые влияют на ее развитие и эффективность.

К преимуществам креативной индустрии молодежного предпринимательства можно отнести:

1. Вклад в экономику: креативные индустрии способствуют росту ВВП и созданию рабочих мест, что положительно сказывается на экономическом развитии;

2. Привлечение талантов: они предоставляют платформу для самореализации молодых талантов и способствуют развитию человеческого капитала;

3. Инновации: креативные индустрии являются источником инноваций и новых технологий, что важно для конкурентоспособности региона;

4. Культурное разнообразие: они обогащают культурную жизнь региона и способствуют сохранению культурного наследия.

В свою очередь, к недостаткам относят:

1. Финансирование: проблемы с привлечением инвестиций и финансированием могут ограничивать развитие молодежных предпринимательских проектов;

2. Рыночная конкуренция: высокая конкуренция и быстро меняющиеся тренды требуют постоянной адаптации и инноваций;

3. Регуляторные барьеры: сложности с законодательством и бюрократические препятствия могут затруднять запуск и ведение бизнеса;

4. Риски неустойчивости: креативные индустрии могут быть подвержены экономическим колебаниям, что создает риски для стабильности бизнеса.

Именно сфера креативных индустрий на современном этапе обеспечивает развитие творческого потенциала населения, переход к инновационной экономике, вносит существенный вклад в качественные характеристики человеческого капитала глобальную конкурентоспособность.

ПРОБЛЕМЫ И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЁЖНОГО БИЗНЕСА

А.А. Питух, ст. гр. ФК-21, ПГТУ

Для определения мер поддержки молодёжного предпринимательства, выясним проблемы молодёжного бизнеса, которые могут препятствовать его открытию:

1. Неконкурентоспособность молодёжи. Например, из-за экономического кризиса на рынке оказалось много квалифицированных специалистов, и компании имеют возможность нанять опытного работника за те же деньги, что и молодого специалиста;

2. Отсутствие практико-ориентировочного образования. В учебных заведениях преподаются необходимые экономические знания, но не формируются стимулы и поведенческие компетенции, необходимые для успешной предпринимательской деятельности, в результате чего молодёжь не мотивирована к занятию предпринимательской деятельностью;

3. Отсутствие мотивации к занятию бизнесом. Опасение рисковать собственным имуществом, столкнуться с бюрократическими трудностями при создании нового предприятия не пробуждает молодых граждан проявлять деловую активность. Молодёжь сегодня охотнее отдаёт предпочтение перспективам самореализации в сфере крупного бизнеса или государственной службы;

4. Неинформированность молодёжи. О возможности государственной поддержки при открытии собственного дела зачастую молодёжь не знает.

Какие же существуют меры поддержки малого бизнеса?

— лизинговая программа, предоставление целевых займов и грантов промышленным предприятиям, кредитование по льготной процентной ставке, микрофинансирование субъектов МСП, субсидирование сельского хозяйства;

— снижение налоговой нагрузки (предоставление льгот и списание задолженности по налогам и сборам, нулевая ставка платы за патент для МСП, льготы на ввоз продуктов и сырья для поддержки отечественных производителей, освобождение от уплаты единого сбора и таможенных сборов при ввозе на территорию ДНР товаров по операциям, связанным со строительством, реконструкцией, капитальным ремонтом, восстановлением объектов);

— отсрочка уплаты налогов и сборов, предоставление льготы по единому взносу, льгота по земле;

— ограничение контрольно-надзорных мероприятий (мораторий на проведение проверок, контрольно-проверочных мероприятий, а также проверок соблюдения лицензиатами лицензионных условий);

Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства может осуществляться в следующих формах:

1) имущественная поддержка;

- 2) финансовая поддержка;
- 3) информационная поддержка;
- 4) правовая и консультационная поддержка;

К полномочиям Правительства Донецкой Народной Республики по вопросам развития малого и среднего предпринимательства относятся:

- участие в осуществлении государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства;

- утверждение государственных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом национальных и региональных социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей;

- определение в установленном порядке исполнительного органа Донецкой Народной Республики, уполномоченного осуществлять государственное регулирование развития малого и среднего предпринимательства;

- содействие деятельности некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, и структурных подразделений указанных организаций;

- финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам развития малого и среднего предпринимательства за счет средств бюджета Донецкой Народной Республики;

- содействие развитию межрегионального сотрудничества субъектов малого и среднего предпринимательства.

И всё же следует помнить, что настоящему бизнесмену, хоть и начинающему нужно стараться преодолевать свои страхи не только в конкуренции, но и в плане риска. Ведь уйти из найма и открыть своё предпринимательство – это уже и есть большой риск. На деле предприниматель должен стараться анализировать и обдумывать все свои действия, начиная с простого вопроса: «А считаю ли я мой товар (услугу) актуальной?». Также необходимо опираться на меры государственной поддержки, заключающейся в финансовой помощи, продвижении товаров, налоговых льготах, консультировании и иных способах оказания помощи. Комплексный подход и постоянный мониторинг состояния предпринимательской структуры будет способствовать стабильному функционированию и развитию бизнеса, особенно, когда речь идет о новых объектах бизнес-деятельности.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Д.А. Дрёмина, ст. гр. ФК-21, ПГТУ

Социальное предпринимательство – это деятельность малых и средних предприятий, которая направлена на достижение общественно полезных целей.

Это бизнес, который нацелен на решение социальных задач: помощь людям, забота об экологии, уход за тяжелобольными людьми, предоставление работы инвалидам, сиротам, пенсионерам, беженцам.

В основе социального предпринимательства лежит проявление инициативы в решении проблем социально уязвимых категорий.

Примеры социального предпринимательства в России:

- кафе, среди сотрудников которого есть инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- реабилитационный центр;
- студия творчества для детей;
- программное обеспечение, которое помогает не потеряться людям, оказавшимся в экстремальной ситуации.

Наиболее популярными сферами социального бизнеса являются: образование, спорт, дневной присмотр и уход за детьми, организация досуга, медицинские услуги.

В России термин «социальное предпринимательство» официально существует с 2019 года. Данный сектор формирует основу материальной и социальной поддержки для граждан, которые в ней нуждаются.

Продвижение социального предпринимательства в индустрии Донецкой Народной Республики (ДНР) может включать ряд стратегий, направленных на развитие социальной поддержки. К ним можно отнести:

1. Создание информационных материалов и кампаний, которые позволят распространить осознание и понимание концепции социального предпринимательства среди широкой аудитории.

2. Организация мероприятий, конференций, семинаров и тренингов, нацеленных на обмен опытом, обучение и взаимодействие между социальными предпринимателями и другими заинтересованными сторонами.

3. Вовлечение СМИ и блогеров для создания позитивного имиджа социального предпринимательства и привлечения внимания общественности.

4. Поддержка государственных и частных институтов, организаций и программ, направленных на развитие социального предпринимательства.

5. Продвижение социальных предприятий через социальные сети и онлайн-платформы, чтобы увеличить их видимость и привлечь клиентов, инвесторов и партнеров.

6. Поддержка общественной поддержки и участия в социальных проектах и инициативах, направленных на решение общественных и экологических проблем

Продвижение социального предпринимательства требует комплексного подхода и усилий со стороны всех заинтересованных сторон, чтобы создать благоприятные условия для его развития. При этом оно принесёт огромный вклад в будущее, ведь благодаря этому сократится количество безработных и малоимущих людей, улучшится состояние экологии и т.п.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Н.В. Харченко, ассистент кафедры ФУА,

Э.Д. Дроздова, ст. гр. ФК-22, ПГТУ

В Донецкой Народной Республике зарегистрирован Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства. Он войдет в систему центров «Мой бизнес», открытых по национальному проекту «Малое и среднее предпринимательство». Центры «Мой бизнес» в новых регионах открываются в рамках программы социально-экономического развития ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей. Средства для поддержки малого и среднего бизнеса выделены из национального проекта «Малое и среднее предпринимательство».

В фонде предприниматели смогут открыть свой бизнес, проконсультироваться по доступным им видам господдержки, льготного кредитования, налогообложения, бухгалтерского учета, грамотно составить бизнес-план, рассчитать рентабельность будущего бизнеса, пройти обучение основам бизнеса и предпринимательства. Воспользоваться их услугами смогут более 41 тысячи малых и средних предпринимателей, зарегистрированных в ДНР, около 6,5 тысячи самозанятых, а также все физические лица, которые только намереваются открыть дело.

За четыре года работы центры «Мой бизнес» стали ключевым проводником между бизнесом, государством и обществом. «Мой бизнес» как институт, который оказывает поддержку предпринимателям, осуществляет информирование через все каналы коммуникаций и реализует общественно значимые программы.

На сегодняшний день в Донецкой Национальной Республике принят 31 нормативный правовой акт, которыми установлены 48 мер поддержки предпринимательства.

Также для оказания поддержки республиканским промышленным предприятиям-производителям и обеспечения их конкурентоспособности на внешнем рынке Правительством ДНР создан Фонд развития промышленности.

Министерством экономического развития ведется работа над возможностью создания инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства путем создания Государственной Корпорации «Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства». Планируется, что фонд будет предоставлять микрокредиты по льготным процентным ставкам, гарантии по кредитам, гранты вновь созданным субъектам МСП, будет осуществлять имущественную поддержку, реализовывать инкубационные программы, выступать поручителем перед кредитными организациями, а также оказывать нефинансовую поддержку в виде консультирования и содействия развитию деятельности субъектов МСП.

В 2024 году субъектам малого и среднего предпринимательства будут доступны как действующие, так и новые меры поддержки. К таким относятся:

1) снижение налоговой нагрузки (Единый сельскохозяйственный налог; упрощенная система налогообложения; патентная система налогообложения; налог на профессиональный доход; пониженные тарифы страховых взносов для субъектов МСП (15% для выплат свыше МРОТ); поэтапное снижение фиксированных страховых взносов (за 2024 год – 25 200 руб.; за 2025 год – 36 000 руб.);

2) финансовые и имущественные меры (льготное кредитование на любые цели, по ставке до 10% со сроком до трех лет с максимальным размером займа – 50 млн рублей; льготный лизинг оборудования, гарантии и поручительства по кредитам и займам, привлекаемым малыми и средними предприятиями; предоставление земли без торгов; предоставление субсидии – финансовой поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей; займы и гранты, предоставляемые Фондом развития промышленности ДНР);

3) снижение административной нагрузки (продление срока применения контрольно-кассовой техники до 01.02.2025; мораторий на банкротство, смягчение ответственности организаций и

предпринимателей за совершение административных правонарушений; меры по ограничению контрольно-надзорных мероприятий (мораторий на проверки предприятий и предпринимателей, мораторий на проверки в отношении налогоплательщиков); преимущественное право выкупа арендуемых малыми и средними предприятиями помещений или движимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности; право применять упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность; упрощенный порядок составления статистической отчетности);

4) другие меры поддержки (консультационные и обучающие меры поддержки от Фонда МСП; реализация проектов в рамках Свободной экономической зоны, в рамках которых могут быть предоставлены налоговые льготы, которые включают пониженные ставки по налогам и тарифам страховых взносов, применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны; развитие инфраструктуры поддержки бизнеса).

Кроме этого, субъекты МСП, осуществляющие социально значимые виды деятельности, дополнительно смогут получить грант в форме субсидии в размере до 300 тыс. руб.

Малое предпринимательство способствует открытию новых рабочих мест, что для новых регионов является приоритетным направлением развития так для обеспечения финансового благополучия населения и выполнения социальных программ. Также малое предпринимательство способствует инновационному развитию, улучшению качества жизни населения и других аспектах развития новых регионов. Поэтому государственная поддержка субъектов малого предпринимательства чрезвычайно важна и должна упрощать административные процедуры, связанные с открытием нового бизнеса и способствовать преодолению трудностей, которые возникают у предпринимателей.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В БАНКОВСКОМ ИНВЕСТИЦИОННОМ КРЕДИТОВАНИИ

Т.Д. Кравченко, ст. преподаватель кафедры ФУА,
В.В. Григоренко, ст. гр. 3-23-ФБС-м, ПГТУ

Объективность и достоверность оценки инвестиционных вложений определяются значительным образом использованием

современных методов экономического обоснования инвестиционной деятельности.

Социально-экономический кризис привел к ухудшению положения с привлечением иностранных инвестиций и осуществления внутренних капиталовложений. Как непривлекательность инвестиционного климата, так и нехватка средств для капиталовложений, повлекли резкое уменьшение показателей инвестиционной деятельности в целом в стране и ее отдельных регионах.

Уменьшение объема иностранных инвестиций наблюдалось практически во всех регионах. Основной причиной этого стала потеря стоимости из-за курсовой разницы, однако во всех регионах зафиксировано также масштабное изъятие инвестиций, что свидетельствует о крупнейшем за все время падении инвестиционной привлекательности регионов.

Итак, кредитуя инвестиционный проект следует учесть все имеющиеся риски. Рассчитать по какому сценарию банк получит максимальную прибыль и выбрать наиболее оптимальный и приемлемый к сегодняшним условиям сценарий кредитования.

Выделим основные причины возникновения кредитного риска при кредитовании сельскохозяйственных предприятий:

1. неспособность заемщика вовремя рассчитаться по кредитным обязательствам;
2. риск ликвидности залога. В основном залогом при кредитовании сельскохозяйственных предприятий являются недвижимость, оборудование, транспортные средства.
3. негативные изменения в менеджменте предприятия.
4. ошибочное определение банком заемщика кредитоспособным.
5. моральные и этические характеристики руководителя предприятия-заемщика и т.д.

Поскольку финансовое состояние сельскохозяйственного предприятия может существенно ухудшиться в случае проявления кредитного риска, то важным является процесс управления им, то есть комплекс мероприятий, направленных на минимизацию рисков и обеспечение бесперебойного производственного процесса.

Для минимизации рисков следует совершенствовать методы стандартной оценки инвестиционных проектов, используя более специфические. Одним из таких является методика расчета поправки на риск коэффициента дисконтирования при анализе реальных инвестиционных проектов.

По данному методу риск рассчитанного чистого приведенного к теперешней стоимости дохода от реализации инвестиционного проекта близок к нулю, если дисконтная ставка при его определении берется на уровне доходности государственных ценных бумаг.

Чем выше риск по проекту, тем больше должен быть вероятностный доход и, следовательно, более высокая премия за риск. Сумма безрисковой процентной ставки (доходность государственных ценных бумаг) и определенный экспертным путем размер премии за риск (выраженный в процентах) используются для дисконтирования денежных потоков проекта и расчета NPV проектов.

Следовательно, при инвестиционном кредитовании следует учитывать все существующие риски и уменьшать их путем минимизации.

НЕОБХОДИМОСТЬ ПОИСКА АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ РЕСУРСОВ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Т.Д. Кравченко, ст. преподаватель кафедры ФУА,
Е.В. Ракитина, ст. гр. 3-23-ФБС-м, ПГТУ

При наличии ограниченности коммерческих банков Донецкого региона в долгосрочных инвестиционных ресурсах синдицированные кредиты могут стать эффективным инновационным инструментом привлечения финансовых ресурсов в экономику страны, но на ранних стадиях реализации инвестиционного проекта такие ресурсы привлечь сложно.

Особенно остро вопрос финансового обеспечения инвестиционного цикла встает при создании экспортных производственных мощностей. В современных условиях необходимы меры, стимулирующие финансирование экспорта. Эти меры распространяются главным образом на наиболее перспективные машиностроительные изделия и на готовую продукцию.

Между тем, экспортный цикл на ранних этапах включает изучение товара и рынка, производство, доставку и сбыт товаров, их оплату. Для финансирования ранних этапов экспортного цикла используют различные финансовые инструменты, в том числе предэкспортное финансирование (Pre-export financing).

Российская экономика направлена на создание экспортных производств, увеличение объемов экспортируемой продукции, но возникают значительные препятствия в ее изготовлении из-за нехватки

или ограничения финансовых ресурсов. Кроме того, жесткие требования по получению кредитов в плане обеспечения по-прежнему сковывают доступ потенциальных экспортеров к банковским займам, покрывающим потребности в оборотном капитале.

В этих условиях предэкспортное финансирование в качестве финансового инструмента решает проблемы, которые встают перед экспортером по финансовому обеспечению ранних этапов экспортного цикла.

Предэкспортное финансирование предоставляется производителю на стадии производства и отгрузки продукции под будущую выручку, ожидаемую от экспортной реализации товара. Для предэкспортного финансирования могут применяться практически все формы финансирования, включая прямое коммерческое кредитование, синдицированные кредиты и т.д., Но в условиях ограниченного внутреннего рынка ресурсов пристального внимания заслуживают следующие финансовые инструменты:

- краткосрочные предэкспортные кредиты с привлечением фондирования зарубежных банков;
- банковские гарантии по экспортным операциям;
- предэкспортное финансирование с использованием аккредитива с «красной / зеленой оговоркой»;
- структурное предэкспортное финансирование.

Структурное предэкспортное финансирование является сложным структурным продуктом. Предметом экспорта выступают сырьевые товары и сельскохозяйственная продукция, которые условно можно разделить на следующие группы:

1. металлы: алюминий, алюминиевая руда, медь, никель, олово, цинк, сталь, драгоценные металлы и др.

2. нефтехимическая продукция: сырая нефть, газ, уголь, электроэнергия и др.

3. Околосырьевые товары: хлопок, сахар, какао, соя, кофе, зерно, табак, пищевое масло и др.

Суммы финансирования значительные. Сроки финансирования – от двух до пяти лет.

Основным отличием этой структуры финансирования от указанных выше является то, что иностранный банк (кредитор) строит прямые кредитные отношения с отечественным заемщиком/экспортером.

Фондирование осуществляет иностранный банк, таким образом открывается доступ к дешевым ресурсам. Отечественному банку отводится роль «паспортного банка». При реализации этой структуры

требуется оформление сразу двух паспортов сделок: по экспортному контракту и по кредитному соглашению, заключенному между экспортером и кредитором

Также важно отметить, что для успешного проведения всего комплекса договорных отношений в рамках предэкспортного финансирования и российский экспортер, и банк-кредитор должны хорошо разбираться в законодательстве страны покупателя, поскольку в любом законодательстве существует множество нюансов, которые могут ущемить права стороны экспортера.

Привлеченные средства помогут в реализации долгосрочной программы технического переоснащения производства, в которой основное внимание уделено инициативам, которые быстро окупаются, и которая направлена на обеспечение высокого качества продукции, снижение себестоимости и повышение операционной эффективности

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Н.Ю. Панина, ассистент кафедры ФУА,

П.В. Душак, ст. гр. УА-22, ПГТУ

Значение малого предпринимательства для народного хозяйства любого государства чрезвычайно велико. Образование новых рабочих мест, развитие конкуренции, повышение качества продукции, развитие национальной экономики – все это результат работы малого бизнеса. Рынок не может быть полностью наполнен товарами и услугами только крупных предприятий: некоторые отрасли вовсе не привлекательны для них, а в определенных отраслях развитие крупных компаний фактически невозможно.

Приоритетными отраслями для работы малого предпринимательства являются оптовая и розничная торговля, сфера общественного питания и ресторанного бизнеса, сельское хозяйство, транспорт. Большим предприятиям трудно развиваться в названных отраслях, что подтверждает необходимость существования малого бизнеса.

С момента образования Донецкой Народной Республики активно формируется и расширяется бизнес в сфере сетевой торговли и в форме малого и среднего предпринимательства (МСП). Основным препятствием для развития малого в Донецкой Народной Республике, как правило, является нехватка финансовых возможностей, потребность в кредитных ресурсах, и главное, в рынках сбыта готовой

продукции, а также боевые действия. Несмотря на все вышеперечисленные барьеры, именно предприниматель является организатором и движущей силой бизнеса. Торговля в относительно небольших торговых точках способна быть более мобильной в отношении удовлетворения потребностей общества.

На сегодняшний день в предпринимательской среде ДНР можно наблюдать три основные группы проблем, тормозящих развитие предпринимательства.

1) законодательные – проблемы законодательного и нормативного характера: не разработаны основные законопроекты, относящиеся к малому бизнесу; отсутствует государственная поддержка малого предпринимательства; не налажен механизм участия представителей малого предпринимательства в законодательном процессе.

2) финансовые – проблемы, связанные с банковской системой и налогообложением: отсутствие льгот по налогообложению для предпринимателей; неприемлемые условия получения кредитов на развитие бизнеса (одним из условий развития малого бизнеса является его полноценное обеспечение финансовыми ресурсами. Первостепенную роль в решении этого вопроса играет банковский сектор, который может финансировать малый бизнес посредством кредитных операций как на общих условиях, так и в рамках ряда программ государственного стимулирования малого бизнеса); отсутствие инвестиций как таковых.

3) информационные – проблемы, связанные с налаживанием связи между общественностью и органами власти, а также с доступностью информации: отсутствие прозрачного и четкого механизма взаимодействия органов власти и предпринимателей; отсутствие помощи в адаптации к новому законодательству; отсутствие обратной связи органов власти в проблемных вопросах.

Несмотря на все вышеупомянутые сложности, малый бизнес быстро приспосабливается к разнообразным условиям работы и продолжает развиваться.

К республиканским органам, которые регулируют малый бизнес, относятся Глава ДНР, Совет Министров ДНР, Народный Совет ДНР, Министерство экономического развития, Министерство доходов и сборов, Министерство финансов и другие министерства и ведомства Республики.

В настоящее время существует ряд барьеров, которые не позволяют ему малому предпринимательству развиваться. Дальнейшее экономическое развитие Донецкой Народной Республики невозможно

без налаженной предпринимательской деятельности, оно является одной из ведущих сфер экономики, приводящей в движение основные факторы производства и обеспечивающей экономический рост всех сфер деятельности. В качестве возможных путей преодоления выявленных сложностей можно предложить:

- разработать основные законы и положения, регулирующие предпринимательскую деятельность;

- создание налоговых каникул для предпринимателей в первый год работы с целью формирования наиболее приемлемых условий для развития;

- совершенствование условий получения кредитов на развитие бизнеса;

- развитие активной инвестиционной деятельности.

Развитие малого бизнеса является одним из главных условий перехода Донецкой Народной Республики к полноценным рыночным отношениям, устойчивому развитию экономики, а также обеспечения стабильности в экономической и социальной сфере.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В.С. Тигранян, ст. преподаватель кафедры ФУА,

А.А. Голуб, ст. гр. ФК-22, ПГТУ

Субъекты малого и среднего предпринимательство являются важным элементом экономической системы не только отдельно взятой страны, но и мира в целом. В связи с этим, данному сегменту бизнеса уделяется особое внимание со стороны государства, выражаемое в разработке государственной политики по развитию малого и среднего предпринимательства.

Суть государственной политики заключается в легальном закреплении норм права, сформировавшиеся на определенном этапе развития общества. Данные нормы регламентируются, прежде всего, посредством принятия нормативных правовых актов.

Государственная политика – это совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер, которые осуществляют органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти ее субъектов, органами местного самоуправления. Закрепляются и принципы вышеуказанной политики, среди них: разграничение полномочий по поддержке

субъектов МСП среди всех уровней государственной власти, возложение на органы власти ответственности за обеспечение благоприятных условий для развития указанных субъектов, участие субъектов МСП в формировании и реализации государственной политики, которая касается их деятельности и обеспечение равного доступа субъектов к получению поддержки, которая установлена государственными программами.

Цели государственной политики по развитию малого и среднего предпринимательства закреплены в статье 6 Закона о развитии МСП.

На первом месте в перечне данных целей находится – развитие субъектов МСП в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации. Можно предположить, что это не случайно, так как политика в области конкуренции определяет конкурентоспособность организаций, уровень которой не одинаков у субъектов малого, среднего и крупного бизнеса. Также конкурентная среда способствует максимально эффективно использовать факторов производства, тем самым увеличивая количество предложения на рынке, что, в свою очередь, влияет непосредственно на рост экономики как отдельной страны, так и мира в целом. Значимость субъектов МСП в развитии конкурентных отношений достаточно велика. Так, данные субъекты обладают способностью быстро подстраиваться под изменения законодательства, различных требований государственных органов и других изменений внешней среды, тем самым они составляют существенную конкуренцию представителям крупного бизнеса, которые менее мобильны. Особенно ярко это можно было отследить в 2020 году в период пандемии коронавируса. Большинство микро и малых предприятия, под воздействием ограничительных мер стали переходить на удаленную работу с использованием онлайн-инструментов.

Следующей целью политики по развитию малого и среднего предпринимательства является обеспечение благоприятных условий для развития данных субъектов. Еще в 2008 году был издан Указ Президента Российской Федерации от 15 мая 2008 г. № 797 «О неотложных мерах по ликвидации административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности», который обязывал Правительство Российской Федерации разработать законопроекты, предусматривающие послабления административных барьеров, а также направленные на повышение защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля и надзора. Ярким примером обеспечения благоприятных условий является реформа контрольно-

надзорной деятельности, которая происходит с 2016 года, а также расширение мер государственной поддержки.

Третья цель звучит как обеспечение конкурентоспособности субъектов МСП. Субъектам МСП достаточно тяжело конкурировать на различных рынках с крупным бизнесом. К тому же, последствия экономических кризисов и других социально-экономических потрясений, происходящих в последние годы, значительно сокращает количество малых предприятий, так как они, зачастую, не имеют устойчивой базы, благодаря которой смогли бы пережить сложные времена, поэтому им особенно необходима поддержка со стороны государственных органов. Кроме этого, увеличение на рынках разных уровней товаров и услуг, поставляемых субъектами МСП, отразится для потребителей снижением стоимости определенных товаров и услуг, повышением их качества и ассортимента.

Далее следует цель оказания содействия субъектам МСП в продвижении производимых товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иных стран. Данное содействие происходит посредством принятия нормативных правовых актов, упрощающих порядок выхода на рынок.

Следующая цель – увеличение количества субъектов МСП. Малый и средний бизнес – это необходимый элемент экономики любой страны. При этом, рост субъектов МСП решает не только экономические задачи, такие как, например, увеличение государственной казны посредством уплаты налогов и участия во внутреннем валовом продукте страны, но и социальные, в частности, увеличение занятости населения, развития творческих возможностей общества при ведении определенной деятельности, например, народные промысел и ремесла. Безусловно, росту количества указанных субъектов способствуют меры государственной поддержки, а также популяризация предпринимательства в обществе, например, путем разработки и реализации таких проектов как «Женское предпринимательство», «Молодежное предпринимательство» и прочее.

Далее идет цель обеспечения занятости населения и развития самозанятости. Стоит отметить, что данная цель носит скорее социальный характер, чем экономический. Обязанность по содействию занятости граждан лежит на государстве, которое путем разработки и реализации программ, создания дополнительных и квотированных рабочих мест, обучения или переобучения, переквалификации и прочее, обеспечивает исполнение указанной цели. Данная цель

напрямую взаимосвязана с предыдущей, так как увеличение лиц, работающих в таких организациях, возможно только при росте количества самих субъектов.

Седьмая цель государственной политики звучит как повышение в объеме валового внутреннего продукта доли товаров (работ, услуг), которые производят субъекты МСП.

Последней целью является увеличение доли уплаченных субъектами МСП налогов в доходах бюджетов на всех уровнях. Меры, которые будут применяться для осуществления указанной цели, должны постоянно сопровождаться оценкой фискальной нагрузки на хозяйствующий субъект.

Таким образом, можно отметить, что малый бизнес не обделен вниманием государственных органов всех уровней. Различные послабления, касающиеся деятельности субъектов МСП, которые введены за последнее время, являются важными составляющими законодательства и направлены на популяризацию предпринимательства в России. Но в то же время, ситуация для указанных субъектов в положительную сторону почти не изменяется. Многие правоприменители скептически отзываются о проводимой, в настоящий момент, государственной политике по развитию малого и среднего предпринимательства и причиной, в большинстве случаев, являются как раз фактически недостижимые, при действующем законодательстве, показатели и цели. К тому же неэффективной реализации государственной политики в данной сфере способствует и внешние факторы, воздействующие на экономику в целом.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

**В.С. Тигранян, ст. преподаватель кафедры ФУА,
Н.Г. Жир, ст. гр. ФК-22, ПГТУ**

Развитие малого бизнеса является залогом роста конкурентоспособности экономики и формирование устойчивой экономической системы. Это объясняется вкладом субъектов малого предпринимательства в решение проблемы создания рабочих мест, рост ВВП, диверсификации экономики и преодоления структурных диспропорций, активизации научно-технического развития, увеличение поступлений в государственный и местный бюджеты и др.

Преимущественно локальный характер обслуживания рынков субъектами малого бизнеса приводит к усилению зависимости

последних от политических и социально-экономических процессов, которые происходят в регионе их присутствия, и предопределяет необходимость идентификации и решения проблем, с которыми сталкиваются малые предприниматели на региональном и местном уровнях.

Развитие малого бизнеса должно быть образующим фактором формирования соответствия интересов и цивилизованных рыночных отношений в обществе. Малое предпринимательство делает рыночную экономику более гибкой, мобилизует финансовые и производственные ресурсы населения, оно является серьезным фактором структурной перестройки и обеспечения прорывов научно-технического прогресса, а также решает проблему занятости и другие социальные проблемы рыночного хозяйства. В условиях рыночной трансформации экономики России развитие малого предпринимательства должно стать одним из важнейших факторов социально-экономического роста. Малый бизнес – это создание новых рабочих мест, а также альтернатива наемному труду. Развитие малого бизнеса является очень важной для формирования среднего класса общества.

К основным тормозящим факторам развития предприятий малого бизнеса на различных уровнях управления стоит отнести:

- нерегулярное и не всегда гарантировано стимулирование программ поддержки и развития на региональном и государственном уровне;
- отсутствие четких ориентиров развития на инновационном фундаменте;
- отсутствие эффективной и результативной модели сотрудничества малого и среднего предпринимательства;
- нецелевое использование средств, которые выделены под проекты для развития, несовершенство системы мониторинга, контроля использования;
- невысокую квалификацию, достаточно низкую компетентность работников предприятий.;
- рост степени различных видов риска, в частности, имеющийся чрезмерный риск конкуренции и появления массового банкротства;
- чрезмерную конкуренцию с зарубежными компаниями;
- постоянные изменения, необходимость периодического обновления и модернизации;
- разного рода препятствия, прежде всего бюрократические и административные;
- ограниченность и бешеную нехватку финансирования для развития малого бизнеса;

- необходимость создания и внедрения инновационных технологий, новейших процессов, низкий уровень инновационной культуры и мышления;

Формирование рыночной экономики в России связано с ростом предпринимательской активности во всех отраслях. Развитие именно малого бизнеса является одним из перспективных средств создания конкурентной рыночной системы. Основание собственного предприятия сдерживается главным образом сложностями непосредственно открытия собственного дела.

Первоочередными мерами эффективной поддержки и определения главных перспектив развития малого бизнеса являются:

- государственная поддержка: способствовать формированию благоприятного предпринимательского климата (привести действующие нормативно-правовые акты местных государственных администраций и органов местного самоуправления в соответствие с принципами государственной регуляторной политики);

- разработать механизм частичного возмещения из местных бюджетов процентных ставок по кредитам, привлеченным субъектами малого и среднего предпринимательства для реализации инвестиционных проектов;

- способствовать переориентации освобожденной рабочей силы на новые виды деятельности в сельском хозяйстве и в сфере развития «зеленого туризма»;

- способствовать привлечению безработных, зарегистрированных в городах, к трудоустройству на вновь созданных рабочих местах в сельской местности;

- интеграционная поддержка через субподряд, франчайзинг, лизинг и т.д.;

- кооперирование и самоорганизация малого бизнеса на политических и экономических началах;

- профессиональная подготовка и эффективное управление квалифицированными кадрами: местной власти необходимо содействовать самозанятости безработных путем предоставления им единовременной денежной помощи для начинания собственной предпринимательской деятельности;

- при переподготовке и повышении квалификации особое внимание следует уделять профессиям, что не только пользуются спросом на рынке труда, но и дают возможность начать собственное дело.

Для информационного обеспечения малых предприятий и упрощения их доступа к необходимой информации сформировать в

регионах базы данных, которые будут накапливать, и упорядочивать информацию относительно норм действующего законодательства; информационно-аналитические материалы относительно развития предпринимательства региона, ценовой ситуации, регуляторной политики имеющихся банковских учреждений и кредитных союзов с перечнем их услуг в сфере кредитования субъектов малого предпринимательства.

Рассматривая опыт развитых стран, можно сказать, что развитие малого бизнеса является одним из эффективных путей реформирования экономики. Именно они являются механизмом наибольшего привлечения ресурсов, в том числе и трудовых. Таким образом, поддержка малого бизнеса может помочь стране решить много вопросов, среди которых социальные: создание новых рабочих мест, повышение уровня обеспеченности населения, а также экономические: привлекательность для иностранного инвестирования, ускорение оборота частного капитала, создание конкурентной среды.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий в значительной степени будет способствовать поддержанию конкурентоспособности малого предпринимательства на внутреннем и внешнем рынках, его укреплению. В конечном итоге это положительно скажется на уровне социально-экономического развития страны и качества жизни населения России. Развитие малого бизнеса имеет важное значение в социально-экономических направлениях развития нашего отечества. Также стоит отметить весьма незначительную эффективность и результативность ведения предпринимательской деятельности, невысокую степень и качество менеджмента, необходимость усиления доступа к финансированию стратегического развития малого бизнеса и, как следствие низкий уровень инвестиционно – инновационной активности из-за отсутствия четкого стратегического ориентира развития малого бизнеса.

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТ-ПЛЕЙСОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Н.В. Харченко, ассистент кафедры ФУА,
Н.Г. Жир, ст. гр. ФК-22, ПГТУ

Маркет-плейс – это электронная площадка для продажи товаров в интернете. Она отличается от обычного интернет-магазина тем, что на ней торгует множество продавцов, а не один. Продавцы со всех уголков планеты могут размещать свои товары на единой платформе,

что дает возможность покупателям выбирать из обширного ассортимента. Это открывает доступ к более уникальным и специализированным товарам, которые не всегда можно найти в обычных магазинах. Кроме того, онлайн-рынки часто проводят различные акции, предлагают скидки и специальные предложения, делая покупки еще более привлекательными для покупателей.

Маркет-плейсы, с безграничными возможностями онлайн-шопинга и разнообразия продуктов, имеют значительное влияние на потребительское поведение. С развитием интернета и электронной коммерции, маркет-плейсы стали одним из основных каналов покупок для многих потребителей.

Основная цель маркет-плейса – привлечь как можно больше посетителей и превратить их визиты в продажи. Поэтому каждому поставщику необходимо хорошо понимать свою целевую аудиторию и находить способы повысить конверсию.

Факторы, влияющие на потребительское поведение:

- Разнообразные опции доставки

В условиях высокой конкуренции маркетплейсы стремятся сделать процесс покупки максимально удобным для клиентов. В первую очередь это касается доставки: клиентам предлагаются различные варианты – от быстрой доставки в течение пары часов или в тот же день до бесплатной курьерской доставки, доставки в пункты выдачи, в выбранный клиентом временной промежуток (например, в течение 15 минут).

Если раньше клиентам приходилось мириться с ожиданием заказа до двух недель, то теперь, привыкнув к разнообразию опций, клиенты не готовы ждать дольше пары дней. Если один маркет-плейс не может доставить товар быстро, клиент легко найдёт другой, который сделает это. Поэтому маркет-плейсам приходится постоянно расширять штат курьеров, добавлять новые опции для отправки товаров и открывать новые пункты выдачи. Этот процесс непрерывен.

- Требовательность к ассортименту

С появлением маркет-плейсов, потребители привыкли к тому, что на одной платформе можно найти все необходимое и оформить быструю доставку. Однако, если нужных товаров нет, клиент начинает искать альтернативный сервис. Если раньше покупатель был готов подождать, пока товар завезут, то сейчас он скорее потратит время на поиски товара в другом магазине, чем будет ждать.

- Необходимость удобного интерфейса

Качественный UX/UI-дизайн стал жизненно важным для маркет-плейсов. Платформа должна обеспечивать беспрепятственный и

понятный процесс оформления заказа, а также иметь легкодоступные каналы поддержки клиентов. Современные потребители не склонны давать второй шанс. Они либо с легкостью осваивают интерфейс с первой попытки, либо сразу же переходят на более удобную альтернативу. Поэтому первостепенное значение приобретает интуитивно понятный и удобный UX/UI-дизайн, позволяющий покупателям без затруднений совершать покупки.

- **Акции и скидки на определенные группы товаров**

Появление привычки покупать товары определенной группы по акции и склонность отказываются приобретать их по полной стоимости. Если на одном маркет-плейсе нет акций на нужную группу товаров, покупатель потратит время, чтобы выгодно купить необходимое на другой площадке или в розничном магазине. При этом скидки – это не первый приоритет: качество важнее.

- **Требовательность к качеству товара**

Потребители стали более внимательно изучать отзывы перед покупкой товара и в случае обнаружения дефектов незамедлительно возвращать товар и ставить негативные оценки продавцу. Это связано с тем, что клиенты стали активнее общаться в комментариях на маркет-плейсах, задавать друг другу вопросы и изучать информацию на сторонних сайтах. Они хотят получить качественный товар сразу, чтобы не тратить время на возвраты.

Если же все-таки придется вернуть покупку, то это может негативно сказаться на имидже маркет-плейса в глазах потребителя. В следующий раз он, скорее всего, выберет другую площадку для заказа необходимого товара.

Изменением приоритетов потребителей во многом определяется конкуренцией между торговыми площадками. Для привлечения большего числа клиентов маркет-плейсы постоянно совершенствуют свои сервисы, повышая уровень качества обслуживания. Таким образом, предоставляется возможность выбора из широкого ассортимента товаров и услуг.

Из факторов следует алгоритм при принятии решения сделать покупку:

- **Осознание потребности.** Покупатель понимает, что у него есть потребность в каком-либо товаре или услуге.
- **Поиск информации.** Покупатель ищет информацию о товарах или услугах, которые могут удовлетворить его потребность.
- **Оценка альтернатив.** Покупатель сравнивает разные варианты товаров или услуг, чтобы выбрать наиболее подходящий.

- **Принятие решения.** Покупатель принимает решение о покупке товара или услуги.

- **Реакция на покупку.** Покупатель оценивает свой опыт покупки и решает, будет ли он совершать повторные покупки у этого продавца.

Этот алгоритм может варьироваться в зависимости от типа товара или услуги, а также от индивидуальных особенностей покупателя.

Отсутствие маркет-плейсов может:

1. Сузить выбор потребителей, так как они не имеют доступа к широкому ассортименту товаров и услуг, представленных на платформах маркет-плейсов.

2. Без конкуренции, которую обеспечивают маркет-плейсы, цены на товары и услуги могут быть выше из-за отсутствия возможности сравнения и выбора оптимального предложения.

3. Потребители могут столкнуться с неудобством при покупках из-за необходимости искать и сравнивать товары на различных сайтах.

4. Маркет-плейсы обычно предоставляют рейтинги, отзывы и другие механизмы обратной связи, которые помогают потребителям принимать решения на основе доверия. Без таких платформ потребители могут испытывать больше сомнений относительно надежности продавцов.

5. Маркет-плейсы часто стимулируют конкуренцию и инновации на рынке, поощряя продавцов предлагать новые продукты и услуги. Без таких платформ рынок может быть менее динамичным и инновационным.

В целом, маркет-плейсы значительно влияют на потребительское поведение, предоставляя покупателям больше удобства, выбора, информации и возможностей сэкономить деньги. Такие платформы продолжают развиваться и повышать свою релевантность, создавая оптимальные условия для покупателей и продавцов.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ЕГО УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Ю.В. Загородняя, канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры МБТ, ПГТУ

В настоящее время консолидация ресурсов власти и бизнеса на принципах социальной ответственности становится все более актуальным вопросом. Хозяйствующие субъекты несут ответственность за принятые решения (деятельность предприятия в целом), оказывая существенное влияние как на экономическое

развитие общества, так и на окружающую среду, а также содействуя повышению социально-экономического развития территорий.

Социально ответственное ведение бизнеса в период устойчивого развития должно охватывать интересы всех заинтересованных сторон, а именно работников и их семей, работодателей, государство, людей с инклюзией и окружающей среды.

На сегодняшний день в мире существуют 3 основные модели социально ответственного ведения бизнеса: англо-американская; европейская; японо-корейская.

Закон защищает работников, регулирует права и обязанности сторон трудовых отношений. Однако работодатели не всегда соблюдают закон. Иногда работники вынуждены обращаться в суд с целью отстаивания своих прав. Даже в случае, когда суд становится на сторону работника и заставляет работодателя восстановить на работу уволенного человека отношение руководства к подчиненному становится резко отрицательным и руководство начинает всесторонне создавать невыносимые условия труда такие как:

- уменьшение заработной платы путем сокращения премий, надбавок и т.п.;
- создание большего объема задач, не увеличивая заработную плату;
- ухудшение условий труда и т.д.

В результате таких действий со стороны работодателя работник вынужден принимать решение об увольнении.

Необходимо отметить, что не всегда страдают работники, иногда работодатели сами попадают в ситуацию, когда не могут уволить работника, потому что доказать профессиональную непригодность не всегда возможно в некоторых сферах деятельности и на отдельных должностях.

Государство так же несет потери от неответственного ведения бизнеса. Представители бизнеса иногда обманывают государство путем укрывательства настоящих доходов, заработных плат «в конвертах», так называемых «откатов». Заработная плата в конвертах оставляет работника без пенсии, а государство – без дополнительных налоговых поступлений, которые идут в бюджет и способствуют развитию страны.

В основном серые и черные зарплаты используют представители малого и среднего бизнеса. Особенно остро это касается предприятий, где существует постоянный поток наличных денег. Аналитический центр НАФИ провел исследование, в результате которого выяснилось, что 63 % сотрудников допускают получение серой заработной платы, а

39% согласны на зарплату в «конвертах» в отдельных случаях, к примеру, если нет других вариантов трудоустройства.

Еще одним невероятно важным вопросом социально-ответственного ведения бизнеса в период устойчивого развития является вопрос предоставления работы людям с индивидуальностями, особыми потребностями (инклюзивным):

- представителям разных рас;
- инвалидам или людям с ограниченными возможностями (по данным ВОЗ 15% населения Земли людей в мире имеет инвалидность);
- ВИЧ-инфицированным (в мире насчитывается около 38,4 миллиона человек, живущих с ВИЧ);
- людям с нетрадиционной ориентацией;
- людям, вышедших из мест лишения свободы;
- пенсионерам;
- женщинам (в определенные периоды жизни, например, уход за маленьким ребенком).

Все вышеуказанные категории людей на сегодняшний день почти всегда проигрывают в вопросах трудоустройства.

Трудности в поисках работы испытывают пенсионеры, потому что многие работодатели ставят ограничения по возрасту для потенциальных работников. Это возрастное ограничение в среднем по России составляет от 45 до 50 лет. Еще на стадии подачи объявления о найме на работу работодатели указывают такие возрастные рамки, что потенциально лишает людей предпенсионного и пенсионного возраста участвовать в конкурсе на замещение вакантной должности.

Недоверчивое отношение к лицам освободившимся из мест лишения свободы и страх перед принятием их на работу со стороны работодателей приводит к тому, что они вновь возвращаются в места лишения свободы, не найдя способа устроиться работать и получать законным способом заработную плату. На сегодняшний день нет системы ресоциализации бывших узников так же как и закона, который контролировал бы эту сферу. Общество тяжело принимает бывших заключённых.

Для преодоления расизма нужно с детства прививать толерантность к другим национальностям. Сложившиеся на современном рынке труда неформальные правила препятствуют трудоустройству и профессиональному развитию мужчин и женщин некоторых национальностей. Работодатели предпочитающие сотрудников со славянскими фамилиями, зачастую игнорируют претендентов другого происхождения, которых приглашают на собеседование в среднем на 30-35% реже.

Еще одна категория рабочих, сталкивающихся с дискриминацией со стороны работодателя – женщины. С государственными предприятиями ситуация не столь критична при принятии на работу женщин, в отличие от частных фирм. В частной компании количество работников традиционно уменьшено с целью увеличения уровня прибыли. Принимая на работу женщин, работодатель несет дополнительный риск. Как правило, именно женщины ухаживают за детьми, соответственно будут вынуждены чаще прерывать выполнение рабочих обязанностей. Работодатели настороженно относятся к женщинам из-за риска расходов, связанных с возможным материнством и декретным отпуском по уходу за ребенком до 3-х лет, а в некоторых случаях до 6-ти лет.

Женщины также сталкиваются с дискриминацией в вопросе размера заработной платы, поскольку согласно Global Wage Report 2021/22 получают в среднем на 27,9 % меньше, чем мужчины. Отчасти это объяснимо традиционным разделением профессий на мужские и женские. Но современная тенденция мировой толерантности показывает, что грань между чисто мужскими и женскими профессиями постепенно уменьшается.

Люди с инвалидностью (ограниченными возможностями) также сталкиваются с дискриминацией со стороны работодателей. Они должны обладать равными возможностями для занятия производительной деятельностью и приносить доход трудовой деятельностью на рынке труда. Законы и правила в области занятости не должны быть дискриминационными по отношению к инвалидам и не должны создавать препятствий для их трудоустройства. Как лица, ограниченные в трудоспособности и жизнедеятельности, инвалиды нуждаются в создании условий для повышения их конкурентоспособности на рынке труда. Политика государства по отношению к инвалидам должна быть направлена на предотвращение ущемления их человеческого достоинства и социального отчуждения.

Состояние окружающей среды тоже является составной частью социально-ответственного ведения бизнеса. Технологический прогресс последнего столетия способствовал более комфортной жизни общества, но его влияние негативно отразилось на экологии планеты в целом. Промышленности заводы по всему миру используют в процессе производства огромное количество природных ресурсов, загрязняют воду, производят тонны мусора, а также выбрасывают в атмосферу тонны углекислого газа, что влечет ответ природы в виде проблемы глобального потепления, засухи, наводнений, вымирания биоразнообразия планеты.

В погоне за прибылью предприятия забывают об экологической составляющей ведения бизнеса. Ярким примером являлись заводы в городе Мариуполь Донецкой Народной Республики. В период полноценного функционирования двух металлургических заводов Мариуполь занимал первое место в рейтинге самых грязных промышленных городов. Индекс загрязнения атмосферного воздуха составляет 15,7, что считается очень высоким. Поэтому у местных жителей значительно увеличивается количество онкологических, сердечно-сосудистых заболеваний, заболевания дыхательной системы.

Также необходимо принимать соответствующие меры по снижению потребления энергии путем рационализации экономии освещения; использование энергосберегающего оборудования; отключение неработающей техники от питания, когда в этом нет необходимости предприятия; отказа от бумажного документооборота для хранения лесов. Экологическая ответственность должна быть одним из основных пунктов ответственного ведения бизнеса.

Выводы ведения бизнес-пунктов является учет трендов устойчивого развития в своей профессиональной деятельности, путем предоставления удобных решений для разных групп населения, учитывая их особенности и индивидуальности, учитывая интересы как работодателя так и работника, что приведет к созданию глобального устойчивого будущего.

ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ HR-РЕСУРСАМИ

А.А. Коваленко, ассистент кафедры МБТ,
Д. Ю. Челбарах, ст. гр. МН-22, ПГТУ

Мотивация – одна из важнейших функций менеджмента, подразумевающая систему побудительных сил, которые позволяют эффективно решать стоящие перед предприятием задачи.

Пирамида Маслоу

Это одна из более известных теорий. Абрахам Маслоу разделял все потребности человека на пять уровней и полагал, что удовлетворение базовых потребностей позволяет переходить к удовлетворению потребностей более высокого уровня:

По мнению Маслоу, пока не удовлетворены потребности более низких уровней, потребности уровнем выше не возникают.

Эта теория не нашла подтверждения, потому что в действительности потребности человека возникают в произвольном

порядке вне зависимости от удовлетворения или неудовлетворения потребностей уровнем ниже. Кроме того, эта теория не учитывает индивидуальные особенности людей.

Теория Альдерфера (Теория ERG)

Клейтон Альдерфер выделял всего три группы потребностей:

- потребность существования (E – existence) аналогична физиологическим потребностям в пирамиде Маслоу, например пища, питье, сон, и потребности в безопасности;
- потребность связи или общения с другими (R – relatedness);
- потребность роста (G – growth) – это потребность в самореализации, уважении.

В отличие от Маслоу, Альдерфер полагал, что перемещение от потребности к потребности может происходить в обе стороны: если потребность удовлетворена, человек перемещается на уровень выше, а если не удовлетворена – на уровень ниже. При этом, если человек переходит на уровень ниже, то он будет прикладывать в два раза больше усилий для реализации потребностей, чем уровнем выше.

Теория Мак-Клелланда

В теории, предложенной Дэвидом Мак-Клелландом, действия и мотивы людей объясняются через потребность в трех составляющих:

- Власть. Таких людей мотивирует возможность влиять на окружающих, быть наставником или лидером. Для них важна дисциплина. Однако они не очень хорошие командные игроки: «Чтобы один выиграл или пришел к успеху, другой должен проиграть».
- Причастность. Сотрудники, для которых этот фактор ключевой, стремятся создавать и поддерживать социальные связи. Им нравится быть частью команды, чувствовать поддержку, принятие и уважение окружающих. Однако такие люди, по мнению Мак-Клелланда, вряд ли будут хорошими руководителями, из-за того что слишком сильно переживают из-за мнений окружающих.
- Успех. Люди с такой потребностью обычно выбирают задачи средней сложности, выполнение которых зависит только от них самих, а не от удачи и везения. Таким сотрудникам важно получать обратную связь по выполненным задачам.

Двухфакторная теория Герцберга

Американский психолог Фредерик Герцберг основывал свою теорию на том, что на удовлетворение от работы влияют два вида факторов:

- Мотиваторы – факторы, связанные с характером и сущностью работы. Например, успехи, карьерный рост, признание и одобрение

результатов работы, возможность творческого и делового развития, высокий уровень ответственности.

- Гигиенические факторы, связанные с окружающей средой, в которой сотрудник должен выполнять работу. К ним относятся политика руководства, условия работы, размер зарплаты, отношения в коллективе, степень контроля за работой, статус.

При этом, по мнению Герцберга, гигиенические факторы не являются мотивами, но если их не обеспечивать должным образом, у работников будет расти неудовлетворенность работой.

Теория справедливости Адамса

Эта теория основывается на том, что люди соотносят вложенные в задачу усилия с полученным вознаграждением и сравнивают размер вознаграждения, полученного за свой вклад, с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичные задачи.

Под вкладом здесь можно понимать время работника, его экспертизу, квалификацию, опыт, навыки, а под вознаграждением – денежную компенсацию, премию, различные неденежные бонусы, гибкий график. Согласно Адамсу, если работник полагает, что его коллега получил больше за ту же самую работу, он чувствует себя незаслуженно обиженным, переживает психологическое напряжение, которое снижает мотивацию. И наоборот, сотрудники, довольные сопоставлением вознаграждений и затрат труда, будут стараться работать с той же или большей интенсивностью.

ПРЕИМУЩЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

А.А. Коваленко, ассистент кафедры МБТ,
Т. С. Ковбасенко, ст. гр. МН-22, ПГТУ

Управление бизнес-процессами (BPM) – это системный подход, применяемый организациями для оптимизации своих бизнес-процессов. Он включает идентификацию, документирование, анализ и совершенствование процессов для достижения операционной эффективности и достижения целей организации. BPM включает в себя управление как текущими, так и повторяющимися задачами, а также интеграцию технологий автоматизации и программных систем для улучшения управления рабочими процессами. Внедряя BPM, предприятия могут повысить удовлетворенность клиентов, добиться непрерывного совершенствования и стимулировать цифровую трансформацию. BPM может быть ориентирован как на человека, так и

на интеграцию, в зависимости от уровня вовлеченности человека в процесс. В целом, BPM нацелен на повышение эффективности процессов, продуктивности и общей результативности организации.

Предприятия, построившие систему менеджмента качества согласно стандарту ISO 9001, имеют значительное преимущество перед конкурентами. Без разработки бизнес-процессов в организации создать такую систему не получится. Также с их помощью организации могут решать и другие задачи:

- устанавливать единые требования к готовым продуктам, принимать стандарты и регламенты;
- выпускать более качественные продукты;
- снижать себестоимость продукции, издержки;
- повышать скорость производства;
- автоматизировать процессы;
- обеспечивать эффективное управление и координировать работу подразделений;
- проектировать новые направления бизнеса, расширение, выход на новые рынки;
- мотивировать персонал.

Бизнес-процессы являются фундаментальным аспектом любой организации, обеспечивающим системный подход к достижению организационных целей. Существует три основных типа бизнес-процессов: первичные, вторичные и процессы управления.

Первичные процессы – это основные виды деятельности, которые непосредственно вносят вклад в создание и поставку продуктов или услуг. Эти процессы необходимы для достижения основной цели бизнеса, которая заключается в удовлетворении своих клиентов. Примеры основных процессов включают производство, продажи и обслуживание клиентов.

Вторичные процессы поддерживают первичные процессы и обеспечивают бесперебойную работу внутри организации. Эти процессы необходимы для эффективного функционирования и часто включают такие виды деятельности, как управление персоналом, финансы и ИТ-поддержка.

Процессы управления сосредоточены на планировании, организации и контроле деятельности организации. Эти процессы жизненно важны для определения общего направления и стратегии бизнеса. Примеры процессов управления включают стратегическое планирование, управление эффективностью и бюджетирование.

Управление бизнес-процессами (BPM) предлагает множество преимуществ организациям, стремящимся повысить свою

эффективность, продуктивность и гибкость. Внедряя методы BPM, предприятия могут оптимизировать свои процессы, снизить затраты, улучшить качество продукции и услуг и стать более отзывчивыми к потребностям клиентов и рынка.

Эффективность – ключевое преимущество BPM. Благодаря оптимизации и автоматизации процессов BPM устраняет ненужные шаги и узкие места, позволяя организациям выполнять задачи быстрее и эффективнее. BPM повышает производительность, предоставляя сотрудникам четкую и структурированную структуру, которой они должны следовать, обеспечивая последовательное и эффективное выполнение задач. BPM повышает гибкость, позволяя организациям адаптировать свои процессы в ответ на меняющуюся динамику рынка и требования клиентов. Имея возможность легко изменять или добавлять этапы процесса, предприятия могут быстро адаптироваться к новым обстоятельствам и использовать возможности.

Эффективное внедрение BPM может сделать организации более конкурентоспособными и способствовать долгосрочному успеху. Постоянно анализируя и совершенствуя процессы, предприятия могут достигать более высоких уровней операционного совершенства, предоставляя более качественные продукты и услуги при сохранении контроля затрат. Это не только повышает удовлетворенность клиентов, но и позволяет организациям получить конкурентное преимущество на рынке.

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ HR-РЕСУРСОМ: ИСТОЧНИК ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

А.А. Коваленко, ассистент кафедры МБТ,
В.В. Котов, ст. гр. МН-22, ПГТУ

Основная HR-система предоставляет собой единый источник информации, обеспечивающей безупречную обработку кадровых операций, что дает реальную отдачу для эффективного бизнеса. К основным функциям HR-системы относятся данные о сотрудниках, отслеживание отсутствия на рабочем месте, администрирование льгот и управление компенсациями. Отдел кадров в основном работает с главной информацией о работниках, такой как персональные данные, оформление льгот и отчисление подоходного налога. Любое программное обеспечение, позволяющее хранить всю информацию о сотрудниках в базе данных, извлекать из нее данные и составлять

отчеты, а также использовать эту информацию для создания профиля сотрудника, может считаться основным программным обеспечением HR.

По мере того, как современный мир меняется и переходит к более гибкой организации труда, трансформация HR-процессов становится все более важной. Правильный подход к преобразованиям в области управления персоналом может повлиять на результаты бизнеса. Руководителям необходимо решить, будут ли они придерживаться старых систем, которые уже устарели, или примут новые инструменты и операционные модели.

Подбор подходящего программного обеспечения и технологий для работы с персоналом – крайне важный элемент цифровой трансформации HR, который позволит предприятию стать лидером в современном мире труда.

В условиях современной конкуренции на рынке вовлечение сотрудников в работу имеет огромное значение для успешного развития компании. Если персонал считает свою работу интересной, увлекательной и приносящей удовлетворение, он с большей вероятностью останется в компании и будет вкладывать силы в свою работу.

Обратная связь по методу «360» – система, при которой сотрудники получают анонимные и конфиденциальные отзывы о своих профессиональных качествах от непосредственных руководителей, менеджеров, коллег и даже клиентов. Для того чтобы провести анкетирование «360». 7-12 сотрудникам рассылается анонимная онлайн-форма обратной связи, включающая вопросы по широкому спектру компетенций, связанных с работой данного сотрудника.

Руководители HR-служб должны эффективно информировать сотрудников обо всех изменениях, начиная с обязанностей и заканчивая более важными целями компании и организационными решениями, при этом общение должно быть сотрудник-руководитель-сотрудник. Сотрудники также должны чувствовать себя комфортно, высказывая свои идеи и проблемы HR-руководителям.

Высокопроизводительные команды являются важнейшим фактором успеха любой компании. Создание и развитие высокоэффективных команд – одна из ключевых обязанностей HR. Высокоэффективная команда отличается инновационным подходом к решению проблем, высоким уровнем коммуникации и сотрудничества, стабильностью и превосходными результатами. Для содействия командной работы можно использовать различные методы, такие как:

- оценка эффективности работы команды;
- поощрение за высокие достижения;
- внедрение коммуникационного программного обеспечения;
- средств обратной связи, управления проектами и т.д.

Чтобы убедиться в точности подбора стимулов и эффективной работы на предприятии, важно спросить сотрудников об их предпочтениях и о том, что их мотивирует. В прошлом нормой было денежное стимулирование, но времена изменились. Теперь некоторые сотрудники могут быть мотивированы возможностями обучения и развития, а другие, возможно, хотя, чтобы их больше поощряли.

Понимание того, что именно мотивирует сотрудников, может способствовать достижению целей компании на 79%. Менеджерам необходима оптимальная система управления человеческими ресурсами, основанная на проверенных практиках планирования должностей, отбора сотрудников, управления производительностью, вознаграждения сотрудников или обучения сотрудников, которая позволит руководителям нанимать и развивать достаточно способных и мотивированных сотрудников, а также достигать ожидаемых организационных показателей эффективности и конкурентоспособности путем достижения желаемой производительности сотрудников.

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС- ПРОЦЕССАМИ

Я.А. Ходова, канд. экон. наук, зав. каф. МБТ, ПГТУ

В настоящее время при реализации бизнес-процессов на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности, необходимо научиться гибко и оперативно реагировать на происходящие трансформационные процессы как во внешней, так и внутренней среде с целью повышения эффективности и результативности.

В реализации Федерального закона от 31.12.2014 N 488-ФЗ «О промышленной политике Российской Федерации» используется такой инструмент как государственная информационная система промышленности (ГИСП). ГИСП представляет собой цифровое пространство, которое обеспечивает взаимодействие между государством и промышленными предприятиями, которые имеют различное территориальное расположение. Использование данной платформы позволяет при помощи искусственного интеллекта

анализировать деятельность и эффективность реализации мероприятий по государственной поддержке.

В данной информационной системе находится большой спектр информации, которая включает в себя, например: информацию о состоянии и прогнозах развития промышленного сектора страны; работающие предприятия, а также те, которые находятся в процессе проектирования; госпрограммы промышленной сферы и др.

На сегодняшний день платформа ГИСП включает в себя более 140000 участников промышленного сектора и более 1000 представителей органов государственной власти. На долю российских IT-решений приходится только 23%. Следовательно, очень важно в направлении цифровизации новые отечественные решения, которые бы соответствовали современным реалиям.

Так, согласно исследованию, проведенному «Цифровой воронкой» в сфере цифровизации Россия отстает от стран запада на 6 лет. Ниже приведена таблица 1, в которой отражена сравнительная характеристика России и стран запада в сфере цифровизации

Таблица 1. – Сравнительная характеристика России и стран запада в сфере цифровизации

Показатели	Россия	Страны запада
Доля цифровой экономики	5%	16-35%
Количество инновационных промышленных предприятий	11%	До 60%
Число занятых в высокотехнологичных/наукоёмких отраслях	4%	6%

Внедрение и активное использование данного цифрового поля предоставляет анализировать все процессы, которые происходят на данном предприятии и в случае обнаружения угрозы, своевременно на них реагировать. Использование платформы ГИСП позволило автоматизировать многие процессы, что привело к более эффективному осуществлению деятельности промышленных предприятий.

По мнению экспертов, выделяется четыре причины отставания России от стран запада:

1) Нестабильность экономики, обусловленная геополитической обстановкой. Данная причина заключается в том, что доля производства аппаратного обеспечения Российского производства

достаточно невелика, а продукция иностранного производства в данный момент может стоить слишком дорого, либо быть вовсе недоступной;

2) Отсутствие четких стандартов. Для того, чтобы рынок высоких технологий активно развивался, необходимо наличие стандартов в сфере IoT. Данные стандарты в Российском законодательстве только начинают появляться. Также имеется определенная неструктурируемость определенных процессов на государственном уровне, что в конечном итоге является ингибитором, то есть тормозит внедрение цифровых продуктов.

3) Дефицит квалифицированных специалистов. Система подготовки кадров отстает от развития рынка цифровых технологий и, как следствие, не успевает своевременно удовлетворит потребность предприятий в высококвалифицированных специалистах.

Ориентированность бизнеса на получение прибыли в краткосрочной перспективе. Многие отечественные производители заинтересованы в реализации высоколиквидных проектов, которые в максимально короткой перспективе смогут принести высокую прибыль. Западные же компании напротив, более заинтересованы в инвестировании проектов со сроком окупаемости до 30 лет.

Что касается отечественных инвесторов, то они преимущественно делают акцент на инвестирование проектов со сроком окупаемости 2-3 года. Следовательно, для представителей отечественного бизнеса процесс внедрения цифровых продуктов является менее актуальным.

Таким образом, к сожалению, большинство предприятий пока не могут осознать того потенциала, которые дает внедрение новых технологий, вместе с тем, число предприятий, ориентированных на инновационные рельсы, также стремительно увеличивается.

БЕНЧМАРКИНГ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Я.А. Ходова, канд. экон. наук, зав. кафедрой МБТ,
Н.А. Петрюк, ст. гр. МН-22, ПГТУ

Для того, чтобы выявить и устранить внутрисистемные нарушения, которые создают барьеры предприятию выхода на новые рынки, иметь конкурентные преимущества, создать лучший продукт и получить больший процент прибыли, необходимо провести перепроектирование, то есть реинжиниринг бизнес-процессов. Он

предполагает преобразование деятельности организации путем формирования новых, более эффективных бизнес-моделей.

В своем развитии бенчмаркинг прошел несколько этапов от реинжиниринга к глобальному международному бенчмаркингу, где учитывается опыт не только компаний, являющихся прямыми конкурентами, но компаний смежных отраслей [2].

На сегодня данные различных зарубежных исследований свидетельствуют о вовлечении в процесс эталонного сопоставления от 60 до 90% компаний мировой экономики [3].

В научной литературе выделяют от 4 до 8 различных видов бенчмаркинга [2]. Раскроем их:

1. Внутренний (бенчмаркинг процесса). Сопоставление работы подразделений собственной компании, выявление передового опыта и его распространение. Внутренний бенчмаркинг позволяет предприятию детально изучить собственную деятельность через призму сравнения качества, характера и результатов работы структурных подразделений.

2. Конкурентный. Отслеживание и анализ различий в ключевых показателях с компаниями конкурентов, заимствование их опыта, исследование специфических продуктов, возможностей процесса или административных методов.

3. Функциональный. Сравнение определенной функции двух или более компаний в том же секторе.

4. Межотраслевой. Сравнение компании с косвенными конкурентами по определенным параметрам, функциям, процессам.

5. Ассоциативный – бенчмаркинг. Проводятся организациями, находящимися в узком бенчмаркинговом альянсе. Изучение стратегий и совершенствование характеристик производительности на основе изучения успешных стратегий предприятий-партнеров;

6. Глобальный-расширение стратегического бенчмаркинга, которое включает также ассоциативный бенчмаркинг. того, бенчмаркинг – не одноразовый проект, а стратегия последовательного улучшения и непрерывный процесс управления изменениями.

Первопричинами сегодняшней популярности бенчмаркинга является:

1. Глобальная конкуренция. Сегодня, в эпоху глобализации бизнеса, предприятия осознают необходимость всестороннего и детального изучения и дальнейшего использования лучших достижений конкурентов и других предприятий с целью собственного выживания.

2. Условия участия в конкурсах, среди производителей аналогичной продукции, предполагают демонстрацию продуктов, которые имеют определенное конкурентное преимущество.

3. Необходимость адаптации и использования мировых достижений в области производства и других бизнес-технологий. Чтобы не остаться позади своих конкурентов, всем предприятиям, независимо от размера и сферы деятельности, необходимо постоянно изучать и применять передовой опыт.

Итак, бенчмаркинг – это непрерывный процесс, а не разовое мероприятие. Поскольку требования потребителей постоянно меняются, меняются и характеристики работы компаний-конкурентов.

Соответственно эталоны, по сравнению с которыми проводится бенчмаркинг, также меняются, и лишь непрерывный бенчмаркинг способен помочь компании быстрее узнавать обо всех новациях и выгодно применять их на практике.

К тому же, такой инструмент управления эффективностью позволяет анализировать практически все процессы в деятельности предприятия в зависимости от сферы функционирования. В случае с аптекой приоритетными могут считаться следующие направления анализа: количество и качество услуг (бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов); узнаваемость аптеки (бенчмаркинг имиджа).

Соответствующее позиционирование бенчмаркинга в системе менеджмента предприятия меняет подходы к стратегическому и тактическому планированию, формированию маркетинговой информационной системы и проведению исследований, процессов разработки и выхода на рынок с новым предложением, обеспечивает выборочное применение наилучшего опыта, непрерывность процесса совершенствования, экономическую стабильность и достижение коммерческого успеха.

ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Я.А. Ходова канд. экон. наук, зав. кафедрой МБТ,
Н.С. Мазенко, ст. гр. МН-23, ПГТУ

Особые условия развития экономики и общества в период пандемии вынуждают персонал многих предприятий переходить на удаленную работу. Сегодня концепция удаленной работы актуальна, как никогда. Одним из важных элементов организации руководства персоналом в предприятия представляет собой определение, подбор и

наем сотрудников. Сотрудники для дистанционной требуют более тщательного отбора, так как недочёты в работе будут сложнее определить именно в удаленном режиме.

Как показывает практика, когда осуществляется управление работниками дистанционно, основной проблемой будет потеря сотрудниками понимания, что они – одна команда, решающая общие задачи. Отсутствующему руководителю нужно будет не только общаться с каждым сотрудником в отдельности, используя различные средства связи, но и применять высокие технологии для совместного обсуждения задач в режиме онлайн и организации совещаний.

Кроме того, для подписания важных документов и обсуждения некоторых вопросов, требующих личного присутствия, нужно будет периодически прилетать для встречи с сотрудниками. Чтобы эффективно осуществлять дистанционное руководство, необходимо жестко регламентировать все управленческие процессы и процедуры и проводить планерки еженедельно. Кроме того, необходимо обеспечить возможность оперативной связи с сотрудниками для обсуждения срочных проблем.

Так, к проблемам дистанционного управления персоналом следует отнести:

1. Отсутствие возможности постоянного контроля выполнения сотрудниками своих должностных обязанностей (судят по результату).
2. Осложнение процесса обмена опытом между сотрудниками из-за ограниченной коммуникации.
3. Снижение уровня заинтересованности и вовлеченности сотрудников, работающих дистанционно, в корпоративную жизнь компании.
4. Низкая вероятность карьерного роста «удалённых» сотрудников на предприятии.
5. Эти проблемы осложняют процесс управления персоналом в организации и отрицательно влияют на уровень профессиональной заинтересованности работников, что стимулирует текучесть кадров в компании.

Чтобы не сорвать запланированные проекты и добиться желаемого результата, необходимо избегать ошибок, которые совершают многие руководители при дистанционном управлении персоналом:

6. Навязывание собственного мнения. Необходимо учитывать мнение каждого из своих подчиненных, чтобы знать ситуацию изнутри.

7. Чрезмерный контроль. В случае дистанционного управления командой многие руководители боятся, что что-то пойдет не так, поэтому стараются всё контролировать.

8. Неналаженная обратная связь. У каждого сотрудника, должна быть возможность обратиться к менеджеру в рамках рабочего графика, чтобы уточнить непонятные вопросы или решить возникшие проблемы.

9. Разные часовые пояса. В одной команде могут трудиться работники из разных городов и стран, следовательно, их часовые пояса будут различаться.

10. «Грибной менеджмент». Лозунг: «Держите их в неведении, предоставляйте неправдивую информацию и надейтесь, что они смогут добиться поставленных задач» не работает по отношению к настоящим специалистам».

11. Недостаточный контроль.

12. Выделение лучших и худших. У хорошего руководителя не может быть любимчиков и лузеров.

Из фактов которые мы наблюдаем в таблице можно сделать вывод то что дистанционное управление персоналом имеет свои сложности и проблемы, но современные технологии позволяют преодолевать эти преграды. Важно поддерживать коммуникацию, обеспечивать поддержку и мотивацию сотрудников, а также адаптироваться к текущим требованиям и условиям работы.

ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

Я.А. Ходова, канд. экон. наук, зав. кафедрой МБТ,

А.А. Пипенко, ст. гр. МН-23, ПГТУ

Организация спортивного менеджмента – процесс планирования, координации, организации и контроля деятельности в области спорта. Она включает в себя управление командами, спортивными клубами, спортивными мероприятиями, спортивными агентами и другими участниками спортивной индустрии.

Основной целью организации спортивного менеджмента является обеспечение эффективного функционирования спортивных структур, повышение их конкурентоспособности, успешность и прибыльность. Для этого необходимо разрабатывать стратегии развития, проводить маркетинговые исследования, заниматься финансовым планированием, управлять спортивными ресурсами и т.д.

Важными аспектами организации спортивного менеджмента являются управление персоналом, маркетинг спортивных мероприятий, спонсорские отношения, управление логистикой и организация мероприятий. Эффективное управление в спортивной индустрии помогает увеличить прибыльность, привлечь новых клиентов, создать узнаваемый бренд и укрепить позиции на рынке.

Для этого необходимо иметь хорошее понимание специфики спортивной индустрии, следить за последними тенденциями и использовать современные технологии.

Как сформировать бренд спортивного клуба?

1. Определение целевой аудитории: определение целевой аудитории, которая будет заинтересована в вашем спортивном клубе, и привлечение их уникальными предложениями и акциями.

2. Разработка уникального стиля и имиджа: создание уникального дизайна логотипа, цветовую схему и стиль для спортивного клуба, который будет отражать его ценности и идеалы.

3. Организация рекламных кампаний: использование различные маркетинговые каналы, такие как социальные медиа, рекламные баннеры, партнерства с другими компаниями и мероприятия, чтобы привлечь внимание к спортивному клубу.

4. Участие в мероприятиях и соревнованиях: активное участие в спортивных соревнованиях, мероприятиях и фестивалях, чтобы повысить видимость бренда и привлечь новых клиентов.

5. Поддержка и участие в сообществе: создание партнерства с местными организациями и учреждениями, участие в благотворительных акциях и мероприятиях, чтобы укрепить связь с местным сообществом и увеличить поддержку спортивного клуба.

Этапами продвижения спортивного клуба являются:

1. Создание уникального бренда спортивного клуба и разработка логотипа и корпоративного стиля.

2. Разработка сайта клуба с информацией о предоставляемых услугах, тренирах и расписании занятий.

3. Регистрация клуба в социальных сетях и активное взаимодействие с подписчиками через публикации, акции и конкурсы.

4. Реклама в спортивных журналах, на спортивных порталах и на специализированных форумах.

5. Организация мероприятий, соревнований и тренировок с участием известных спортсменов.

6. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами для продвижения клуба.

7. Установление партнерских отношений с другими спортивными организациями и магазинами.

8. Рассылка электронных писем с акциями и специальными предложениями для постоянных клиентов.

9. Проведение рекламных кампаний на телевидении, радио и наружной рекламы.

10. Оценка эффективности рекламных кампаний и корректировка стратегии продвижения.

Организация спортивного менеджмента является важным элементом индустрии спорта, так как спортивные события и команды играют важную роль в общественной жизни и имеют большое коммерческое и культурное значение. Управление спортивными мероприятиями требует хороших организационных и коммуникационных навыков, знания специфических правил и требований спортивной индустрии, а также обширного опыта в руководстве спортивными проектами.

Сегодня организация спортивного менеджмента продолжает развиваться и совершенствоваться. Менеджеры спортивных организаций активно применяют современные технологии и методы управления, чтобы обеспечить эффективную работу своих команд и достичь поставленных целей. Индустрия спортивного менеджмента стала одной из наиболее конкурентных и динамично развивающихся отраслей, привлекая все больше профессионалов и инвестиций.

Таким образом, профессиональное управление спортивными мероприятиями способствует их успешной реализации, обеспечивает высокое качество услуг и удовлетворение участников и зрителей. Грамотно разработанные стратегии и тактики спортивного менеджмента позволяют достичь поставленных целей и обеспечить продолжительное развитие организации в сфере спорта.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ю.В. Загородняя, канд. экон. наук, доцент,
А.Д. Рябая, ст. гр. МН-23, ПГТУ

Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение (МО) играют огромную роль в современном технологическом предпринимательстве. Актуальность обусловлена тем, что технологии позволяют предпринимателям автоматизировать процессы,

исследовать большие объемы данных, оптимизировать бизнес-процессы и создавать новые продукты и услуги.

Отечественные и зарубежные ученые и специалисты продолжают активно изучать вопросы использования искусственного интеллекта, выявляя новые возможности его использования в бизнесе и прогнозируя возможные угрозы. Анализ источников показал стабильное увеличение использования ИИ в современных условиях (таблица).

Возможность использования предпринимателями искусственного интеллекта удивляет разнообразием. Методом прогнозирования установлено, предприниматели могут использовать алгоритмы машинного обучения для анализа больших объемов данных и выявления паттернов, трендов, что помогает им принимать обоснованные решения. Также благодаря искусственному интеллекту предприниматели могут производить ранжированные продукты и услуги, учитывая потребности и предпочтения каждого клиента. Автоматизация процессов и задач с помощью ИИ и МО позволяет предпринимателям сосредотачиваться на более стратегических задачах и улучшении качества работы и сервиса.

ИИ помогает улучшить обслуживание клиентов, так как предприниматели используют искусственный интеллект для чат-ботов, с целью для ускорения обслуживания или персонализированных рекомендаций.

Машинное обучение позволяет предпринимателям создавать совершенно новые продукты и услуги, которые ранее были недоступны или неосуществимы. Таким образом, использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения становится все более важным для предпринимателей в условиях переменчивого рынка и постоянно растущей конкуренции. Предприниматели, умело применяющие эти технологии в бизнесе, могут получить значительные конкурентные преимущества и сделать свой бизнес успешным и инновационным.

Интернет вещей (IoT) представляет собой важный тренд в технологическом предпринимательстве, открывающий множество новых возможностей для различных областей бизнеса. IoT обозначает возможность взаимодействия и обмена данными между физическими устройствами, со встроенными датчиками и сетевым подключением, через интернет.

На практике используются следующие виды ИИ, которые применяются в различных сферах, таких как:

1. Умные дома: IoT технологии позволяют создавать умные дома, в которых устройства, отовсюду от системы отопления до освещения. Контролируются и автоматизированы через смартфоны или голосовые помощники. Это увеличивает комфорт и безопасность жильцов, а также позволяет экономить на энергопотреблении.

2. Умные города: IoT помогает городам собирать данные о транспорте, общественных сервисах и окружающей среде, чтобы оптимизировать управление и повысить эффективность городской инфраструктуры.

3. Промышленные системы: В производственных отраслях IoT используется для мониторинга и контроля процессов, оборудования и инвентаря, что позволяет улучшить производственные процессы и предотвратить отказы оборудования.

4. здравоохранение: IoT технологии находят широкое применение в медицинской сфере, позволяя мониторить здоровье пациентов в реальном времени, подавать сигналы тревоги и обеспечивать более эффективное и персонализированное медицинское обслуживание.

Следовательно, для предпринимателей IoT открывает новые возможности для создания инновационных продуктов и услуг, улучшения процессов и оптимизации бизнес-моделей. Внедрение IoT может помочь увеличить эффективность работы предприятия, улучшить качество обслуживания клиентов и создать новые источники дохода. Все это делает IoT одним из наиболее перспективных направлений для технологических предпринимателей.

Робототехника и автоматизация играют все более значимую роль в современном бизнесе и предпринимательстве. Благодаря развитию робототехники, искусственного интеллекта и автоматизации процессов, предприниматели могут улучшить эффективность своих бизнес-операций, уменьшить трудозатраты, повысить качество продукции или услуг и создать новые возможности для инноваций. Существует несколько способов влияния робототехники и автоматизации на предпринимательский сектор:

1. Производство. Автоматизация производственных процессов улучшает производительность, точность и качество изделий. Роботы и автоматизированные системы могут выполнять монотонные, опасные или трудоемкие задачи, освобождая сотрудников для выполнения более творческих или стратегических задач.

2. Логистика. Роботизированные склады, автономные мобильные роботы и дроны используются для оптимизации логистических процессов, ускорения поставок и снижения затрат.

3. **Здравоохранение.** Робототехника применяется в медицинских учреждениях для проведения хирургических операций, оказания помощи пациентам, телемедицины и реабилитации. Роботы могут улучшить точность процедур, сократить риски ошибок и повысить эффективность лечения.

4. **Обслуживание клиентов.** Автоматизированные системы чат-ботов и роботы-консультанты могут обеспечить круглосуточную поддержку клиентам, отвечая на вопросы, предоставляя информацию о продуктах и услугах, совершая операции по обслуживанию клиента.

5. **Финансы.** Роботизированные системы управления финансами и инвестициями могут анализировать рыночные данные, составлять инвестиционные портфели, прогнозировать тренды и принимать решения о финансовых операциях с учетом рисков.

Робототехника и автоматизация открывают новые возможности для предпринимателей в различных отраслях, помогая им улучшить эффективность бизнес-процессов, сократить затраты и создать конкурентные преимущества на рынке. Понимание и применение современных технологий робототехники и автоматизации способствуют развитию бизнеса, укреплению позиций на рынке и повышению уровня сервиса для клиентов. Однако, существуют препятствия при введении ИИ в бизнес-процессы (рисунок).

Для эффективного внедрения робототехники и автоматизации не стоит забывать о проблемах, которые могут возникнуть в следующих случаях:

1. Недостаточное понимание целей и преимуществ использования барьеров.

2. Отсутствие необходимых знаний и навыков у сотрудников. Внедрение новых технологий и процессов, связанных с барьерами, может потребовать от сотрудников дополнительного обучения и подготовки.

3. Высокие затраты на внедрение и поддержку барьеров.

4. Потенциальные проблемы совместимости и интеграции с существующими бизнес-процессами.

5. Недостаточное участие и поддержка руководства. Без активной поддержки высшего руководства внедрение барьеров может столкнуться с сопротивлением со стороны сотрудников и не получить необходимого развития.

6. Отсутствие ясной стратегии и плана действий по внедрению барьеров. Без четкого плана действий и контроля за процессом внедрения барьеры могут оказаться неэффективными и бесполезными для компании.

7. Недостаточная оценка рисков и возможных проблем при внедрении барьеров. Необходимо провести тщательный анализ потенциальных рисков и проблем, чтобы предотвратить возможные негативные последствия в будущем.

Кибербезопасность и защита данных становятся важными аспектами для предпринимателей в современном бизнесе. С увеличением количества кибератак, утечек личных данных и киберугроз, предпринимателям необходимо принимать меры по защите конфиденциальной информации своих клиентов и бизнес-данных.

Соблюдение мер по кибербезопасности и защите данных поможет предпринимателям уменьшить риск инцидентов безопасности, сохранить доверие клиентов и обеспечить устойчивость своего бизнеса. Инвестирование в кибербезопасность является важным шагом для успешного функционирования и развития предприятия в условиях цифровой среды.

Развитие экологически устойчивых технологий становится все более актуальной темой не только для предпринимателей, но и для общества в целом. Современные технологические компании всё больше осознают важность сокращения углеродного следа и защиты окружающей среды, и активно внедряют экологически устойчивые практики в свой бизнес.

Таким образом, развитие экологически устойчивых технологий не только способствует уменьшению вредного воздействия на окружающую среду, но также может принести предпринимателям выгоду путем снижения затрат, что приведет к повышению конкурентоспособности и будет способствовать привлечению новых клиентов, заинтересованных в экологически чистых продуктах и услугах.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ УГРОЗ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю.В. Загородняя, канд. экон. наук, доцент,

Т.С. Ковбасенко, ст. гр. МН-22, ПГТУ

Современный этап социально-экономического развития характеризуется радикальными политическими, экономическими, социальными и экологическими изменениями, стремительным развитием научно-технического прогресса, проникающего во все сферы жизнедеятельности человека. Нарастание кризисных явлений

вынуждает уделять больше внимания экономической безопасности, выявлять и устранять потенциальные угрозы, в том числе те, которые представляют опасность для окружающей среды; несчастные случаи, аварии и все негативные последствия на предприятии.

Исследования экономической безопасности хозяйствования отечественными и зарубежными учеными и специалистами показывают, насколько разнообразны взгляды на данную проблемы. Ученые определяют экономическую безопасность как экономическую систему, с помощью которой она динамично развивается и эффективно решает задачи социальной направленности. Другие специалисты отрасли склоняются к мнению, что это состояние защищенности предприятия от внешних и внутренних угроз, а также различных дестабилизирующих факторов.

Ученые Гончаренко Л. П. и Хоминич И. П. характеризуют экономическую безопасность предприятия, как «гармонизацию во времени и пространстве экономических интересов предприятия с интересами субъектов внешней среды, которые действуют за пределами предприятия». В свою очередь, Киров А. В. определяет экономическую безопасность как «состояние, в котором стратегический потенциал фирмы находится рядом с пределами адаптивности, а угроза потери экономической безопасности растет сильнее тогда, когда ближе степень адаптивности стратегического потенциала к предельной зоне».

Уровень экономической безопасности предприятия зависит от способности руководства и специалистов (менеджеров) избежать возможных угроз и ликвидировать вредные последствия отдельных негативных составляющих внешней и внутренней среды.

Источниками негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия (организации) могут разделяют на:

- сознательные или бессознательные действия отдельных должностных лиц и субъектов хозяйствования (органов государственной власти, международных организаций, конкурентов);
- стечение объективных обстоятельств (состояние финансовой конъюнктуры на рынках данного предприятия, научные открытия и технологические разработки, форс-мажорные обстоятельства и т. д.).

В зависимости от субъектной обусловленности негативные воздействия на экономическую безопасность могут быть объективными и субъективными. Объективными считаются такие негативные воздействия, возникающие не по вине самого предприятия или его отдельных работников. Субъективные влияния имеют место вследствие неэффективной работы предприятия в целом или его

отдельных работников (прежде всего руководителей и функциональных менеджеров).

Функциональный анализ мер для соблюдения необходимого уровня экономической безопасности предприятия:

1. необходимость выявления функционала структуры негативных воздействий на экономическую безопасность. Распределение объективных и субъективных негативных воздействий;

2. контроль принимаемых превентивных мер по предотвращению негативных воздействий на экономическую безопасность;

3. анализ и оценка рациональности принятых мер, в контексте устранения влияния негативных воздействий на составляющие элементы общей экономической безопасности;

4. поиск причин неэффективных мер, которые назначены с целью преодоления уже имеющихся и возможных негативных воздействий на экономическую безопасность;

5. выявление не устраненных и ожидаемых негативных влияний на уровень экономической безопасности, а также тех, которые могут появиться в будущем;

6. составление рекомендаций для нивелирования существующих негативных воздействий на экономическую безопасность и предотвращение предполагаемых рисков в будущем;

7. калькуляция прогнозируемых мероприятий по устранению негативных воздействий на уровень экономической безопасности;

8. назначение ответственных за реализацию мероприятий.

Оценка эффективности деятельности соответствующих структурных подразделений предприятия (организации) с использованием данных о расходах для предотвращения возможных негативных воздействий на экономическую безопасность и о размерах отвлеченного и причиненного вреда дает объективную панораму результативности деятельности всех подразделений (отделов, цехов) этого вопроса. Конкретная оценка эффективности работы структурных подразделений по организации экономической безопасности производится с использованием показателей.

Под финансовой угрозой бизнесу понимается «развитие событий, повышающих вероятность нарушения нормальной работы бизнеса или недостижения его целей (причинение какого-либо вреда, в том числе причинение какого-либо ущерба)».

Формы возникновения угроз экономической деятельности различны, хотя действия дестабилизирующих факторов в условиях единого экономического пространства общие. К распространенным факторам уязвимости можно отнести такие факторы как общий спад

производства, крах финансовой системы, рост социальной напряженности, криминализация общества и экономики, ослабление конкуренции.

Угрозы экономической безопасности предприятия делятся на внутренние и внешние.

Внешние угрозы возникают вне деятельности предприятия, вне зависимости от него. К внешним угрозам финансовой безопасности компании относятся:

- изменения мировой и местной политической ситуации;
- экономические проблемы;
- законодательные изменения;
- незаконные действия в отношении собственности юридических и физических лиц, совершенные преступным путем;
- недобросовестная конкуренция и доступ к конфиденциальной информации;
- изменение окружающей среды;
- чрезвычайные ситуации.

Внутренние угрозы финансовой безопасности – это «угрозы, которые непосредственно связаны с функционированием коммерческого предприятия». То есть это процессы, которые происходят в бизнесе, в процессе производства, продажи продукции и оказывают влияние на экономическую деятельность бизнеса.

К внутренним угрозам относятся:

- действия или бездействия (умышленные и неумышленные) сотрудников предприятия, противоречащие интересам его коммерческой деятельности;
- подрыв ее делового имиджа предприятия в бизнес-кругах;
- криминальные действия персонала (воровство на предприятии, продажа коммерческой информации конкурентам, промышленный шпионаж);
- недостатки на производстве, нарушения технологии производства.
- ненадёжное партнерство;
- злоупотребление полномочиями.

Кроме угроз, существует так же ряд факторов, которые усиливают активизацию угроз экономической безопасности предприятия. Знание таких факторов поможет предприятию определить и устранить их, а также может уменьшить появление угроз.

Факторы, которые влияют на безопасность:

- контроль криминальной структуры хозяйствующих субъектов;

- оказание высокого давления на государственные предприятия (например, в области лицензирования, налогообложения);
- рост коммерческой преступности;
- низкий уровень доходов населения;
- безработица;
- отсутствие скоординированных действий и совместной координации между правоохранительными органами.

То, как руководство соответствующего уровня (страны, региона, предприятия) умеет предвидеть, среагировать на угрозу и на возникающие проблемы, предотвращать их и бороться с ними зависит состояние экономической безопасности предприятия.

Таким образом, что возникающие угрозы на предприятии негативным образом сказываются на функционировании и безопасности этого предприятия. Для того, чтобы бороться с угрозами экономической безопасности, нужно привлекать высококвалифицированных специалистов с целью проведения качественной диагностики и прогнозирования будущего предприятия, что существенно повлияет на снижение рисков и приведет к повышению эффективности деятельности.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СИСТЕМЕ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Т.Н. Черната, канд. экон. наук, доцент, ПГТУ

Особенное значение в реализации экономической политики в России имеет развитие молодежного предпринимательства, что нашло свое отражение в Концепции Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2025 года. «...Стратегия направлена на расширение возможностей интенсивного роста человеческого капитала молодежи за счет облегчения доступа к государственным и общественным услугам на этапе взросления».

Под молодежным предпринимательством обычно понимают ведение бизнеса людьми в возрасте от 14 до 30 лет включительно. Можно выделить те сферы, которые предпочитает молодежь, принимая решение об организации бизнеса: реклама, юридическая деятельность, охрана, мелкорозничная торговля, инновационные предприятия и др.

В современных условиях особую необходимость приобретает обеспечение согласованности интересов всех секторов экономики, в

том числе анализ элементов стратегического управления и инструментов воздействия на социальную среду в рамках политики корпоративной социальной ответственности (КСО). Активность предпринимательских структур в социальной среде способствует снижению девиантного поведения, ухудшающего экономические и финансовые показатели предприятий.

Корпоративная социальная ответственность трактуется как совокупность целенаправленных мер по решению социально-экономических проблем как самого предприятия (организации), так и региона его присутствия путем вложения средств в различные программы, способные принести в долгосрочном периоде выгоду всем участникам процесса.

Другими словами, КСО – это концепция, согласно которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и другие заинтересованные стороны публичной сферы. При этом следует отметить, что указанное обязательство выходит за рамки установленного законом и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры по повышению качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Подход к реализации политики КСО зависит от размера организации, сектора бизнеса, сложившихся традиций и других факторов. Предприятия могут фокусироваться только на одном компоненте КСО (например, на экологических, на социальных программах для местного сообщества и т. д.), а могут стремиться сделать философию социальной ответственности неотъемлемой частью всей своей деятельности.

Важное место в общей политике КСО занимает отношение организации к своим работникам. Социальная ответственность перед персоналом определяется в таких документах, как должностная инструкция и трудовой договор. В значительной мере политика КСО влияет на систему оценки качества работы персонала, карьерный рост работников, на систему премирования.

Внедрение политики КСО способствует решению таких задач, как облегчение условий для ведения бизнеса, повышение репутации компании, а следовательно, улучшение взаимоотношений с государством. Кроме того, посредством внедрения практик КСО усиливается бренд работодателя, так как для молодых специалистов ответственность работодателя становится все важнее, и они

предпочитают организации, которые помогают решать социальные и экологические проблемы.

В Российской Федерации введен ЭКГ-рейтинг ответственного бизнеса, который формируется Финансовым университетом при Правительстве РФ и Институтом демографической политики имени Д.И. Менделеева при поддержке ФНС России и Счетной палаты РФ.

ЭКГ – аббревиатура – экология, кадры, государство. В расчете данного рейтинга на сегодняшний день учитываются почти 100 тысяч предприятий страны.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ, ВИДЫ

О.В. Темир, ст. гр. 3-22-ЭП-М, ПГТУ

Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная, систематическая, осуществляемая на собственный страх и риск деятельность субъектов хозяйствования (предпринимателей) с целью достижения экономических и социальных результатов и получения прибыли.

Предпринимательство осуществляется в любых организационных формах, предусмотренных законодательством, по выбору предпринимателя.

Основные принципы предпринимательской деятельности:

- свободный выбор направлений предпринимательской деятельности;
- самостоятельное формирование предпринимателем программ деятельности;
- свободный выбор поставщиков материальных ресурсов и потребителей производимой продукции;
- привлечение и использование материально-технических, финансовых, трудовых и других видов ресурсов;
- установление цен на продукцию и услуги в соответствие с действующим законодательством;
- свободный найм предпринимателем работников;
- свободное распоряжение доходом, остающимся после уплаты налогов, сборов и других платежей, предусмотренных законом;
- самостоятельное осуществление внешнеэкономической деятельности и использование предпринимателем принадлежащей ему части валютной выручки.

Предпринимательство может быть индивидуальным и коллективным. Индивидуальное предпринимательство – это любая созидательная деятельность одного человека (и его семьи), а коллективное предпринимательство – любая созидательная деятельность коллектива людей.

Виды предпринимательской деятельности:

1) Производственное предпринимательство – осуществляет материальное, интеллектуальное, творческое и др. производство.

2) Коммерческое предпринимательство – состоит в продаже предпринимателем готовых товаров, приобретённых им у других субъектов.

3) Финансовое предпринимательство представляет собой особый вид предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают деньги, иностранная валюта, ценные бумаги, продаваемые покупателю или предоставляемые в кредит.

4) Страховое предпринимательство заключается в том, что предприниматель-страховщик за определённую плату гарантирует страхователю компенсацию ущерба имуществу, причинения вреда здоровью и даже потери жизни в результате непредвиденного (страхового) случая.

5) Посредническое предпринимательство характеризуется тем, что предприниматель способствует нахождению продавцом покупателя, и наоборот, и заключению между ними сделки купли-продажи.

В современных условиях актуальными являются следующие формы предпринимательства:

Франчайзинг – форма сотрудничества нескольких фирм, при которой компания с известным на рынке именем передает права на его использование более мелким частным фирмам на основании контракта, предусматривающего условия сотрудничества.

Венчурная фирма – коммерческая организация, которая делает бизнес на инновациях, занимается разработкой научных исследований для их дальнейшего завершения.

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫЕ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ ПРИАЗОВЬЯ

Я.Н. Беломеря, ст. гр. ЭП-22-М, ПГТУ

Цифровые технологии стремительно меняют облик мировой экономики, внедряясь во все ее сферы. Они способствуют повышению

эффективности, снижению затрат и созданию новых возможностей для бизнеса и общества.

Вот некоторые современные цифровые инновации, которые могут быть использованы в работе и развитии различных сфер Приазовья.

Сельское хозяйство

Использование дронов, сенсоров и аналитики позволяет фермерам:

- **Мониторинг состояния полей и растений:** Дроны и сенсоры могут быть использованы для сбора данных о состоянии почвы, растений и погодных условиях. Эти данные могут помочь фермерам определить оптимальное время для посева, полива, удобрения и уборки.

- **Оптимизация использования воды и удобрений:** Аналитика данных, собранных дронами и сенсорами, может помочь фермерам оптимизировать использование воды и удобрений. Например, они могут определить, где и когда нужно поливать, чтобы минимизировать потери воды и максимизировать урожайность.

- **Предсказание урожайности и снижение рисков:** Аналитика данных также может помочь фермерам предсказать урожайность и риски, связанные с погодными условиями, болезнями растений и вредителями. Это позволяет им принимать более информированные решения и снижать потери.

- **Улучшение качества урожая и повышение продуктивности:** Благодаря более точному и своевременному мониторингу, фермеры могут улучшить качество своего урожая и повысить его продуктивность.

- **Снижение затрат и увеличение прибыли:** Использование дронов, сенсоров и аналитики позволяет фермерам снизить затраты на производство, такие как расходы на воду, удобрения и пестициды, и увеличить прибыль.

Эти технологии помогают фермерам сделать свое производство более эффективным, устойчивым и прибыльным.

Финансовый сектор

- **Внедрение технологий мобильных платежей в современные финансовые услуги** имеет ряд преимуществ, которые делают их более доступными и безопасными для всех.

- **Улучшение доступности финансовых услуг:** Мобильные платежи позволяют людям, даже в отдаленных районах, получать доступ к финансовым услугам. Это особенно важно для тех, кто раньше был исключен из банковской системы из-за отсутствия банков в их районе.

- Улучшение безопасности: Мобильные платежи могут быть более безопасными, чем наличные платежи, потому что они могут быть отслежены и защищены паролем или биометрическими данными. Это также может помочь предотвратить мошенничество и кражу.

- Улучшение удобства: Мобильные платежи делают процесс оплаты более удобным и быстрым. Вам не нужно носить с собой наличные деньги или кредитные карты, и вы можете совершать платежи в любое время и в любом месте.

- Улучшение эффективности: Мобильные платежи могут улучшить эффективность бизнеса, потому что они могут быть автоматизированы и интегрированы с другими системами. Это может сэкономить время и усилия, которые раньше были потрачены на обработку платежей вручную.

- Улучшение финансовой грамотности: Мобильные платежи могут помочь улучшить финансовую грамотность, потому что они могут предоставлять людям доступ к информации о своих финансах и помогать им управлять своими деньгами.

Внедрение технологий мобильных платежей в финансовые услуги может помочь сделать их более доступными, безопасными, удобными, эффективными и образованными.

Здравоохранение:

- Телемедицина. Телемедицина обеспечивает удаленный доступ к медицинским консультациям и услугам, что особенно важно в условиях пандемий и для отдаленных регионов.

- Электронные медицинские записи (ЭМЗ). ЭМЗ улучшают управление данными пациентов и обмен информацией между медицинскими учреждениями, что способствует повышению качества медицинской помощи.

Образование

- Электронное обучение. Использование онлайн-платформ и интерактивных технологий для обучения делает образование более доступным и гибким.

Торговля

- Электронная коммерция. Развитие онлайн-магазинов и маркетплейсов позволяет бизнесам расширять свою аудиторию и снижать затраты на аренду и персонал.

- Аналитика данных. Использование больших данных для анализа потребительского поведения и оптимизации маркетинговых стратегий помогает бизнесам лучше понимать своих клиентов и повышать продажи.

Цифровизация существенно влияет на все отрасли экономики, способствуя их росту и повышению эффективности. Внедрение цифровых технологий создает новые возможности для бизнеса и общества, повышая их конкурентоспособность и устойчивость к изменениям, что благоприятно скажется на развитии Приазовского региона.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЦИФРОВОЙ ВОДОКАНАЛ»

В.А. Рубинский, ст. гр. 3-22-ЭП-М, ПГТУ

«Цифровой водоканал» – это концепция, которая предполагает массовое внедрение современных информационных технологий в сферу водоснабжения, являясь переходом к комплексной автоматизации предприятий, которая включает не только автоматизацию технологических процессов, а также и автоматизацию документооборота на предприятии.

Цифровая трансформация предприятия соответствует происходящим в настоящее время качественным изменениям технологических и экономических процессов, приводящим к значительным социально-экономическим эффектам.

Целью внедрения данной концепции является долгосрочное сдерживание роста тарифов за счет повышения эффективности и прозрачности процессов, а также создания высоко технологичных рабочих мест с высокой производительностью. Непосредственное повышение эффективности предприятий достигается через автоматизацию отдельных бизнес-моделей и перевода их в цифровой формат.

Рассмотрим следующие модули входящие в архитектуру модели.

Модуль «Центральная панель» предназначен для обработки, анализа, хранения и визуализации больших объемов данных. Благодаря умному визуальному представлению ключевых показателей через систему гибко настраиваемых дашбордов. На основе данных технологических систем и систем управления процессами позволяет получать информацию по расчетным показателям, включая показатели себестоимости и эффективности, а на основе фактических данных и исторических трендов модуль осуществляет прогнозирование с использованием методов машинного обучения.

Модуль «Анализ режимов» повышает эффективность работы оборудования по средствам обработки фактических данных технологических параметров работы объектов. С помощью современного первичного оборудования производится анализ отклонений технологических параметров, а также прогнозирование отказов насосного оборудования. В соответствии с условиями эксплуатации возможен подбор оптимальной технологической схемы объекта. Реализация данного модуля повысит производительность труда сотрудников, сократит нештатные ситуации, а также сократит время реагирования на повреждение.

Модуль «Обходчик-контролер» позволяет повысить эффективность производственных процессов сбытового подразделения предприятия за счет оптимального распределения человеческих ресурсов, а также контроля состояния приборов учета и снятия их показаний путем использования систем компьютерного зрения, тем самым обеспечит снижение незаконного потребления ресурсов. Модуль включает в себя планирование и проведение проверок, формирование плана работ с использованием прескриптивной аналитики. Осуществляет сопровождение выполнения заявок, проверку результатов и коммуникаций между участниками, мониторинг передвижения инспекторов, запись треков, отчёты по сотрудникам.

Модуль «Анализ балансов» направлен на снижение потерь и увеличение полезного отпуска за счет автоматизации управления балансами. Реализует прогнозирование объемов производства и отпуска в сеть, осуществляет формирование прогнозного баланса. Весь цикл сбора и обработки фактических данных на этапах водоподготовки, транспортировки и отпуска абонентам компилируется автоматически. Также формируется модель объектов-аналогов на основе анализа больших данных. Для устранения аномалий отпуска ресурса и его потребления производится автоматический поиск с использованием технологий машинного обучения.

Реализация данного перспективного проекта достигается за счёт совокупного эффекта, а именно: Повышения производственной эффективности и/или снижение ФОТ при создании квалифицированных рабочих мест и повышение компетенции производственного персонала; снижения аварийности, а значит существенного повышения качества коммунальных услуг при снижении потерь и затрат на устранение аварий; увеличения полезного отпуска, выручки и фактической собираемости платежей; значительного сокращения затрат на энергоресурсы.

Ожидаемые эффекты цифровизации системы водоснабжения: снижение объёма потерь в сети до 50%; повышение производительности труда до 45%; сокращение повторных повреждений до 20%; снижение затрат на энергоресурсы до 17%.

Разработка и последующее внедрение перспективной и новой концепции «Цифровой водоканал», могут помочь организациям водопроводно-канализационного хозяйства выйти на новый уровень предоставления услуг. Поэтому переход к такому понятию как «Цифровой водоканал», а вместе с тем и использование цифровых технологий позволяют интенсивнее вносить изменения и совершенствовать водохозяйственный комплекс, и таким образом представить огромный потенциал для решения имеющихся проблем в отрасли.

ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Л.Ш. Маматова, канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры ЭиЭИ, ПГТУ

Цифровизация бизнеса становится модным трендом, для развития малых и средних предприятий. Даже при условиях ограниченных ресурсов внедрение цифровых технологий повышает конкурентоспособность и эффективность работы предприятий МСП.

Ключевым направлением развития цифровой сферы в 2024 году является демократизация генеративного искусственного интеллекта, более 80% компаний придут к использованию данных технологий к 2026 году. На 2023 год 45% МСП в России уже применяют искусственный интеллект в своей деятельности. При этом, снижение стоимости IT-решений стало возможным за счет роста рынка интеллектуальных технологий и стремлению к более выгодным условиям для потребителей. Пандемия COVID-19 оказала значительную роль в расширении доступности облачных технологий, которые стали использовать виртуальные офисы и автоматизированные сервисы.

Цифровизация МСП позволяет:

- удовлетворять быстрее и качественнее запросы потребителей;
- упростить коммуникацию между бизнесом и клиентом;
- стимулировать к покупке;
- автоматизировать коммуникации внутри компании;
- уменьшать трудозатраты;
- повышать качество обслуживания;

- разработать новые инструменты продаж;
- улучшать качество продукта;
- оптимизировать доставку и оплату.

Цифровые технологии позволяют обеспечить минимальный набор инструментов для диджитализации компании, а именно наличие собственного сайта, аккаунтов в соцсетях, онлайн-каталогов товаров.

МСП, которым необходима диджитализация для конкурентоспособности:

- E-commerce.
- Сектор недвижимости
- Логистика.
- FMCG.
- Fashion-сфера.
- Медицина.
- Агросектор.
- Страхование и банкинг.
- Образование.

Для внедрения цифровых решений в деятельность бизнеса МСП могут выбирать следующие инструменты:

1. Разработки собственных алгоритмов для работы с большими данными, используют в своей деятельности крупные компании с мощными IT-отделами.

2. Интеграции готовых решений, с базовыми знаниями в области цифровых разработок.

3. Покупки полностью готовых инструментов к работе, не требующих цифровых компетенций.

Среди актуальных технологий, которые могут быть МСП в 2024 году, это решения для хранения и обработки больших данных, сервисы на базе машинного обучения и искусственного интеллекта, а также программное обеспечение с открытым исходным кодом (open source).

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДНР В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Е.А. Кулишова, ассистент кафедры ЭиЭИ,
Н.В. Найденова, ст. гр. ЭП-22, ПГТУ

В последнее время наблюдается тенденция к росту молодежного предпринимательства, которое довольно часто относят к одному из наиболее актуальных, перспективных и ведущих факторов развития

экономики ДНР. Современная молодежь отличается высокой мобильностью, инициативностью, креативностью мышления, склонностью к нестандартным решениям, различным инновациям и рискам, а также умением более быстро подстраиваться и адаптироваться под новые трансформации в секторе экономики, так как чаще использует современные цифровые технологии в своей деятельности. Именно поэтому молодежному предпринимательству уделяется все больше внимания, так как молодые специалисты могут вывести местную экономику на новый уровень за счет внедрения новых продуктов, услуг и инновационных технологий.

Под молодежным предпринимательством понимается любая предпринимательская деятельность, осуществляемая гражданами ДНР в возрасте до 35 лет, зарегистрированными в качестве индивидуального предпринимателя.

Однако на современном этапе перед юными предпринимателями в ДНР возникает ряд проблем, которые препятствуют развитию и ведению бизнеса. Среди таких факторов можно выделить: недостаточно развитая рыночная инфраструктура, отсутствие специальной профессиональной подготовки к ведению предпринимательской деятельности, незнание законодательной базы, недостаток опыта и коммуникативных способностей, сложности доступа к банковско-финансовым операциям, высокое налогообложение, слабая поддержка со стороны Правительства Республики.

Для решения данных проблем и помощи в развитии молодежного предпринимательства в ДНР активно принимаются различные меры: разрабатываются новые проекты, стартуют меры господдержки молодым предпринимателям и грантовые программы. Так, например, для решения проблемы с отсутствием профессиональной подготовки, недостатком опыта и коммуникативных способностей в 2023 года Молодежным парламентом Донецкой Народной Республики был разработан проект «Школа предпринимательства», в котором могут принимать участие все желающие от 16 до 25 лет. Благодаря данному проекту современная молодежь может получить ценные знания в области основ бизнеса, разработке и презентации собственного проекта, поиске потенциальных клиентов, а также в «продающей» рекламе.

Продолжает активно развиваться проект «ПроБизнес», направленный на привлечение ст. гр.ов колледжей и вузов Республики, которые только мечтают открыть свой бизнес. В основе данного образовательного курса были положены разъяснительные кампании,

рекламы успешных молодых предпринимателей, конкурсы деловых бизнес-идей, освещение в местных СМИ, а также проведение ряда мероприятий по обучению предпринимательству и ведению бизнеса в современных реалиях. Также с прошлого года в ДНР реализуется различные федеральные программы, такие как: «Я – предприниматель» при поддержке Росмолодежи и Минэкономразвития, конкурс «Твое дело», проекты «Бизнес. Поколение» и «Я в деле», направленные на развитие и поддержку предпринимательских компетенций среди молодежи.

Молодежное предпринимательство в ДНР сейчас находится на стадии развития, так как только в последние 2-3 года началось активное внедрение образовательных проектов, программ, грантовых конкурсов, посвященных предпринимательству среди молодежи. Именно поэтому для дальнейшей поддержки молодежного предпринимательства необходимо продолжать более активно привлекать молодых людей для работы в области инновационных технологий, распространять необходимые знания об основах ведения бизнеса, а также оказывать всестороннюю помощь в поддержании конкурентоспособности начинающим предпринимателям малого и среднего бизнеса.

Таким образом, для дальнейшей перспективы развития и реального функционирования предпринимательства среди молодежи в ДНР, помимо необходимых знаний и компетенций, необходимо решить проблему слаборазвитой рыночной инфраструктуры, недостатка капитала и высокого налогообложения, что серьезно затрудняет деятельность молодых предпринимателей

РОЛЬ НЕФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Е.А. Кулишова, ассистент кафедры ЭиЭИ,
Д.С. Скалиущ, ст. гр. ЭП-21, ПГТУ

Финансовая поддержка молодых предпринимателей занимает основное место в их рассуждениях. Однако, рост количества организаций, которые оказывают нефинансовую поддержку молодым предпринимателям, растет с каждым годом. В данном исследовании мы рассмотрим какую нефинансовую поддержку могут оказывать молодым предпринимателям организации.

Для того чтобы систематизировать виды нефинансовой поддержки молодежи в сфере предпринимательства рассмотрим

основные виды существующих проблем начинающих предпринимателей.

Среди основных проблем можно выделить:

1. Бизнес умер на уровне идеи. Гениальная идея молодого предпринимателя не прошла проверку рынком, уже где-то и кем-то реализована, оказалась не такой уж и гениальной или требует существенных доработок.

2. Юный предприниматель утонул в бюрократии, запутался в делопроизводстве, пропустил все сроки. В таком случае, пыл предпринимателя быстро угасает. Бывший предприниматель возвращается к чему-то понятному и стабильному.

3. Команда, которая, когда-то казалась идеально подобранной, начинает сильно подводить руководителя. У молодого предпринимателя возникает вопрос, а достоин ли он руководить командой.

4. Очень часто предпринимателям не хватает информации для работы и формирования своего окружения. Для малого бизнеса наличие партнеров, особенно вначале пути является важным вложением в его будущее.

Мы рассмотрели основные ошибки. А теперь, разберем каким образом организации, поддерживающие МСБ, могут помочь решить данные проблемы.

Откроем, например, кофейню. Кофеен в городе много, но при этом рынок открыт и готов принимать оригинальные идеи. Эксперты могут нам помочь «прокачать» от стандартной кофейни, до, например, литературной кофейни для любителей почитать книги за чашечкой кофе. Далее мы проверяем идею, изучаем, много ли таких посетителей в городе может быть. Такое исследование, важно для начала бизнеса и снизит риски открытия нового бизнеса.

Результаты исследований получены, кофейня готова к открытию. Однако, возникают сложности с лицензиями, договорами, налогами. Предприниматель может справиться с этим в двух случаях: либо он имеет, как минимум два образования (экономическое и юридическое) либо он может взять в штат специалистов. С учетом того, что мы рассматриваем молодого предпринимателя, оба эти варианта являются скорее идеальными, чем реальными. Поэтому существуют различные организации, которые помогают с этим справиться. ПСБ даже предлагает сервис «Мультиюрист», который помогает с решением юридических вопросов.

Для молодого предпринимателя важно правильно построить работу в команде. Работа с людьми – это самая сложная часть бизнеса.

Особенно это касается сферы услуг. Если мы говорим о литературном кафе, которое готово работать, то нам нужны официанты, администраторы, сотрудники кухни. Все они должны четко выполнять свои обязанности и транслировать ценности вашего заведения. Однако, управлять персоналом тоже необходимо учиться. В этом случае молодому предпринимателю могут оказать поддержку в форме обучения.

Ну, и, естественно, никакой бизнес не обходится без маркетинга. Именно в этой сфере предприниматель может получить значимую поддержку. Так, например, помимо стандартной помощи с формированием бренда и созданием основных каналов коммуникации

Итак, подводя итоги сказанного, делаем вывод о направлениях нефинансовой поддержки молодежного предпринимательства:

1. Образовательная поддержка;
2. Юридическая поддержка;
3. Маркетинговая поддержка;
4. Кадровая поддержка.

МАСТЕРСКАЯ ТИПОГРАФИИ И МАШИННОЙ ВЫШИВКИ «EMBRHOME»

К.В. Сумятин, ст. гр. ФБС-23,
К.С. Довбня, ст. гр. МТ-23, ПГТУ

На сегодняшний день сложилась такая экономическая ситуация, где любой энтузиаст может попробовать себя в роли предпринимателя. Так как большинство предприятий в г. Мариуполь создаются с нуля и восходящие новые идеи провоцируют рост и развитие города с большой скоростью. К таким выводам пришел Я с моим напарником Кириллом.

Наша мастерская основывается на машинной вышивке и типографии различными методами такими как: шелкография и термотрансфер (DTF). Мы выбрали данные виды типографии так как они являются актуальными и имеют высокое качество. Шелкография цениться за высокая насыщенность красок, прочность и долговечность, возможность печати на разных поверхностях. Термотрансфер цениться за высокую детализацию, быструю печать и также возможность печати на различных материалах. Машинная вышивка – это премиальное качество и долговечность. Данных три типа нанесения достаточно чтобы выполнять заказы на разном уровне и бюджете.

Работаем мы на соц.сети Телеграмм, где создали группу, в которой мы выкладываем результаты нашей работы и там же консультируем и принимаем заказы наших клиентов. Обговариваем детали и сроки выполнения. Большинство макетов (дизайнов) требуют отдельной отрисовки дизайнера для лучшего результата и после оплаты половины от суммы заказа начинается производственный процесс. В основном около недели, но это зависит от количества заказанного товара и видом нанесения дизайна, которые ранее были перечислены. Выгода клиента обусловлено тем, что у нас на нашу услугу не большие цены по сравнению с другими, качество, соответствия потребностям и предпочтениям клиента, а также новизна, то есть мы подбираем новые и интересные идеи дизайнов и популярную одежду.

Доставка происходит двумя способами, первый – это доставка на заранее оговоренном месте с передачей заказа, второй – это доставка по адресу, но эта услуга платная (150-200р) в зависимости от местоположения.

Наша целевая аудитория или источники сбыта – это предприниматели, различные магазины, организаторы мероприятий, университеты, школы, а также частные клиенты. Возрастной категории нет, что делает нашу мастерскую многосторонней и доступной.

Причинами создания стали два фактора, но которых было достаточно чтобы открыть свое дело. Первая причина – это отсутствие конкуренции, так как мы проанализировали Мариуполь на данную услугу. Ещё не мало важным фактором является активный рост города, в который вкладывается огромный бюджет для развития, что создало благоприятные условия для многих предпринимателей. Данные причины и послужили нашему созданию.

Перспективы мы выстроили еще на ранних этапах. В ближайшие года 3 мы планируем активный рост и расширения нашего предприятия, до собственного производства одежды и более современным технологиям. Далее открытие собственной сети магазинов одежды по доступной цене для всех. Но в ближайших перспективах мы планируем проводить социальные проекты по типу мастер-классов и ярмарок от нашего имени для развития творчества у нашего молодого поколения. Мы считаем, что никто кроме нас таких же молодых предпринимателей не понимает молодёжь.

ПРОЕКТ «КУЗНИЦА В ОБЪЕКТИВЕ»

О.Д. Мельникова, ст. гр. 3-23-УРП-М, ПГТУ

По данным Уральского Федерального Университета в 2023 году в России потребность предприятий в специалистах направления Metallургии более чем в 3,5 раза превышает, количество абитуриентов, поступающих на тоже направление (<https://urfu.ru/ru/>).

Эту же проблему можно наблюдать в настоящее время в Мариуполе – по данным ФГБОУ ВО «Приазовского Государственного Технического Университета» (учебно-научному институту современных технологий) из 220 студентов шести направлений обучения, по направлению металлургия учится всего 19 человек.

А ведь Мариуполь всегда был городом металлургов. Поэтому наш проект направлен на популяризация кузнечного (как основы металлургии) дела в медийном поле как на городском, так и региональном, уровне.

В рамках проекта планируется обучение школьников и студентов кузнечному делу, чтобы в условиях повышенной безработицы у них появились навыки рабочей профессии, а в будущем и интерес к профессии металлурга.

На первом этапе командой будут организованы открытые уроки в школах по кузнечному мастерству, ознакомительные лекции и презентации. Мы планируем охватить просветительскими и различными научно-развлекательными мероприятиями в очном и онлайн форматах не менее 3000 подростков. Заинтересовавшихся мы пригласим в нашу мастерскую, где будет организовано очное обучение.

На втором этапе не менее 100 участников под руководством опытных наставников приступят к полноценному обучению на базе учебно-научного института современных технологий ПГТУ». Позже они смогут принять участие в открытых мастер-классах, чтобы продемонстрировать друзьям и родителям свои готовые изделия.

Чтобы расширить ареал воздействия нашего проекта мы запланировали ещё и создание видео-уроков по кузнечному делу. Профессиональную съёмку будет проводить Гущин Анатолий Владимирович – профессиональный кузнец, фотограф видеооператор.

На третьем этапе отберём 30 лучших участников и продолжим их обучение для самостоятельной медийной работы в рамках кузнечного дела.

Мы уверены, что это очень поможет участникам, если они решат открыть собственное дело и будут продавать свои изделия через интернет.

Реализация нашего проекта позволит провести профессиональную ориентацию мариупольских школьников, участники проекта получают реальные навыки востребованной рабочей профессии металлурга, а самые лучшие будут сориентированы на открытие собственного дела и станут легальными налогоплательщиками.

МЕРЫ И ЗНАЧИМОСТЬ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

М.В. Мухина, ассистент кафедры ЭиЭИ, ПГТУ

Поддержка молодежного предпринимательства способствует развитию новаторских подходов к решению социально-экономических задач государства, стимулирует развитие технологий и инноваций, стремление к технологическому суверенитету, а также внедрение новых решений и продуктов.

Эксперты подчеркивают важность поддержки молодежных инициатив, поскольку молодые таланты способны взглянуть на актуальные проблемы с новой перспективы и предложить решения, соответствующие потребностям целевой аудитории.

Увеличение доли молодежи в предпринимательстве наблюдается из года в год. В 2022 году количество молодых предпринимателей и самозанятых в возрасте до 35 лет превысило 4,4 миллиона человек, что на 50% больше, чем в 2021 году. Росту численности молодежи в предпринимательстве способствуют, в том числе, меры поддержки, осуществляемые правительством Российской Федерации. В 2022 году количество молодых предпринимателей, получивших государственную поддержку для развития своего бизнеса, увеличилось до 500 тысяч человек, что на 18% больше, чем в 2021 году. Ежегодно растет спрос на поддержку бизнеса со стороны молодежи, включая получение грантов.

По данным Федерального агентства по делам молодежи, количество участников грантовых конкурсов превышает 50 тысяч человек в год, из которых более 2,5 тысячи становятся победителями, получая поддержку из грантового фонда в размере 2,5 миллиарда рублей.

Однако, среди факторов, замедляющих развитие, выявляется недостаточная информированность молодежи о предпочтениях и возможностях. Увеличение доступности информационной поддержки поможет повысить мотивацию и привлечь молодежь в бизнес-среду.

Также необходимо улучшить сотрудничество и диалог между образовательными учреждениями и реальным сектором экономики, что подчеркивает нужду в разработке общей стратегии развития на федеральном уровне.

На федеральном уровне поддержку молодежному предпринимательству оказывают Минэкономразвития России, Минобрнауки России, Минтруд России и Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь), которые реализуют различные программы поддержки и инициативы по развитию молодежного предпринимательства.

Основными мерами корпоративной поддержки молодежного предпринимательства компаний являются корпоративные акселераторы, форумы молодых специалистов, конкурсы проектов, технологические долины, партнерства и образовательные мероприятия.

Для создания электронного издания использовано:
Microsoft Word 2013, ПО Adobe Acrobat

Подписано к использованию 02.02.2024. Объем данных 1,4 МБ.

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Приазовский государственный технический университет»
287526, г. Мариуполь, ул. Университетская, д. 7.

Издательство ПГТУ, 2024