

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Правительство Кемеровской области – Кузбасса

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Кемеровской области

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Сборник материалов
IV Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 20-21 октября 2021 г.)

КЕМЕРОВО
2021

УДК 339.137.2
ББК 65.011.33

Конкуренция и монополия: сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 20-21 октября 2021 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2021. – 334 с.

ISBN 978-5-00137-262-2

В сборнике представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования.

Сборник предназначен для сотрудников академических институтов, преподавателей и студентов высших учебных заведений, специалистов органов государственной власти, предприятий реального сектора экономики, а также для всех заинтересованных лиц.

ISBN 978-5-00137-262-2

ББК 65.011.33
© Авторы, 2021
© КузГТУ, 2021



Уважаемые коллеги!

Перед Вами сборник докладов Четвертой Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия».

Эта традиционная конференция посвящена комплексу взаимосвязанных проблем, которые необходимо преодолеть для эффективной реализации Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области – Кузбасса на период до 2035 года. Современное поступательное развитие нашего промышленного региона во многом зависит от слаженной работы всех социально-экономических субъектов: органов государственной власти, предприятий реального сектора экономики, финансовых структур, образовательных и научных учреждений.

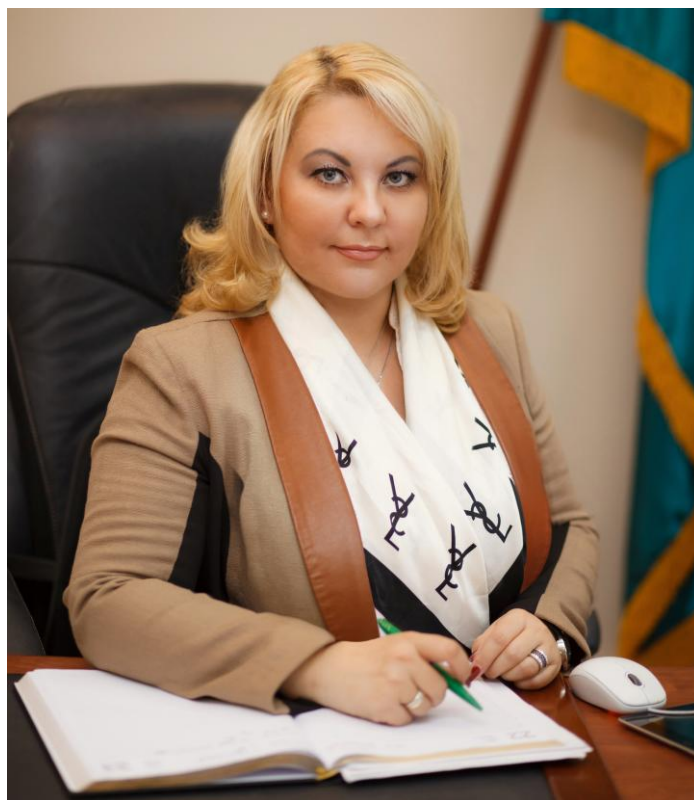
Научная программа секций направлена не только на исследование локальных отраслевых и финансовых рынков, но и на изучение таких глобальных макроэкономических категорий, как монополия и конкуренция, включая особенности государственного управления. Современные тенденции развития экономики в условиях глобализации предполагают особое внимание уделять управлению естественными монополиями и обеспечить процесс «прозрачной» конкуренции между отдельными предприятиями, функционирующими, как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

Практическая значимость представленных работ определяется широкой «географией» участников, их квалификацией и разнообразием исследовательских подходов. Кроме того, отличительной особенностью данных научных разработок является их практикоориентированный характер.

От всей души желаю всем участникам научно-практической конференции эффективной работы и внедрения лучших научных разработок в реальную практику использования!

С уважением,
Заместитель председателя Правительства Кузбасса
(по экономическому развитию и цифровизации), к.э.н.

С. Н. Ващенко



Уважаемые коллеги!

Перед вами четвертый сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия».

В этом сборнике мы делимся с вами актуальными темами и практикой в сфере антимонопольного законодательства. И хочется отметить, что этих работ бы не было без организаторской помощи и постоянной поддержки Кузбасского государственного университета. Так, в этом году научно-практическая конференция проходит в рамках Недели конкуренции в Кемеровском УФАС России, объединяя сотрудников антимонопольных органов, школьников, студентов, преподавателей и журналистов региона.

Мы рады отметить большое количество специалистов в сфере конкурентного права со всей России, которые готовы принимать участие в этом мероприятии, представляя свое видение региональных особенностей антимонопольного регулирования или обобщая практику в этой области. А это значит, что круг научного сообщества, изучающего существующие проблемы антимонопольного регулирования, тоже растет и крепнет с каждым годом.

Надеемся, что ознакомление с этими статьями станет для вас не просто интересным, но и полезным делом. Для дальнейшего изучения, для работы, для совершенствования антимонопольного регулирования совместными усилиями и развития конкуренции в нашем регионе и в стране.

С уважением,
руководитель Кемеровского УФАС России,
к.э.н., заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования КузГТУ,
Н. Е. Кухарская



Уважаемые участники IV традиционной Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия»!

Приветствую Вас от имени научно-педагогического коллектива Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева!

В этом году конференция проходит в рамках Недели конкуренции в Кузбассе, что подчеркивает актуальность и значимость обозначенной тематики.

Важной отличительной особенностью данной научно-практической конференции является синтез фундаментальной и прикладной науки, в результате чего производится выработка практико-ориентированных рекомендаций, адаптированных к использованию на реальных социально-экономических объектах.

Эффективная государственная антимонопольная политика является краеугольным камнем развития всей экономической системы, мотивируя предприятия и организации к честной конкурентной борьбе, направленной на улучшение качественных характеристик выпускаемой продукции и оказываемых услуг.

Другая актуальная задача, которая решается на данном научном форуме – формирование конкурентоспособных кадров для современной экономики, способных решать сложные задачи с использованием диверсифицированных методов управления.

Наша конференция, организованная совместно с региональным Управлением федеральной антимонопольной службы, является удачной научно-практической площадкой теоретических исследований и практической реализации представленных разработок.

Желаю участникам конференции здоровья и эффективной работы!

С уважением, ректор КузГТУ, к.ф.-м.н., доц.
А. Н. Яковлев



Уважаемые участники четвертой Всероссийской научно-практической конференции «Конкуренция и монополия»!

В этом году наша конференция проходит в рамках Недели конкуренции, организованной совместно Кемеровским управлением федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области и Кузбасским государственным техническим университетом. Такое значимое событие еще раз подчеркивает актуальность выбранной темы конференции.

Основой эффективности современной экономики является не только горизонтальное конкурирование предприятий, выпускающих однотипную продукцию, но и глобальная транснациональная конкуренция макроэкономических систем.

Отличительная особенность нашего мероприятия – одновременное участие представителей государственной власти, контролирующих органов, представителей реального сектора экономики, научно-исследовательских институтов и образовательных учреждений. Результатом такой научно-практической интеграции является выработка предложений, имеющих значение в реальной практике хозяйствования и управления.

Замечательной традицией конференции становится значительное количество работ и широкая география участников. В этом году нам прислали доклады представители 17 городов, включая Москву, Симферополь, Йошкар-Олу, Новосибирск и многих других территорий.

Поздравляю уважаемых участников научно-практической конференции с началом и желаю интересной работы!

С уважением, директор Института
экономики и управления, к.э.н., доц.
Н. В. Кудреватых

Агакишиев Орхан Телман Оглы, студент гр. ГЭБО-06-17
 Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
 (МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Анализ научной литературы приводит к выводу, что эффективная система управления затратами на предприятии – ключевой фактор его устойчивого развития [1], [2], [3]. Управление затратами в компании ООО «Палвер» осуществляет начальник производства на основе планов изготовления продукции, направляемых старшим менеджером и согласованных с финансовым отделом. Учет затрат осуществляется в соответствии с нормами Налогового кодекса РФ, Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», ПБУ 10/99 «Расходы организации», а также других положений по бухгалтерскому учету в организациях.

В соответствии с принятой учетной политикой и действующей системой управленческого учета калькулирование затрат на предприятии осуществляется методом неполной себестоимости (*Direct Costing*) [4]. В бухгалтерском учете она находит отражение в следующем виде (рисунок 1).

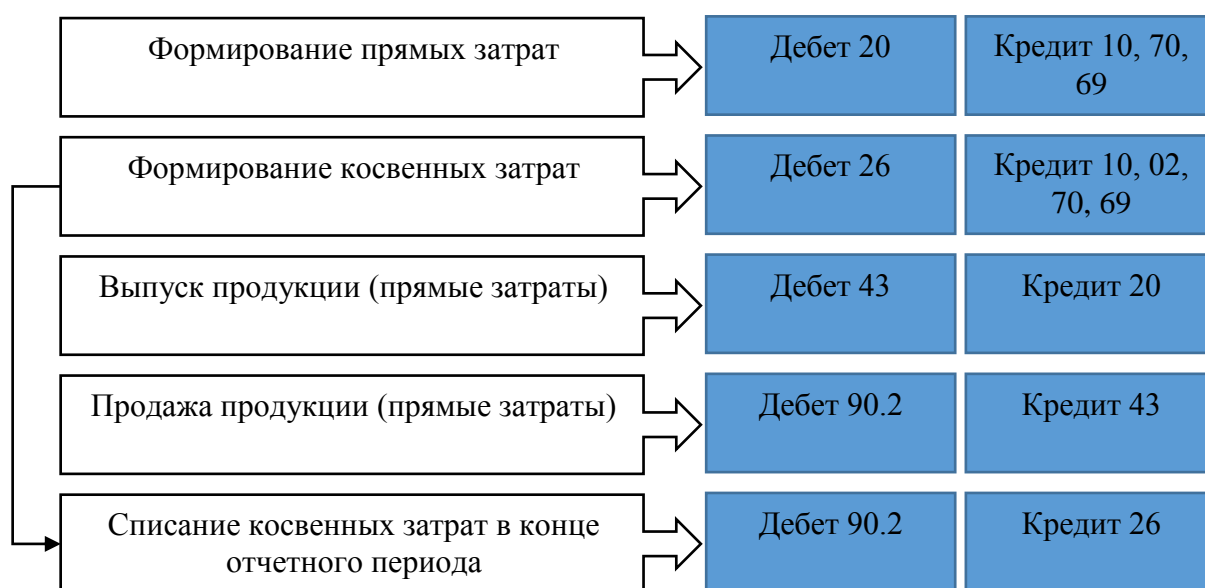


Рисунок 1 – Учет издержек производства в компании ООО «Палвер»
 Сформировано автором. Источник: система бухгалтерского учета ООО «Палвер»

Управленческая модель формирования затрат в компании ООО «Палвер» представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Управленческая модель калькулирования затрат предприятия
Сформировано автором. Источник: управленческие данные ООО «Палвер»

Произведем оценку эффективности системы управления затратами в ООО «Палвер». Анализ состава и динамики прямых затрат на предприятии представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Состав прямых затрат ООО «Палвер»

| № | Показатель | Объем затрат, тыс. руб. | | | Отклонение (+,-), тыс. руб. | | Темп прироста, % | |
|--------------|--------------------------------|-------------------------|--------------|--------------|-----------------------------|-------------|------------------|--------------|
| | | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 |
| 1 | Материальные затраты | 6135 | 6130 | 6211 | -5 | +81 | -0,08 | +1,32 |
| 2 | Расходы на оплату труда | 3821 | 3860 | 4207 | +39 | +347 | +1,02 | +8,99 |
| 3 | Отчисления на социальные нужды | 1146 | 1158 | 1262 | +12 | +104 | +1,05 | +8,98 |
| 4 | Прочие затраты | 1320 | 1350 | 1411 | +30 | +61 | +2,27 | +4,52 |
| Итого | | 12422 | 12498 | 13091 | +76 | +593 | +0,61 | +4,74 |

Сформировано автором. Источник: управленческие данные ООО «Палвер»

Таким образом, в состав прямых затрат ООО «Палвер» включает материальные затраты, расходы на оплату труда сотрудников производственных подразделений, отчисления на социальные нужды и прочие затраты. В состав прочих затрат включаются относимые на основную продукцию общепроизводственные расходы.

Исследование показало, что величина материальных затрат сократилась в 2019 году на 5 тыс. руб. (0,08%), а затем увеличилась на 81 тыс. руб. (1,32%). Расходы на оплату труда увеличились на 39 тыс. руб. в 2019 году и на 347 тыс. руб. в 2020 году. Соответственно выросли также отчисления на социальные нужды – на 1,05% и 8,98%. Прочие затраты выросли на 30 тыс. руб. в 2019 году и на 61 тыс. руб. в 2020 году.

Также необходимо проанализировать структуру прямых затрат в ООО «Палвер» в таблице 2.

Таблица 2 – Структура прямых затрат ООО «Палвер»

| № | Показатель | 2018 г. | | 2019 г. | | 2020 г. | | Изм. уд. веса, % | |
|--------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|-------------|
| | | руб. | % | руб. | % | руб. | % | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 |
| 1 | Материальные затраты | 6135 | 49,4 | 6130 | 49,0 | 6211 | 47,4 | -0,3 | -1,6 |
| 2 | Расходы на оплату труда | 3821 | 30,8 | 3860 | 30,9 | 4207 | 32,1 | 0,1 | 1,3 |
| 3 | Отчисления на социальные нужды | 1146 | 9,2 | 1158 | 9,3 | 1262 | 9,6 | 0,0 | 0,4 |
| 4 | Прочие затраты | 1320 | 10,6 | 1350 | 10,8 | 1411 | 10,8 | 0,2 | 0,0 |
| Итого | | 12422 | 100,0 | 12498 | 100,0 | 13091 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |

Сформировано автором. Источник: управленческие данные ООО «Палвер»

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре прямых затрат имеют материальные затраты. Их доля с течением времени существенно снижалась (на 0,3% в 2019 году и на 1,6% в 2020 году), однако она всё ещё высока и составляет 47,4%.

Снижение доли материальных затрат сопровождалось ростом удельного веса других категорий расходов, в частности – расходов на оплату труда. Их доля в 2018 году составляла 30,8%, к 2019 году увеличилась до 30,9%, а в 2020 году составила 32,1% всех доходов. Отчисления на социальные нужды также повысили свое присутствие в структуре издержек производства. Если в 2018 году их доля составляла 9,2%, то к 2020 году она повысилась до 9,6%. Удельный вес прочих затрат, т.е. затрат на ремонт и обслуживание оборудования, а также на вспомогательные материалы, составил 10,6% в 2018 году и 10,8% в последующие годы.

Произведем оценку косвенных затрат предприятия, которые списываются непосредственно в себестоимость по итогам отчетного периода в таблице 3.

Таким образом, общий объем косвенных затрат ООО «Палвер» в 2018 году составлял 4092 тыс. руб., затем данный показатель сократился на 9,68% в 2019 году и на 18,99% в 2020 году. В отчетном периоде косвенные издержки составили 2994 тыс. руб.

Также необходимо произвести оценку ресурсоемкости финансово-хозяйственной деятельности предприятия (см. таблицу 4).

Таблица 3 – Динамика косвенных затрат ООО «Палвер»

| № | Показатель | Объем затрат, тыс. руб. | | | Отклонение (+,-), тыс. руб. | | Темп прироста, % | |
|--------------|---------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-----------------------------|-------------|------------------|---------------|
| | | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 |
| 1 | Амортизационные отчисления | 749 | 740 | 750 | -9 | 10 | -1,20 | 1,35 |
| 2 | Расходы на управление и обслуживание | 2933 | 2731 | 2012 | -202 | -719 | -6,89 | -26,33 |
| 3 | Коммунальные платежи и электроэнергия | 410 | 225 | 232 | -185 | 7 | -45,12 | 3,11 |
| Итого | | 4092 | 3696 | 2994 | -396 | -702 | -9,68 | -18,99 |

Сформировано автором. Источник: управленческие данные ООО «Палвер»

Таблица 4 – Оценка ресурсоемкости производственной деятельности

| № | Показатель | Значение | | | Отклонение (+,-) | |
|-----------------------------|---|--------------|--------------|--------------|------------------|---------------|
| | | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 |
| 1 | Выручка, тыс.руб. | 22 766 | 22 805 | 23 570 | +39 | +765 |
| 2 | Совокупные производственные издержки, тыс.руб. | 17 708 | 17 072 | 17 070 | -320 | -109 |
| 3 | Материалоемкость | 0,269 | 0,269 | 0,264 | -0,001 | -0,005 |
| 4 | Зарплатоемкость | 0,168 | 0,169 | 0,178 | +0,001 | +0,009 |
| 5 | Ресурсоемкость в части отчислений на социальные нужды | 0,050 | 0,051 | 0,054 | +0,000 | +0,003 |
| 6 | Ресурсоемкость в части общепроизводственных издержек | 0,058 | 0,059 | 0,060 | +0,001 | +0,001 |
| 7 | Ресурсоемкость в части общехозяйственных издержек | 0,180 | 0,162 | 0,127 | -0,018 | -0,035 |
| Общая ресурсоемкость | | 0,725 | 0,710 | 0,682 | -0,015 | -0,028 |

Сформировано автором. Источник: управленческие данные ООО «Палвер»

Таким образом, материалоемкость производственной деятельности предприятия имеет тенденцию к сокращению. Так, в 2019 году данный показатель сократился на 0,1 коп. на рубль выручки от оказания услуг, а в 2020 году – на 0,5 коп. на рубль. Это обусловлено внедрением более современных технологий, а также экономией на производстве. В отчетном периоде материалоемкость составила 26,4 коп. на рубль продукции.

В то же время зарплатоемкость увеличилась на 0,1 коп. на руб. в 2019 году и на 0,9 коп. на рубль в 2020 году. Соответственно выросла и ресурсоемкость в части отчислений на социальные нужды. Ресурсоемкость в части общепроизводственных затрат составила в 2020 году 5,8 коп. на рубль выручки, что на 0,2 коп. больше, чем в 2018 году. Совокупная ресурсоемкость по годам – 0,725 коп./руб. в 2018 году, 0,710 коп./руб. в 2019 году и 0,682 коп./руб. в 2020 году. Сокращение ресурсоемкости является положительной

тенденцией, свидетельствующей о повышении эффективности деятельности предприятия.

Наряду с ресурсоемкостью рассчитывается обратный ей показатель – ресурсоотдача (см. таблицу 5).

Таблица 5 – Оценка ресурсоотдачи ООО «Палвер»

| № | Показатель | Значение | | | Отклонение (+,-) | |
|----------------------------|--|-------------|-------------|-------------|------------------|-------------|
| | | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2019 / 2018 | 2020 / 2019 |
| 1 | Материалоотдача | 3,71 | 3,72 | 3,79 | 0,01 | 0,07 |
| 2 | Зарплатоотдача | 5,96 | 5,91 | 5,60 | -0,05 | -0,31 |
| 3 | Ресурсоотдача в части отчислений на социальные нужды | 19,87 | 19,69 | 18,68 | -0,17 | -1,02 |
| 4 | Ресурсоотдача в части общепроизводственных издержек | 17,25 | 16,89 | 16,70 | -0,35 | -0,19 |
| 5 | Ресурсоотдача в части общехозяйственных издержек | 5,56 | 6,17 | 7,87 | 0,61 | 1,70 |
| Общая ресурсоотдача | | 1,38 | 1,41 | 1,47 | 0,03 | 0,06 |

Как видно из таблицы, материалоотдача растет, а показатель зарплатоотдачи сокращается. Это приводит к необходимости предложить систему мер, направленных на повышение эффективности функционирования системы управления затратами на предприятии, основываясь на материале из источника [5].

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. – 2018. – № 4. – С. 16-27.
4. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. К вопросу о методическом обеспечении идентификации региональных кластеров // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 2 (46). – С. 147-154.
5. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. – 2017. – № 4 (29). С. 9-15.

Андрианов Никита Константинович, студент гр. ЗБ-МУПР16-3
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Высокой долей важности в разработке и последующей реализации инновационного проекта по модернизации и улучшению деятельности компании обладают нормативно-правовые документации, представленные на рисунке 1. Следование правовым актам необходимо для недопущения неправомерной деятельности в реализации проектов, а также в общем в целях устранения ошибок в проектном управлении. Это также подчеркивается в известных литературных источниках [1], [2], [3]

Основным документом в реализации инновационного проектного управления выступает Федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ.

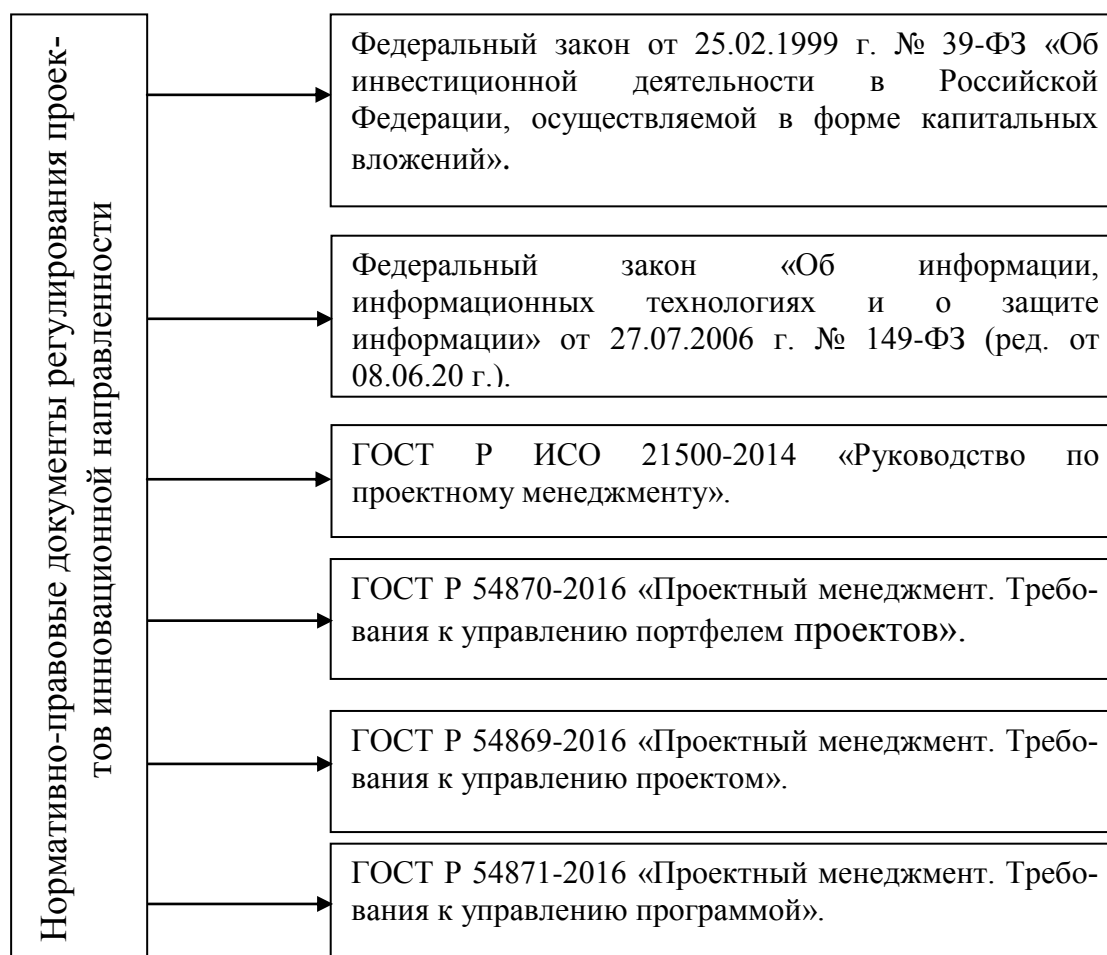


Рисунок 1 – Правовая база регуляции проектной инновационной деятельности

Инновационный проект в зависимости от его вектора и работ специфичен, однако, существует унифицированный алгоритм его разработки и реализации (рисунок 2).

Состав инновационного проекта и его наполнение может быть разным в зависимости от реализуемых проектных решений, их объема, специфики. [4] Унифицированный алгоритм разработки и реализации инновационного проекта можно проследить на представленном рисунке 2.



Рисунок 2 – Этапы разработки и внедрения инновационного проекта

Для оценки инновационной привлекательности предприятия, а также поиска необходимых направлений реализации инновационных проектных решений важно оценить динамику и структуру инвестиций. Анализ динамики инвестиций предполагается в абсолютном и относительном выражении по формуле (1):

$$\text{Абсолютное отклонение} = П1 - П2, \quad (1)$$

где P_1 – это показатель текущего периода;
 P_2 – это показатель предыдущего периода.

$$\text{Темп изменения или темп прироста} = (P_1 - P_2) * 100\% / P_2 \quad (2)$$

Оценка инвестиционных и инновационных возможностей экономического субъекта оценивается на основе расчета показателей:

Коэффициент общей экономической эффективности капитальных вложений (Кэ):

$$Кэ = \frac{ЧП}{К}, \quad (3)$$

где ЧП – чистая прибыль предприятия за период;

К – капитальные вложения;

Срок окупаемости рассчитывается по формуле (4):

$$T = \frac{К}{ЧП} \quad (4)$$

Структура инвестиций определяется по формуле (5):

$$\text{Доля} = \frac{\text{Доля } i\text{-ого направления инвестирования}}{К} * 100\% \quad (5)$$

После структурирования всех капитальных вложений важно оценить вклад отдельных направлений и, таким образом, определить наиболее прибыльные из них.

После оценки инвестиционной и инновационной привлекательности, а также оценки предпринимательских бизнес-процессов принимается решение о векторе инвестирования, разрабатываются инновационные проекты.

В практике инновационного проектного управления предприятия, в частности, сферы промышленности, ориентированы на следование положениям Свода знаний по управлению инновационными проектами (концепцию РМВоК), в котором содержится унифицированный алгоритм управления проектами [5].

На рисунке 3 представлены процессы проектного управления.

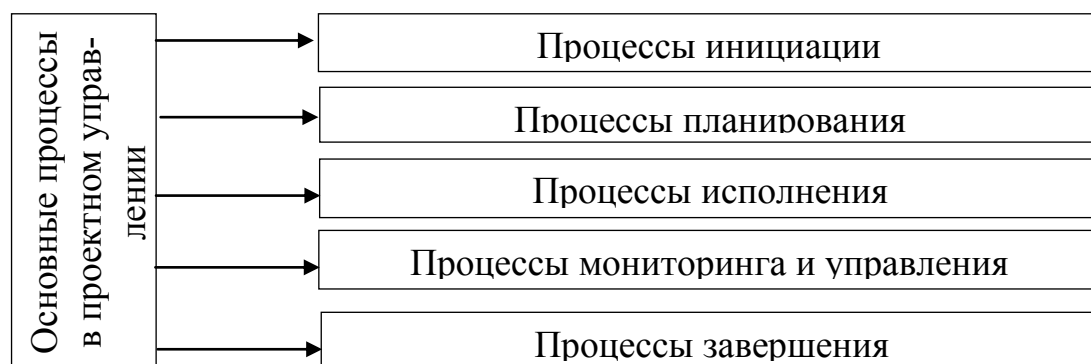


Рисунок 3 – Основные процессы в проектном управлении

Проектные процессы, которые представлены на рисунке выше согласно РМВоК сформированы в рамках одной из областей, показанных на рисунке 4.



Рисунок 4 – Области PMBoK

Методы PMBoK представлены на рисунке 5.

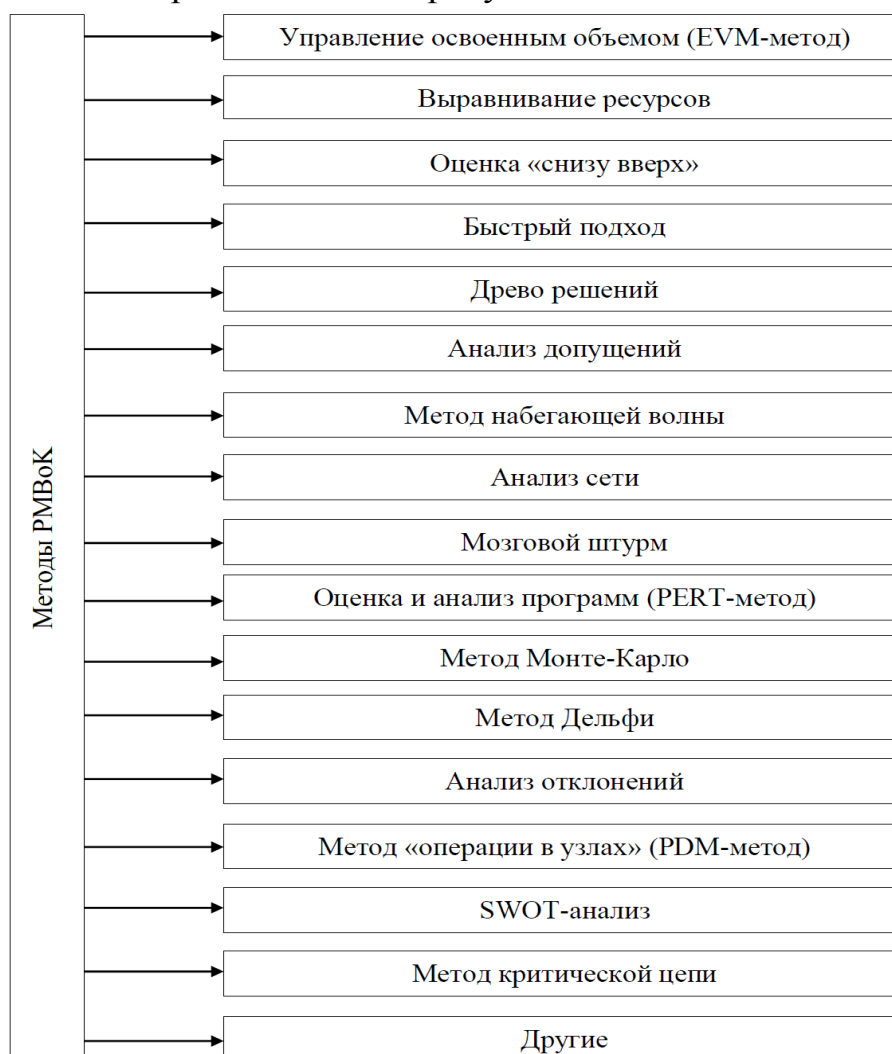


Рисунок 5 – Методы PMBoK

На два крупных блока делится методика управления проектами [6]:

1. Базовая методика, которая представляет собой рамочные стандарты, унифицированные для всех субъектов хозяйствования.

2. Методика для конкретного хозяйствующего субъекта (предприятие подстраивает систему управления проектами под свою специфику и формирует специфический набор инструментария, подходящий именно ему).

К базовым методологиям относятся следующие:

- PMI;
- IPMA;
- ISO;
- Agile;
- PRINCE2.

Наибольшее распространены модели PMI и IPMA.

Методика управления проектами PRINCE/PRINCE2 (Projects In Controlled Environments) ориентирована на групповое управление проектами организации.

Методика PRINCE 2 характеризуется следующими особенностями, которые систематизированы на рисунке 6.

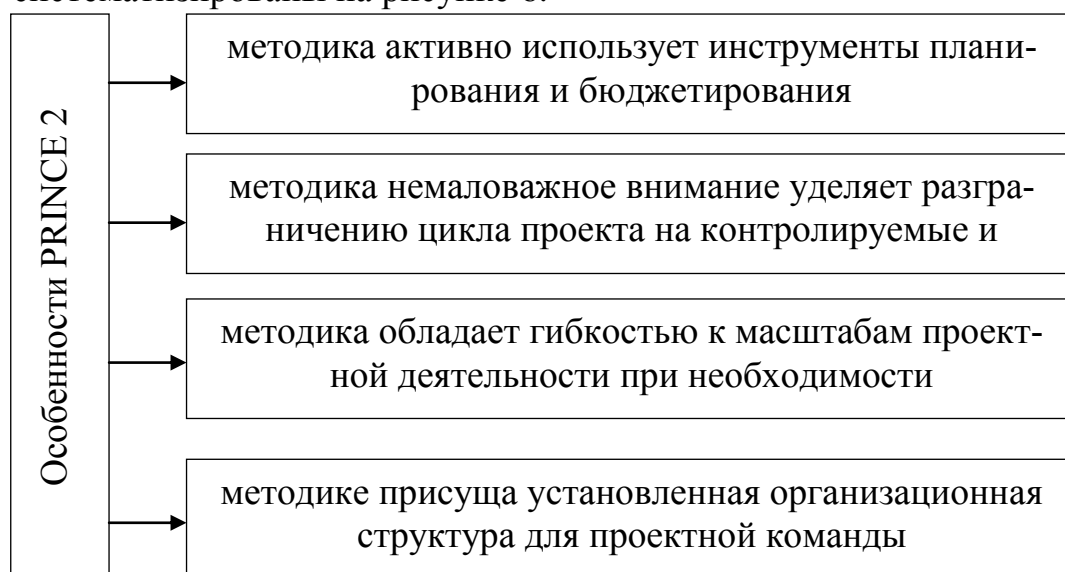


Рисунок 6 – Особенности PRINCE 2

Таким образом, реализация инновационного проектного управления базируется на следовании положениям PMBoK. Прежде чем разработать инновационный проект, важно оценить инвестиционную и инновационную привлекательность предприятия и выработать оптимальный вектор вложения инноваций [7].

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.

2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. – 2018. – № 4. – С. 16-27.
4. Коряков А.Г., Жемерикин О.И. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятия российского химпрома // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 9 (62). – С. 37-42.
5. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 3. – С. 63-76.
6. Скубрий Е.В. Применение информационных интеллектуальных систем поддержки управленческих решений в МЧС России // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. – 2013. – № 4 (19). – С. 50-53.
7. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика». 2019. – С. 304-309.

Берикулы Кайсар студент 1 курса гр. Э-102
Научный руководитель – Аубакиров Фазыл Магазбекович,
магистр экономических наук, старший преподаватель
(АВУ, г. Семей, Республика Казахстан)

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЗАЩИТЫ КОНКУРЕНЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В нашем 21 веке изучение проблем конкуренции и монополии стала актуальной. Рынок настолько развился, что покупатель имеет возможность, в определенный момент жизни приобрести товар, который будет удовлетворять его потребности. Но, к сожалению эти товары оказались бесспорно в избытке. С развитием большого количество предприятия появилось большое количество одинакового товара. И благодаря этому у покупателя появилось право выбора. И за выбор покупателя борются производители(продавцы), которые пытаются сделать такое предложение, от которого он не смог бы отказаться, тем самым создавая конкуренцию. Однако, конкуренция в наши дни, несовершенна. А именно, слишком монополизирована. Особенно это проблема актуальна для Казахстанской экономики, мы все еще не отошли от советского прошлого. Многие отрасли в экономике все еще контролируется государством, либо же большую долю на рынке сохраняют олигополисты. В ходе исследования антимонопольного вопроса в Казахстане, было

обнаружено что в главных сферах экономики существенную власть ведут крупные игроки, контролирующие 80 % рынка. Благодаря этому олигополисты и государство создают прекрасные условия для повышения цен, и укрепления демпинга. Для решения этой проблемы в Казахстане, правительство реализует различные проекты для развития конкуренции, и демополизации рынка. Один из важнейших идей предложенная государством, стало - приватизация предприятия и разгосударствление, для создания конкуренции и уменьшение роли государства в вопросах экономики.

Разгосударствление и приватизация.

По инициативе государства, в 2014 году начинается активная политика приватизации. За короткие сроки, уже к 2019 году доля государства на рынке было 16 %, а в 2020 году этот показатель опустился до 14 %.

План приватизации за период 2014-2018 было продано 645 объектов на сумму 273 млрд тенге. Из которых, 40 - республиканской собственности на сумму 24,5 млрд тенге; 333 - коммунальной собственности на сумму 51,2 млрд тенге; 272 - нацхолдингов и нацкомпаний на сумму 197,3 млрд. тенге. (рисунок 1) [1].



Рисунок 1 – Количество приватизированных объектов (2014 – 2018 гг.)

Источник: Министерство финансов Республики Казахстан

Созданная в 2020 году «Агентства по защите и развитию конкуренции» и государства имеет в планах все больше демополизировать рынок. В планах на 2021 год продать компании «Казпочта» и «Самрук-Энерго», в 2022 году IPO «КазМунайГаза» и «Эйр Астаны», приватизация «Тау-Кен Самрук» и «Qazaq Air», а в 2023 году – IPO «Қазақстан темір жолы».

Особенно острым вопросом сейчас является вопрос, связанный с АО «КТЖ-Грузовые перевозки», который занимает 99% рынка железнодорожных перевозок. С целью уменьшение монополии, и увеличение количество поставщиков, в прошлом году было запущено два новых проекта. Проект подразумевает под собой занятие 30% рынка, и увеличение конкурентности рынка (рисунок 2).



Рисунок 2 – Рынок железнодорожных перевозок (2021 – 2030 гг.)
 Источник: Агентство по защите и развитию конкуренции РК

Одной из компаний обладающие доминирующими правами на рынке телекоммуникации является компания – "Казахтелеком". С целью уменьшение влияние на рынок компании "Казахтелеком", в 2020 году были предприняты действия продажи (в недавнем прошлом госкомпания выкупает оставшиеся (50,5%) доли компании "Tele2"). После переговоров с Нацбанком было решено, что ЕНПФ покупает 10% акций "Казахтелекома".

После продажи компания перестала быть квазигосударственной, но государства сохранила стратегический контроль над ней, но уже как акционер.

В целом, сейчас процесс приватизации идет бурным темпом. Конечной же целью является довести до конца приватизацию объектов.

Антимонопольное законодательство в РК.

С целью регулирования рынка, и для устранения недобросовестной конкуренции в Казахстане принимаются активные действия.

В 2018 году Антимонопольный комитет (КРЕМЗКиПП), за период январь-июнь оштрафовал 325 компаний, на сумму 628,2 млн. тенге в 2019 году антимонопольные службы провели 60 расследований, из них было выявлено 37 случаев сговора на государственных закупках медицинского оборудования, транспортных средств, оргтехники и прочего. Сумма штрафных санкции против компании составило около 1,2 млрд тенге. Из-за сговора, было выявлено, что ущерб получили: министерства энергетики, финансов, обороны, сельского хозяйства, национальной экономики, цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности, агентство по делам госслужбы и противодействию коррупции, Генеральная прокуратура и другие организации. После таких случаев, было принято решения расширить полномочия антимонопольных служб.

В сентябре 2021 года в ходе анализа «Агентство по защите и развитию конкуренции» обнаружило, что 15 застройщиков пользовались антиконкурентными соглашениями с целью установления и поддержания высоких цен. Чтобы пресечь такие компании, «Агентство по защите и развитию конкуренции» направило в их адрес уведомления о снижении цен.

В результате цены у этих компаний снизились в среднем на 9 %. (Рис. 3) [4].



Рисунок 3 – Сокращение цен в некоторых городах

Источник: Агентство по защите и развитию конкуренции РК

Предложения по улучшению конкуренции и урегулированию монополии:

Казахстанская экономика в последние годы начала меняться кардинально, я считаю, что, на достигнутом нельзя останавливаться. Приватизация, проводимая государством, положительно сказывается на экономике, в ближайшие годы надо довести эти цифры до минимальных.

Считаю, что нужно, уменьшить роль государство в предпринимательстве, сократить роль государственных компаний на рынке.

Надо исключать посредников, из-за множественных посредников, цена некоторых товаров на рынке является несколько завышенной.

Совершенствование антимонопольных служб необходимо для адекватной конкуренции. Ограничить объем выделяемых средств на госзадания. В 2018 году, государство выделяло 171 млрд, а к 2020 году эта сумма увеличилась до 378 млрд тенге. Государство, по моему мнению, должно уменьшить финансирование, и потратить сэкономленные средства в другие отрасли в экономике.

В заключении необходимо сказать, что монополия, свойственно рынку. Ведь в рыночной модели экономики, все равно появится фирма, которая будет занимать доминирующее положение на рынке. Чтобы ослабить монополистов, государство должно вводить антимонопольные законодательства, без этого компании, просто уничтожат такое понятие как рынок и конкуренция.

Список литературы

1. <https://informburo.kz/novosti/privatizaciya-v-kazahstane-35-gosobektov-prodany-na-aukcionah-s-nachala-goda.html>.
2. <https://lsm.kz/kriticheskij-uroven-monopolizacii-kak-kazahstan-budet-s-etim-borot-sya>.
3. <https://lsm.kz/skol-ko-shtrafov-sobrali-antimonopol-shiki-s-nachala-2018-goda>.
4. <https://lsm.kz/zastrojshiki-v-kazahstane-snizili-ceny-na-zhil-e>

Веревкин Станислав Витальевич,
начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы
(Алтайский республиканский УФАС России, г. Барнаул)

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИ КВАЛИФИКАЦИИ ПРАВОНАРУШЕНИЯ ПО ЧАСТИ 2 СТАТЬИ 9.21 КОАП РФ

Контроль за соблюдением законодательства об электроэнергетике в Российской Федерации является одним из приоритетных направлений деятельности антимонопольного органа. Это связано со значительным количеством поступающих жалоб потребителей на действия электросетевых компаний и значительным количеством рассматриваемых административных дел.

Важность регулирования правоотношений в сфере электроэнергетики обуславливается необходимостью в обеспечении недискриминационного, бесперебойного и надежного функционирования электроэнергетики в целях удовлетворения спроса на электрическую энергию всех потребителей. От добросовестного соблюдения законодательства, регламентирующего осуществление технологического присоединения, а также надежности электроснабжения зависят такие важные аспекты как выход на рынок производственных предприятий, обеспечение граждан современными и комфортными условиями проживания. Развитие инфраструктуры занимает важную роль в развитии экономики Российской Федерации.

В соответствии со статьей 26 Федерального закона от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, осуществляется в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, и носит однократный характер.

Правила технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям, утвержденные постановлением Правительства РФ от 27.12.2004г. №861 (далее – Правила № 861), определяют порядок и процедуру технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, существенные условия договора об осуществлении технологического присоединения к электрическим сетям, а также требования к выдаче технических условий.

В соответствии с частью 1 статьи 4 Федерального закона от 17.08.1995 №147-ФЗ «О естественных монополиях» услуги по передаче электрической энергии отнесены к сфере деятельности субъектов естественных монополий.

Частью 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) установлен за-

прет на действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей.

Ответственность за нарушение ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции предусмотрена статьей 14.31 КоАП РФ.

Вместе с тем, в соответствии с разъяснениями № 7 Президиума ФАС России, утвержденными протоколом Президиума ФАС России от 30.11.2016г. № 15, статья 9.21 КоАП РФ имеет специальный характер, если действия привлекаемого к ответственности лица отвечают признакам диспозиции статьи 9.21 КоАП РФ, то дело об административном правонарушении надлежит возбуждать и рассматривать по статье 9.21 КоАП РФ, а не по статье 14.31 КоАП РФ.

В связи с чем, нарушение указанных правил образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 9.21 КоАП РФ - нарушение субъектом естественной монополии правил (порядка обеспечения) недискриминационного доступа или установленного порядка подключения (технологического присоединения) к электрическим сетям - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до сорока тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Повторное совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 указанной статьи Кодекса, влечёт административную ответственность в соответствии с частью 2 статьи 9.21 КоАП РФ.

Нормы статьи 9.21 КоАП РФ являются специальными, регулируют ответственность за совершение правонарушения субъектом естественной монополии, правовое положение которого обуславливает повышенный контроль за его хозяйственной деятельностью со стороны государства и специальные меры государственного понуждения к исполнению своих обязанностей, в том числе посредством привлечения к административной ответственности.

Зачастую позиция сетевых организаций сводится к тому, что нарушение указанных выше правил не может быть квалифицировано антимонопольным органом по части 2 статьи 9.21 КоАП РФ, если ранее компания не была привлечена по части 1 названной статьи, ввиду отсутствия квалифицирующего признака объективной стороны вменяемого административного правонарушения, а именно повторного совершения однородного правонарушения, поскольку для квалификации правонарушения по части 2 указанной статьи лицо должно быть ранее привлечено к административной ответственности за однородное (а не за аналогичное) правонарушение, с соблюдением требований пункта 2 части 1 статьи 4.3 и статьи 4.6 КоАП РФ.

Статьей 4.3 КоАП РФ к обстоятельствам, отягчающим административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со статьей 4.6 настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения (часть 1).

Обстоятельства, предусмотренные частью 1 данной статьи, не могут учитываться как отягчающие в случае, если указанные обстоятельства предусмотрены в качестве квалифицирующего признака административного правонарушения соответствующими нормами об административной ответственности за совершение административного правонарушения (часть 2 статьи 4.3 КоАП РФ).

Из статьи 4.6 КоАП РФ следует, что лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Как следует из правовой позиции Пленума Верховного Суда Российской Федерации, изложенной в пунктах 16, 17 постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», однородным считается правонарушение, имеющее единый родовый объект посягательства, независимо от того, установлена ли административная ответственность за совершенные правонарушения в одной или нескольких статьях КоАП РФ; под аналогичным правонарушением следует понимать совершение такого же правонарушения.

Из пункта 19.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что при применении пункта 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ.

Таким образом, неоднократное совершение правонарушений по одной и той же части, и статье КоАП РФ может свидетельствовать о совершении не только аналогичных, но и однородных правонарушений, поскольку деяния правонарушителя в данном случае направлены на единый родовый объект посягательства, в связи с чем соответствующие доводы общества подлежат отклонению.

При этом обстоятельство повторности предусмотрено в качестве квалифицирующего признака административного правонарушения, установленного частью 2 статьи 9.21 КоАП РФ, в связи с чем повторное

совершение такого же правонарушения в силу части 2 статьи 4.3 Кодекса не может рассматриваться в качестве отягчающего административную ответственность обстоятельства.

Учитывая также диспозиции частей 1 и 2 статьи 9.21 КоАП РФ, частью 2 названной статьи предусмотрена административная ответственность за повторное совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 9.21 КоАП РФ, т.е. фактически, лицо, привлеченное к административной ответственности по части 2 статьи 9.21 КоАП РФ, совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 указанной статьи с квалифицирующим признаком части 2 статьи 9.21 КоАП РФ, а именно – повторно.

В связи с чем, повторность в данном случае вытекает из нарушения соответствующих правил, ответственность за нарушение которых предусмотрено статьей 9.21 КоАП РФ.

Таким образом, устанавливая, что лицо, которым нарушены Правила № 861 считается подвергнутым административному наказанию по части 2 статьи 9.21 КоАП РФ за совершение однородного правонарушения и вновь совершило указанное правонарушение, административному органу необходимо квалифицировать его как повторное и применять наказание в пределах санкции, установленной частью 2 статьи 9.21 КоАП РФ.

Данный подход подтверждается, в том числе судебной практикой Хакасского УФАС России (в том числе по делам № А74-351/2020, № А74-13029/2019).

Иное применение названных выше норм, как указывают суды, не отвечает установленным частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ целям административного наказания, в частности предупреждению совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами, что способствует добросовестному соблюдению сетевыми организациями законодательства Российской Федерации, в том числе в сфере электроэнергетики и, как следствие, развитию государства. ФАС России, и ее территориальные органы вносят большей вклад в данном направлении.

Список литературы

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 № 861 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям» (опубликовано:

«Собрание законодательства РФ», 27.12.2004, № 52 (часть 2), ст. 5525, «Российская газета», № 7, 19.01.2005).

3. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (опубликовано: «Российская газета», № 162, 27.07.2006, «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3434, «Парламентская газета», № 126-127, 03.08.2006).

4. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» (опубликовано: «Собрание законодательства РФ», 21.08.1995, № 34, ст. 3426, «Российская газета», № 164, 24.08.1995).

5. Разъяснение № 7 Президиума ФАС России «Порядок применения закона о защите конкуренции с учетом правил технологического присоединения, правил недискриминационного доступа, правил подключения и законодательства о теплоснабжении» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 30.11.2016 № 15).

6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».

7. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях».

8. <https://kad.arbitr.ru/Card/8f8ab139-cad5-4f7a-ae1c-d26b76780932>.

9. <https://kad.arbitr.ru/Card/5075e042-e164-4e3e-bc48-6034b423b6bc>.

Верчагина Ирина Юрьевна, доцент, к.и.н.

Ельцова Елена Валерьевна, доцент, к.т.н.

Колечкина Ирина Павловна, доцент, к.э.н.

(Филиал КузГТУ в г. Белово)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Институциональный подход к формированию теоретической базы для изучения и анализа мировых отраслевых рынков как самостоятельной области знаний обозначился сравнительно недавно. Собственно, экономика отраслевых рынков в широком смысле, имеет практический интерес на данном этапе развития экономической теории как науки и представляет собой перспективный и быстро развивающийся ее раздел. Надо сказать о том, что одними из первых попыток применения некоего методологического инструментария с целью изучения рыночных секторов, были еще исследования конца 19 начала 20 века. В этот период происходит зарождение первых регулирующих органов и становление первоначального антитрестовского законодательства в ведущих мировых державах. Особое внимание и прикладное значение вопросы изучения структуры и анализа функционирования отрас-

левых рынков получили в период 30-40 гг. 20 века. И этот интерес неслучаен, если вспомнить о макроэкономической ситуации в мировой экономике в тот период. Американская экономика испытывала мощнейший кризис, вошедший в историю как Великая депрессия. Ее отголоски ощущались и в Европе, так что можно говорить об одном из первых глобальных кризисах мирового хозяйства. Закономерен, в связи с этим, факт того, что последствия депрессии рассматривались на тот момент через призму рыночной конкуренции и ее действительной роли в происходящих событиях. Для ученых же того времени данная ситуация дала возможность теоретически обосновать движущую роль конкуренции на рынках различных уровней. Но, все же, объективно считается, что по-настоящему последовательно и логично как направление экономической науки теория отраслевых рынков развивается с конца 70-х годов прошлого столетия. В мировом хозяйстве этот период ознаменован отказом от непосредственного прямого ручного регулирования национальных экономик в пользу последовательной и жесткой антимонопольной политики, развитием международной торговли.

Взгляд западных исследователей на само понятие и сущность отраслевых рынков, а также на предмет для научного теоретического изучения заметно отличается от наших отечественных ученых. Но ни те, ни другие до сих пор не сформулировали единое окончательное определение отраслевых рынков. С одной стороны, данное явление в экономической науке можно рассматривать как отдельный вектор развития аналитического аппарата, предоставляющего инструментарий для диагностики состояния многочисленных многоуровневых отраслевых рынков, а также для оценки рациональности внутренней организационной структуры каждого из них. В этой связи можно говорить и об отдельной ветви развития теории экономического анализа, которая накопила и систематизировала к настоящему времени и располагает для этого определенными специфическими методами анализа.

Обратная сторона предмета изучения, это мониторинг и описание реальных процессов функционирования сырьевых и товарных рынков, отраслевых секторов и системообразующих предприятий, рыночных структур, которые они формируют, а также трактовка тенденций и закономерностей развития реального сектора мировой экономики. Понятия отрасли и отраслевого рынка базируются на технико-технологической и экономической основах и тесно взаимосвязаны через поставляемые для обмена товары и услуги. Четкие размеры конкретного рынка можно обозначить, на наш взгляд, только сформулировав цель и методику исследования. Например, если угледобычу любым способом рассматривать как элемент программы энергетической безопасности государства, то имеет смысл говорить о масштабном рынке электроэнергетики, который будет включать и нефтедобычу, и разработку газовых месторождений, и получение электроэнергии из нетрадиционных источников. Когда же речь идет об интегративных свойствах крупной холдинговой структуры предприятий полного цикла, то говорят о региональных производителях. Таким образом, идентификация отраслевого рынка зависит от

определения его периметра. Товарный отраслевой рынок подразумевает наличие отдельного товара или услуги и их заменителей. Глубина субституции в экономической теории характеризуется перекрестной ценовой эластичностью спроса. Когда она опускается ниже установленного порога – можно говорить о границе данного товарного рынка. Меняя показатель эластичности, получают данные о товарном размере одного и того же рынка. Период использования продаваемого товара дадут представление о временных границах изучаемого рынка.

Характерной чертой и основной отличительной особенностью современного механизма отраслевых рынков в условиях глобализации мировой экономики, на наш взгляд, является то, что работа в области теоретического изучения различных аспектов тех или иных структурных изменений на товарных и сырьевых рынках не может рассматриваться с позиций применения к ним существующей модели совершенной конкуренции. Соответственно, анализируя особенности структурных преобразований, изменений и процессов, протекающих в какой-либо отрасли экономики на микроуровне, необходимо связывать данные изменения с государственным регулированием деятельности монополий, в том числе естественных, а также промышленной, технологической, инновационной политикой и стимулированием здоровой конкуренции среди производителей. Таким образом, говоря о теоретической основе изучения, собственно, структуры самих отраслевых рынков вообще, а также экономики сырьевых и товарных рынков в частности, нужно иметь в виду следующее: в сферу научного изучения входят проблемы теории организации и организационное поведение, ценовая и неценовая конкурентная стратегия как элементы модели несовершенной конкуренции, роль государства в антимонопольном регулировании рынка и поощрении конкурентоспособности отраслеобразующих предприятий.

Мировой финансовый кризис 2008 года еще раз доказал, что рыночный механизм с его регуляторами «спрос-предложение» даже в высокоразвитых постиндустриальных странах не способен самостоятельно восстановить процессы воспроизводства без государственного вмешательства. Излишний либерализм и надежда на то, что рынок сам себя приведет в состояние равновесия, автоматически включая рыночные регулятивы когда нужно, может привести к социальным и экономическим потерям необратимого характера. Если же говорить об отраслевых рынках, то критическая ситуация может возникать в секторах экономики с высокой долей импорта, например, таких как рынок электроники, транспортных средств, потребительских товаров и т.п. Поэтому государственная отраслевая политика должна быть направлена, кроме этого, на повышение эффективности функционирования действующих производственных предприятий и организаций, а также на обеспечение населения страны необходимыми экономическими благами.

Процессы производства и распределения неразрывно связаны между собой и рассматриваются в совокупности с точки зрения регулирования государством, объединяя понятия отрасли и отраслевого рынка. Структура от-

расли определяется преобладающей технологией и спросом на выпускаемую продукцию. Ситуация, когда снижение средних затрат и увеличение выпуска продукции определено технологическими условиями, характерна для отрасли, в которой осуществляет хозяйственную деятельность одно крупное предприятие, максимизируя прибыль на принципах монопольного ценообразования. Рыночный механизм, в этом случае, отреагирует таким образом – равновесная цена будет настолько высокой, насколько неэластичным станет спрос на этом отраслевом рынке.

Изучение теоретических основ и анализ практикоориентированных исследований сырьевых и товарных рынков нашей страны и зарубежья позволяет сделать вывод о том, что в данный момент накоплен достаточный методологический аппарат для их изучения в рамках системного, товарного, пространственного, динамического и междисциплинарного подходов.

Отличительной особенностью российского подхода к анализу конкурентной ситуации на отраслевых рынках в настоящее время, к сожалению, является бессистемность наблюдений за их структурными и иными изменениями. Соответственно, принципы динамического подхода в анализе нарушаются. Также нужно подчеркнуть и то, что специфика российской системы наблюдения за состоянием и функционированием отраслевых рынков состоит в решении широкого круга задач органами государственного управления при узких возможностях получения реальной и своевременной информации о состоянии рынков. Процессы создания методологических основ рыночной концентрации, отраслевых барьеров, неразвитой инфраструктуры сырьевых и товарных рынков имеют выборочный и несистемный характер. Эта ситуация не позволяет, на наш взгляд, принимать государственным структурам взвешанные управленческие решения при формировании промышленной и конкурентной политики. В этой связи представляется актуальной работа в направлении создания системы фундаментальных исследований в области системного подхода к изучению региональных отраслевых рынков и мониторинга протекающих на них процессов на государственном уровне. Для этого необходимо разработать целостную государственную программу системного анализа всех отраслевых рынков, результаты от реализации которой, станут основой элементов эффективного государственного регулирования отраслевых сырьевых и товарных рынков. Ведущую роль в этом процессе, на наш взгляд, должна сыграть федеральная антимонопольная служба.

Список литературы

1. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / Е.Б. Колбачев [и др.]; под ред. Е.Б. Колбачева, И.С. Штаповой. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 269 с.
2. Авдашева С.Б. Теория организации отраслевых рынков / С.Б. Авдашева, Н.Б. Розанова. – М.: Магистр, 1998.
3. Теория отраслевых рынков: учеб. пособие для бакалавров / Н. М. Розанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 795 с. – Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

Верчагина Ирина Юрьевна, к.и.н., Ельцова Елена Валерьевна, к.т.н.,
Колечкина Ирина Павловна, к.э.н.
(КузГТУ, филиал в г. Белово)

УГЛЕРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Формирование экономического и промышленного потенциала наиболее развитых стран Западной Европы и США пришлось на XIX – первую половину XX века, то есть на период практически полного отсутствия как международного, так и национального экологического законодательства. В этот период основными факторами конкурентоспособности национальных экономик были: ценовая политика, транспортные преимущества, иные традиционные для экономического анализа факторы. Конкурентная борьба в Европе и колониальном мире во второй половине XIX века сопровождалась таможенными войнами и иными протекционистскими мерами, которые в конечном итоге привели мир к Первой мировой войне. В течение XX века происходили процессы развития промышленности, углублялось мировое разделение труда, усиливалось воздействие на окружающую среду. В XXI веке в условиях глобализации международной экономики дополнительным фактором, усложняющим ситуацию на отраслевых рынках, становятся экологические законодательные ограничения, в частности механизм трансграничного углеродного регулирования.

Для Кемеровской области, в структуре валового регионального продукта которой преобладают секторы экономики с высоким углеродным следом, такие как добыча полезных ископаемых и обрабатывающие производства (291.425,9 и 154.642,4 млн. руб. соответственно [1] в структуре ВРП за 2019 г.), изменения международного экологического законодательства становятся фактором риска для устойчивости и конкурентоспособности региональной экономики. Согласно данным Сибирского таможенного управления за 2020 г., лидерами по экспорту кузбасского угля стали: Республика Корея (11 983 795,1 тонны), Япония (9 025 349,1 тонны), Турция (8 564 654,4 тонны), Китай (7 166 656,6 тонны), Германия (6 284 744,8 тонны), Нидерланды (6 329 153,7 тонны) и Марокко (4 774 083,9 тонны) [2]. Из семи стран, представленных в списке, шесть – кроме Турции – являются участниками соглашения по достижению углеродной нейтральности [3]. Это свидетельствует о том, что стратегические партнеры Кузбасса в сфере экспорта угля все более и более последовательно будут вводить законодательные ограничения на поставку продукции с высокой углеродной составляющей. И прежде всего это относится к странам, входящим в Евросоюз.

Регулярная оценка выбросов углерода по странам осуществляется несколькими международными лабораториями и центрами, в том числе Carbon Market Watch – международной неправительственной организацией, занима-

ющейся проблемами ценообразования на выбросы углерода. Мы проанализировали и обобщили данные, представленные на сайте Всемирного банка [4] относительно России и нескольких других государств. Данные по выбросам представлены за период за 28 лет с 1990 по 2018 гг. Выборка стран определялась по уровню ВВП за 2019 г., т.е. до начала пандемии COVID-19. Так как объем статьи не позволяет проанализировать большой перечень показателей, то в качестве оценочного критерия использован только один показатель – выбросы CO₂ (в тыс.т.).

Таблица – Сравнительная характеристика выбросов CO₂ некоторых стран

| Выбросы CO ₂ (тыс. т): | Китай | США | Индия | Япония | Германия | Россия |
|-----------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| 1990 г. | 2 173 360 | 4 844 990 | 562 480 | 1 092 560 | 955 310 | 2 164 870 |
| 2018 г. | 10 313 460 | 4 981 300 | 2 434 520 | 1 106 150 | 709 540 | 1 607 550 |
| Изменение, раз | 4,75 | 1,03 | 4,33 | 1,01 | 0,74 | 0,74 |

Представленные данные свидетельствуют о том, что за последние тридцать лет среди государств, лидирующих по уровню ВВП, динамика выбросов CO₂ имеет существенные расхождения. Практически не изменились объемы выбросов у таких стран как США и Япония, несколько снизились – хотя и по разным причинам – выбросы у России и Германии при значительном и даже критическом росте выбросов CO₂ в Индии и Китае. В связи с тем, что такой показатель как выбросы CO₂ становится фактором, влияющим на конкурентоспособность национальных экономик, он требует к себе особого внимания.

Исходя из того, что оценка долгосрочной перспективы конкурентоспособности кузбасской региональной экономики невозможна без учета изменений в международном климатическом праве, значительный интерес представляет, как опыт международного, так, прежде всего, национального регулирования данных общественных отношений. На данный момент только шесть стран приняли законы о достижении углеродно-нейтрального баланса. В их число входят Дания, Швеция, Франция, Венгрия, Новая Зеландия и Великобритания. Еще в пяти странах, включая Канаду, Южную Корею, а также ЕС, аналогичное законодательство находится в стадии разработки. 24 страны установили свои климатические цели в качестве официальной политики. В их число входят Бразилия, Китай, Германия и США [3], одни из крупнейших в мире источников выбросов. Россия также находится в этом списке.

В этой связи наибольший интерес представляет анализ нормативно-правовых актов, формирующих контуры будущего законодательного регулирования в данной сфере. Применительно к России это проект «Стратегии долгосрочного развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года», подготовленный Правительством РФ в 2020 г., а также Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов». В масштабах международного права это, преж-

де всего, проект Европейского союза по поэтапному введению первого в мире пограничного налога на выбросы углерода при импорте углеродоемкой продукции (FIT FOR 55).

Проект ЕС, озвученный 14 июля 2021 г., предлагает достижение климатической нейтральности в ЕС к 2050 году, включая промежуточную цель – чистое сокращение выбросов парниковых газов не менее 55% к 2030 году. Проект предлагает пересмотреть несколько частей климатического законодательства ЕС, в том числе ETS ЕС, Регламент о распределении усилий, законодательство о транспорте и землепользовании и ряд других. Согласно предложениям Европейской комиссии, переходный этап с 2023 по 2025 год потребует от импортеров, в том числе импортирующих электроэнергию, контролировать свои выбросы и сообщать о них. Импортеры будут обязаны покупать цифровые сертификаты, отражающие количество выбросов углекислого газа, содержащихся в импортируемых ими товарах [5]. Цена сертификатов будет основана на средней цене разрешений, продаваемых каждую неделю на углеродном рынке ЕС.

Ведущие консалтинговые группы проанализировали потенциальные потери российской экономики от введения трансграничного углеродного регулирования. Так, группа KPMG [6] представила несколько сценариев развития событий. Пессимистичный сценарий предполагает потери российских отраслей (в том числе угольной) в 47 млрд. евро за 2022- 2030 годы (при распространении регулирования на прямые и косвенные выбросы CO₂ с 2022 года). Базовый сценарий определяет потери в 33 млрд. евро за 2025-2030 годы (при распространении регулирования только на прямые выбросы CO₂ с 2025 года). Оптимистичный сценарий – потери в 6 млрд. евро за 2028-2030 годы (плата взимается с разницы между фактическими выбросами CO₂ при производстве и эталонным объемом ЕС).

В России нормативно-правовая база, регулирующая декарбонизацию национальной экономики, находится в стадии формирования. Так, в июле 2021 г. был принят Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов», который вступает в силу с 30.12.2021 г. На этапе рассмотрения и утверждения находятся еще несколько ключевых нормативных актов. Наибольший интерес представляют такие правовые категории как углеродные единицы, реестр углеродных единиц, зачет углеродных единиц и др. В частности, законодатель определяет углеродную единицу как «верифицированный результат реализации климатического проекта, выраженный в массе парниковых газов, эквивалентной 1 тонне углекислого газа» и закладывает правовые основы механизма обращения углеродных единиц, то есть совокупность операций, проводимых при передаче углеродных единиц. Таким образом, в России вслед за многими другими странами, идущими по пути климатической нейтральности, вводятся принципиально новые правовые понятия и категории, которые неизбежно повлекут за собой изменения в экономической и социальной сферах, а так же порождают новые конкурентные преимущества и риски.

Подводя итоги проведенного анализа, можно предположить, что российская экономика неизбежно столкнется с законодательными барьерами при вхождении на мировые рынки. Это потребует от углеродоемких отраслей производства, в том числе добывающего и обрабатывающего секторов производства в Кемеровской области-Кузбассе существенного изменения сценариев развития.

Список литературы

1. Валовой региональный продукт по Кемеровской области - Кузбассу. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области – Кузбассу. – Режим доступа: <https://kemerovostat.gks.ru/folder/38633/>. – [25.09.2021].
2. Внешняя торговля субъектов РФ СФО. [Электронный ресурс] // Сибирское таможенное управление. – Режим доступа: <https://stu.customs.gov.ru/statistic>. – [25.09.2021].
3. Omri Wallach. Race to Net Zero: Carbon Neutral Goals by Country. [Электронный ресурс] // visualcapitalist – 2021. – June 8. – Режим доступа: <https://www..com/race-to-net-zero-carbon-neutral-goals-by-country/> – [20.09.2021].
4. The World Bank. Официальный сайт. [Электронный ресурс] // The World Bank. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.KT?end=2018&locations=R U&start=1990&view=chart>. – [25.09.2021].
5. Kate Abnett and Susanna Twidale. EU proposes world's first carbon border tax for some imports [Электронный ресурс] // Новостное агентство Reuters – 2021. – July 14. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/business/sustainable-business/eu-proposes-worlds-first-carbon-border-tax-some-imports-2021-07-14/> – [20.09.2021].
6. Трансграничное углеродное регулирование: вызовы и возможности [Электронный ресурс] // Энергетический бюллетень. – 2021. – июль. - №98. - Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/energo/2021/%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%8C_%E2%84%96_98.pdf – [20.09.2021].

Вислобокова Елена Михайловна, заместитель начальника отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов
Мазаева Светлана Владимировна, заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов
(Тамбовское УФАС России, г. Тамбов)

НЕКОРРЕКТНОЕ СРАВНЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В статье исследуются вопросы квалификации действий банковской организации по некорректному сравнению своих услуг с услугами банка - конкурента как форма недобросовестной конкуренции на примере практики Тамбовского УФАС России.

Рыночные отношения характеризуются постоянным столкновением экономических интересов субъектов предпринимательской деятельности. В реалиях современной жизни важно, чтобы соперничество не переросло в недобросовестную конкуренцию.

Что такое недобросовестная конкуренция? Недобросовестная конкуренция предполагает создание хозяйствующим субъектом, ведущим предпринимательскую деятельность, необоснованных преимуществ путем недобросовестного воздействия, проявляющегося при продвижении на товарный рынок своего товара, работ или услуг в ущерб товарам, работам или услугам конкурентов, недобросовестном воздействии на потребителей и т.д.

В антимонопольном законодательстве она определена как любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Следует особо отметить, что в мировой практике некорректное сравнение не выделяется в отдельный вид или форму недобросовестной конкуренции. Как правило, оно поглощено такой формой недобросовестной конкуренции, как дискредитация конкурентов. Поэтому неудивительно, что данная форма недобросовестной конкуренции не упоминается в статье 10.bis Парижской конвенции от 20 марта 1883 года [1].

В доктрине некорректное сравнение понимается в качестве косвенной дискредитации. Признаком данной формы недобросовестной конкуренции является приобретение конкурентных преимуществ путем некорректного сравнения своих товаров (работ или услуг) с товарами других хозяйствующих субъектов, что влечет ложное представление о превосходстве товаров недобросовестного хозяйствующего субъекта над конкурентами, в связи с чем происходит дискредитация конкурентов в глазах потребителей.

Некорректное сравнение, предусмотренное ст. 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [2], - традиционная для российского конкурентного права форма недобросовестной конкуренции.

Так, не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

1) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

2) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

3) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Первый вид некорректного сравнения имеет отношение к неограниченному кругу хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

Второй вид распространяется на некорректное сравнение с конкретным хозяйствующим субъектом - конкурентом (товаром).

Некорректное сравнение, так же, как и любое иное, может быть двух видов: негативное и позитивное. При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится принизить товары конкурента, превознося свои. Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее.

Третий вид некорректного сравнения предполагает, что сравнение должно быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута [3].

Наиболее часто некорректное сравнение, дискредитирующее конкурентов, проявляется в сравнительной рекламе между их товарами или услугами с использованием слов, дискредитирующих конкурентов, которые предлагают аналогичную продукцию или услуги.

В Тамбовское УФАС России в 2021 году обратился ПАО Сбербанк с жалобой на своего конкурента – Банк ВТБ (ПАО).

Сбербанк указал, что от его клиентов и партнеров поступают сведения о получении ими рекламных материалов, в которых распространяется ин-

формация, не соответствующая действительности, и которая может привести к репутационным рискам Сбербанка.

Сбербанк является конкурентом Банка ВТБ на рынке банковских услуг и предлагает к продаже на территории Тамбовского региона банковские услуги, аналогичные услугам Банка ВТБ. В том числе: зарплатные проекты, ипотечное кредитование, потребительские и иные виды кредитов, рефинансирование, выпуск кредитных и дебетовых карт, а также прочие виды банковских услуг.

В частности, Сбербанк представил в антимонопольный орган рекламный проспект «Сравнительная характеристика (основана на экспертных данных и данных открытых источников)», в котором в виде таблицы были указаны сравнительные характеристики условий банковских услуг, предлагаемых к продаже обоими банками.

Так, в указанном рекламном проспекте содержались сравнения между банковскими услугами Сбербанка и ВТБ в виде указания определенных символов и знаков напротив каждой услуги, предлагаемой обоими банками: «зеленая галочка» - условия лучше, «знак равно» - условия равны, «красный восклицательный знак» - условия хуже.

Практически по всем банковским услугам Банк ВТБ позиционировал свои условия как «лучшие» по сравнению с условиями Сбербанка, чем дискредитировал своего конкурента в глазах его партнеров и клиентов.

В результате антимонопольного расследования Банк ВТБ не предоставил документальные доказательства, подтверждающие, что его услуги лучше, напротив, как было установлено, по некоторым услугам условия были лучше у Сбербанка.

На распространяемых рекламных материалах были размещены контактные данные Банка ВТБ и его сотрудников. Банк ВТБ не отрицал, что является автором данных рекламных материалов и пояснил, что данная сравнительная информация об услугах обоих банков была вручена ограниченному кругу лиц, с которыми велись переговоры по сотрудничеству в рамках зарплатного проекта.

Тамбовское УФАС России выяснило, что дискредитирующие Сбербанк рекламные проспекты были переданы руководству двух территориальных управлений органов исполнительной власти и одной крупной торговой сети, имеющей магазины на территории Тамбовской области.

Подобное поведение Банка ВТБ было расценено Тамбовским УФАС России как акт недобросовестной конкуренции. В связи с чем, Банк ВТБ получил предупреждение о необходимости прекращения признаков нарушения антимонопольного законодательства путем отзыва направленных в адрес потребителей банковских услуг рекламных материалов с некорректным сравнением условий и параметров продажи банковских услуг Банка ВТБ и Сбербанка.

Недобросовестная конкуренция на рынке банковских услуг в данном случае выразилась в распространении некорректной сравнительной

информации об условиях и параметрах продажи банковских услуг Банка ВТБ и Сбербанка, в которой условия Банка ВТБ названы более привлекательными «лучшими» для потребителей банковских услуг, чем условия Сбербанка, что не соответствует действительности и может причинить убытки хозяйствующему субъекту-конкуренту.

Во исполнение предупреждения Банк ВТБ предпринял все меры для устранения допущенного нарушения, в том числе, осуществил индивидуальное информирование тех клиентов, которым данная информация была вручена.

Некорректное сравнение, так же, как и любое иное, может быть как негативное, что и было выявлено в действиях Банка ВТБ, так и позитивное.

При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится дать отрицательную оценку товарам (услугам) конкурента, превознося свои, за счет дискредитации конкурента.

Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее в собственных целях. Позитивное сравнение осуществляется в виде хвалебной оценки товара, производимого иным хозяйствующим субъектом с одновременным утверждением, что товар или деятельность хозяйствующего субъекта, проводящего сравнение, не уступает по характеристикам товару или деятельности конкурента.

Таким образом, хозяйствующий субъект проводит некорректное сравнение путем репутационного заимствования, которое заключается в переносе репутации конкурента на собственный товар.

Список литературы

1. Конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. (пересмотрена в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Лиссабоне 31 октября 1958 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г. и изменена 2 октября 1979 г.) // СПС «КонсультантПлюс», 2021.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СПС «КонсультантПлюс», 2021.
3. Письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении «четвертого антимонопольного пакета» // СПС «КонсультантПлюс», 2021.

Воложанинова Юлия Владимировна, начальник отдела
Пак Леонид Львович, руководитель
(Самарский УФАС России, г. Самара)

ИНСТИТУТ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ПРИ ОБЖАЛОВАНИИ НЕНОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО АКТА АНТИМОНОПОЛЬНОГО ОРГАНА

Процедура доказывания в арбитражном судопроизводстве при обжаловании ненормативных правовых актов антимонопольного органа имеет свои аспекты.

Специфика такого процессуального института объясняется его своеобразием и теми задачами, которые они призваны решить.

Законодательством не предусмотрено закрытого перечня доказательств, вместе с тем, следуя дефиниции статьи 68 АПК РФ отдельные обстоятельства могут подтверждаться только определенными доказательствами.

Нормы АПК РФ предписывают полномочия по оценке доказательств только суду как органу отправления правосудия.

Круг конкретных доказательств определяет судья по каждому делу исходя из характера рассматриваемых спорных правоотношений и законодательства, их регулирующего.

В данной статье разберем институт доказательств на примере дел Самарского УФАС России по обжалованию постановлений о привлечении к административной ответственности субъектов естественных монополий по делам об административных нарушениях.

Одним из интересных примеров, заслуживающих внимание, является рассмотренное арбитражным судом дело о нарушении сетевой организацией порядка заключения договора технологического присоединения энергопринимающих устройств, предусмотренного отдельными пунктами главы II Правил технологического присоединения [1].

Естественная монополия пыталась убедить антимонопольный орган и судей, что у нее отсутствовало основание для направления и подписания договора об осуществлении технологического присоединения энергопринимающих устройств с заявителем, поскольку считала объект обращающегося лица уже присоединенным [2].

Компания настаивала на существующем технологическом присоединении, считая возможным доказывать данный факт показаниями свидетеля, фактическим наличием кабельных линий, государственной регистрацией объекта недвижимости. Осуществляя защиту в суде, сетевая организация заявляла ходатайство о проведении выездного комиссионного обследования объектов в составе представителей антимонопольного органа и Ростехнадзора, а также ходатайство об истребовании у Управления Росреестра по Самарской области о произведенных регистрационных действиях в отношении

объекта и об истребовании документов, подтверждающих введение объекта в эксплуатацию.

В предмет доказывания по делам о привлечении к административной ответственности входит наличие события административного правонарушения.

Статья 26.2 КоАП РФ дает расширенное определение доказательствам по делу об административном правонарушении - любые фактические данные, на основании которых судья устанавливает наличие или отсутствие события административного правонарушения, виновность лица, привлекаемого к административной ответственности, а также иные обстоятельства, имеющие значение для правильного разрешения дела.

Определение доказательства в целях правосудия в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, осуществляемого арбитражными судами, в статье 64 АПК РФ раскрыто как полученные в предусмотренном кодексом и другими федеральными законами порядке сведения о фактах, на основании которых арбитражный суд устанавливает наличие или отсутствие обстоятельств, обосновывающих требования и возражения лиц, участвующих в деле, а также иные обстоятельства, имеющие значение для правильного рассмотрения дела. В качестве доказательств допускаются письменные и вещественные доказательства, объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, консультации специалистов, показания свидетелей, аудио- и видеозаписи, иные документы и материалы. В качестве доказательств допускаются объяснения лиц, участвующих в деле, и иных участников арбитражного процесса, полученные путем использования систем видеоконференцсвязи.

Нельзя не согласиться с тем, что как показывает судебная практика, показания свидетелей являются распространенным видом доказательств. Определению «свидетельских показаний» посвящена отдельная статья 88 АПК РФ, в главе 7 «Доказательства и доказывание». Свидетельские показания должны быть рассмотрены судом как любое иное доказательство, не имеющее заранее определенной силы, оценены так, как этого требует статья 71 АПК РФ.

Вместе с тем, можно говорить о том, что в отношении доказывания наличия технологического присоединения свидетельские показания в отсутствие иных подтверждающих документов применены быть не могут, несмотря на существование такого вида доказательства в Кодексе.

По крайней мере, именно по такому пути идет судебная практика в настоящее время.

Суд, оценив доводы сторон, рассмотрев заявленные ходатайства в рамках рассматриваемого дела отказал в удовлетворении требований о признании постановления незаконным и его отмене, придя к выводу, что осуществление фактического подключения кабельных линий не свидетельствует о надлежащем технологическом присоединении энергопринимающих устройств. Подтвердить технологическое присоединение можно документа-

ми, составляемыми в процессе присоединения, указанными в статье 26 Федерального закона от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике», а также в Правилах технологического присоединения.

Несмотря на множество видов доказательств, технологическое присоединение подтверждается перечисленными в пункте 2 Правил недискриминационного доступа [3] документами: техническими условиями, актом об осуществлении технологического присоединения, актом разграничения балансовой принадлежности электросетей, актом разграничения эксплуатационной ответственности сторон.

Интересным с точки зрения процесса в рассматриваемом деле являлся выбранный способ защиты представителями сетевой организации, который заключался в подаче ходатайств о проведении осмотров, об истребовании судом доказательств.

Следует отметить, что участники судебных процессов ограничены в своих правах получения доказательства.

Согласно части 1 статьи 78АПК РФ суд может провести осмотр и исследование письменных и вещественных доказательств по месту их нахождения в случае невозможности или затруднительности доставки в суд.

По смыслу указанной нормы, осмотр вещественных доказательств по месту их нахождения является правом суда, а не его обязанностью, и в рассматриваемом случае, исходя из конкретных обстоятельств, необходимость для проведения осмотра спорного участка, исходя из содержательно-правового смысла статьи 78АПК РФ, из материалов дела не установлена.

Рассмотрев ходатайства общества о проведении комиссионного осмотра и исследования объекта, принадлежащего потребителю, суды обоснованно отклонили их ввиду отсутствия процессуальных оснований, предусмотренных статьей 78АПК РФ.

Помимо документов о технологическом присоединении к доказательствам, подтверждающим факт ранее состоявшегося технологического присоединения, например, при состоявшемся ранее присоединении в составе СНТ, ДНТ, можно отнести документы по оплате потребленной электрической энергии.

Так, Самарским УФАС России был направлен отказ в возбуждении дела заявителю в отношении сетевой организации, который оспаривался в арбитражном суде. Судом были учтены пояснения Заявителя, что электроснабжение дачного дома осуществляется, вносится плата за электрическую энергию, установлен ранее прибор учета электроэнергии. Также судом обозревался оригинал членской книжки с отметками об оплате потребленной электроэнергии. Данные факты подтверждались вступившим в законную силу решением суда общей юрисдикции по гражданскому делу по иску Заявителя о возобновлении подачи электроэнергии на «садовый участок».

Абзацем 1 части 1 статьи 26 Федерального закона от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» определено, что технологическое присоединение

носит однократный характер. Суд признал отказ антимонопольного органа правомерным [4].

Исходя из вышеизложенного, процесс доказывания в суде достаточно сложен, но основу доказательств определяет регулирующие правоотношения законодательство.

Небезынтересным, но неоднозначным является участие в арбитражном процессе такого участника как специалист, который представляет доказательство в виде консультации специалиста.

Согласно статье 55.1 АПК РФ специалистом в арбитражном суде является лицо, обладающее необходимыми знаниями по соответствующей специальности, осуществляющее консультации по касающимся рассматриваемого дела вопросам.

В соответствии со статьей 87.1 АПК РФ специалисты привлекаются арбитражным судом в целях получения разъяснений, консультаций и выяснения профессионального мнения лиц, обладающих теоретическими и практическими познаниями по существу разрешаемого арбитражным судом спора. Специалист дает консультацию добросовестно и беспристрастно исходя из профессиональных знаний и внутреннего убеждения.

С одной стороны, специалист действительно может пояснить вопросы, в которых суд некомпетентен, с другой стороны актуальным является вопрос отсутствия заинтересованности и наличия компетентности при привлечении его участником процесса.

В рассмотренном с участием Управления судом деле [5] представитель естественной монополии заявил ходатайство о вызове кандидата технических наук по специальности «Электротехнические системы», заведующего кафедрой «Электрические станции» Самарского государственного технического университета в качестве специалиста для дачи консультации по вопросу является ли ТП, принадлежащая заявителю по административному делу энергопринимающим устройством. По мнению Компании, если ТП не является энергопринимающим устройством, соответственно, к ней не требуется допуск, а производство по административному делу подлежит прекращению, поскольку отсутствует событие административного правонарушения. При этом Заявитель указывал, что данное лицо обладает специальными познаниями в ответе на вопрос о буквальном толковании слов и выражений в Основных положениях [6].

Вместе с тем, выяснение вопроса о том, нарушен ли сетевой организацией пункт 177 Основных положений носит исключительно правовой характер, находится в компетенции суда, рассматривающего дело, и не может быть возложен на специалиста.

В аналогичной ситуации Верховный Суд Российской Федерации сделал вывод об отсутствии оснований для вызова лица, в качестве специалиста [7].

Несмотря на возражения антимонопольного органа, лицо было привлечено в качестве специалиста к участию, но в решении суд указал, что по-

казания специалиста никоим образом не опровергли позицию антимонопольного органа.

И последнее доказательство в судебных процессах, о котором хочется рассказать в данной статье, это сами акты антимонопольного органа, представляемые лицами в гражданских процессах.

В рамках административного производства нарушенное право заявителя не всегда восстанавливается, так как в деле не разрешаются гражданско-правовые вопросы. В связи с чем, немаловажным является рассмотрение и оценка судом постановления антимонопольного органа о привлечении к административной ответственности.

В деле по иску лица о признании незаконными действия Гарантирующего поставщика по взысканию денежных средств на основании составленного сетевой организацией акта о неучтенном потреблении электроэнергии суд пришел к выводу, что постановление антимонопольного органа в силу ст. 69 АПК РФ не имеет преюдициального значения для рассматриваемого спора, однако оспаривая необходимость принятия и оценки доводов ответчик не учитывает, что ранее постановление было предметом судебного обжалования. К участию в указанном деле были привлечены те же лица, что и в настоящем деле, в том числе, Гарантирующий поставщик и заявитель. Вступившим в законную силу решением Арбитражного суда Самарской области по спору между теми же лицами, участвующими в деле, в удовлетворении заявленных требований отказано. При этом, данным решением арбитражного суда установлено, что со стороны сетевой организации при составлении акта о безучетном потреблении был нарушен порядок как предусмотренный пунктом 175 Основных положений, так и пунктом 177 Основных положений.

Данные обстоятельства в силу статьи 69 АПК РФ не подлежат доказыванию вновь при рассмотрении настоящего дела.

В итоге, в решении суд указал, что, оценив имеющиеся в материалах дела доказательства, в соответствии с требованиями статей 67, 68, 71 АПК РФ, признал ненадлежащим доказательством по делу акт о неучтенном потреблении электрической энергии, как составленный с нарушением требований закона, процитировав основные выводы антимонопольного органа и решения суда, оставившего постановление без изменения [8].

Таким образом, постановление административного органа не рассматривается как доказательство, имеющее преюдициальное значение, однако подобное значение ему и выводам антимонопольного органа придает решение суда в случае его оспаривания и признания законным.

Вместе с тем, в настоящее время безусловно можно говорить о том, что в структуре судопроизводства постановление антимонопольного органа о привлечении к административной ответственности является доказательством, подтверждающим нарушение прав и законных интересов лица ответчиком.

Список литературы

1. Правила технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям" утвержденные постановлением Правительства РФ от 27.12.2004 № 861.
2. Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 23.06.2020г. по делу № А55-17498/2019, Определение Верховного Суда Российской Федерации № 306-ЭС20-14300 от 12.10.2020 г.
3. Правила недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, утвержденных постановлением Правительства РФ от 27.12.2004 г. № 861.
4. Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 04.08.2016г. по делу № А55-26564/2015, Определение Верховного Суда Российской Федерации № 306КГ-16-15721 от 29.11.2016 г.
5. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А55-37098/2019 от 05.10.2020 г.
6. Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 04.05.2012г. № 442.
7. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 14.08.2015г. по делу № А55-16184/2014 г.
8. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.07.2021 по делу № А55-23350/2020.

Востриков Константин Валерьевич, к.пол.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ В КУЗБАССЕ

По вопросу нормативно-правового обеспечения на федеральном уровне был принят Указ Президента РФ по противодействию коррупции можно в деятельности органов государственной власти» [1]. «В Кемеровской области фактически выстроена единая система нормативного правового обеспечения противодействия коррупции, начиная от законодательных актов субъекта Российской Федерации и до нормативных актов органов местного самоуправления включительно» [2]. Приняты нормативные правовые акты об осуществлении в дополнение к экспертизе, проводимой Министерством юстиции, на региональном уровне антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов субъекта Российской Федерации или их проектов, нормативных актов органов местного самоуправления и их проектов, в том числе и в рамках реализации полномочия субъектов Российской Федерации по организации и ведению регистра муниципальных нормативных правовых ак-

тов. В сфере земельно-имущественных отношений коррупционные проявления в деятельности органов местного самоуправления наиболее массово выявляются следующие факты:

- принятие муниципальных нормативных актов в земельно-имущественной сфере, содержащих коррупциогенные факторы;
- нарушения порядка предоставления и использования земельных участков и изменения вида разрешенного использования земельных участков, в том числе в части нарушения установленных сроков;
- злоупотребления служебным положением и превышения служебных полномочий при предоставлении земельных участков;
- получения взяток за выполнение определенных исполнительно-распорядительных действий;
- личной заинтересованности муниципальных служащих при предоставлении земельных участков;
- совершения служебных подлогов.

Еще одним фактором, влияющим на уровень коррупционных проявлений в деятельности органов местного самоуправления в сфере землепользования, является незавершенность процесса разграничения государственной собственности на землю на федеральную собственность, собственность субъектов Российской Федерации и муниципальную собственность. Это в свою очередь приводит к росту числа коррупционных проявлений в вопросах предоставления земельных участков органами публичной власти, в особенности органами местного самоуправления, уполномоченными распоряжаться фактически большей частью земельных участков, находящихся в неразграниченной государственной собственности.

Устранение причин коррупционных проявлений в деятельности органов местного самоуправления в сфере землепользования неразрывно связано также с совершенствованием законодательства о градостроительной деятельности и реализации его требований в правоприменительной практике. В том числе посредством своевременного утверждения органами местного самоуправления градостроительной документации, а также правил землепользования и застройки.

Кроме того, необходимо планомерно продолжается работа по снятию излишних административных барьеров в данной сфере. Дополнительно следует отметить, что в рамках участия субъекта Российской Федерации в оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления в отношении эффективности деятельности в сфере землепользования был получен ряд интересных результатов. Так в частности, максимальный показатель средней продолжительности периода с даты подачи заявки на получение разрешения на строительство до даты получения разрешения на строительство в 2020 году составил – 24 месяца. Особое значение для антикоррупционной деятельности является формирование обратной связи с населением и представителями бизнес-сообщества. Для того чтобы сообщить о фактах недостойного поведения государственного служащего любого уровня власти в Кемеровской

области или фактах коррупции, необходимо связаться с департаментом административных органов Администрации Кемеровской области.

Департамент административных органов Администрации Кемеровской области занимается мониторингом фактов коррупции в Кемеровской области, связанных с деятельностью исполнительных органов государственной власти Кемеровской области, органов местного самоуправления муниципальных образований. В Департамент административных органов Администрации Кемеровской области можно обращаться при следующих нарушениях [3, 4]:

- «Нарушения контрактных обязательств и существующих правил и положений о закупках для государственных нужд»;
 - «Сговор участников конкурсных торгов»;
 - «Жульнический характер конкурсных предложений»;
 - «Злоупотребление при исполнении контрактов»;
 - «Подложный контракт»;
 - «Подмена товаров»;
 - «Ошибочные цены или дефектные товары»;
 - «Неправильное взимание средств за понесенные затраты и рабочую силу»;
 - «Взятничество и принятие денежных подношений»;
 - «Подарки либо иные формы передачи ценностей»;
 - «Передача прав пользования, долей в бизнесе и т.п.»;
 - «Вымогательство, подстрекательство и/или получение взяток»;
 - «Неправомерное использование средств областного бюджета, бюджетов муниципальных образований»;
 - «О занятии чиновником (чиновниками) предпринимательской деятельностью»;
 - «О выездах чиновника (чиновниками) за пределы РФ за счет средств физических и юридических лиц»;
- « Об использовании в целях, не связанных с исполнением должностных обязанностей, средств материально-технического и иного обеспечения, другое государственное (муниципальное) имущество, а также передаче их другим лицам»;
- «О разглашении или использовании сведений, отнесенных к сведениям конфиденциального характера, или служебной информации»;
 - «Об использовании должностного положения для предвыборной агитации, поддержки интересов политических партий».

Еще одной сферой, в которой выявляются нарушения коррупционного характера, в том числе и на уровне органов местного самоуправления, является жилищно-коммунальная сфера, в том числе в части установления тарифов на жилищно-коммунальные услуги, выявляются случаи установления экономически необоснованных тарифов, а также платы за иные услуги, оказываемые в данной сфере.

В качестве основных мер профилактики коррупционных проявлений в деятельности органов местного самоуправления, осуществляемых органами

государственной власти субъекта Российской Федерации в рамках своей компетенции, можно отметить:

1. меры по обеспечению соблюдения ограничений и запретов, установленных для лиц, замещающих муниципальные должности;
2. меры по внедрению в деятельность органов местного самоуправления антикоррупционных механизмов в рамках реализации законодательства о муниципальной службе;
3. меры, осуществляемые в рамках полномочия субъекта Российской Федерации по участию в обеспечении подготовки, переподготовки и повышения квалификации муниципальных служащих, в том числе в части повышения их правовой культуры.

Также важным фактором в профилактике и противодействии проявлениям коррупции в органах публичной власти, в том числе в органах местного самоуправления, является обеспечение информационной открытости и «прозрачности» деятельности органов публичной власти.

В числе мероприятий, реализуемых на региональном уровне в этом направлении, можно отметить следующие:

1. по разработке и принятию административных регламентов исполнения государственных функций (предоставления государственных услуг), а также обеспечению контроля со стороны органов государственной власти субъекта Российской Федерации за деятельностью органов местного самоуправления, наделенных правом на осуществление отдельных государственных полномочий субъекта Российской Федерации;
2. по обеспечению информационной открытости в деятельности органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в рамках, предусмотренных законодательством Российской Федерации;
3. по обеспечению «прозрачности» и антикоррупционных процедур при размещении государственного и муниципального заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд согласно требованиям законодательства Российской Федерации.

В целом, следует отметить необходимость более активного использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе посредством участия в проекте «электронное правительство», а также создание и поддержку официальных интернет-порталов муниципальных образований в сети «Интернет», обеспечение качественное наполнение их необходимой информацией о своей деятельности по решению вопросов местного значения. Развитие электронного формата оказания государственных и муниципальных услуг, а также размещения заказов для муниципальных нужд на официальных порталах позволит существенно снизить коррупционную составляющую в органах власти всех уровней.

Кроме того, для снижения коррупциогенных факторов в деятельности органов публичной власти, включая органы местного самоуправления, необхо-

димо активнее внедрять механизм реализации государственных и муниципальных услуг через многофункциональные центры.

Следует также отметить важность и необходимость мероприятий, осуществляемых в Кемеровской области по повышению правовой культуры общества, формирования в обществе нетерпимости к проявлениям коррупции, развития института общественного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о противодействии коррупции. То есть непосредственно по уничтожению той питательной среды, которая непосредственно влияет на возникновение коррупциогенных рисков в деятельности органов местного самоуправления.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 16.08.2021 № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021 - 2024 годы». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_392999/942772dce30cfa36b671bcf19ca928e4d698a928/. Дата обращения: 3.10.2021
2. Закон Кемеровской области от 02.11.2017 № 97-ОЗ «О регулировании отдельных вопросов в сфере противодействия коррупции». Режим доступа: <http://kugi42.ru/document-253.html>. Дата обращения: 3.10.2021
3. План противодействия коррупции в Кемеровской области на 2018-2020 годы. Режим доступа: <http://kugi42.ru/document-253.html>. Дата обращения: 3.10.2021
4. Постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 22.05.2017 № 225 «Об утверждении перечня должностей государственной гражданской службы Кемеровской области - Кузбасса в исполнительных органах государственной власти Кемеровской области - Кузбасса, при замещении которых гражданские служащие обязаны представлять сведения о своих доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера, а также о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера своих супруги (супруга) и несовершеннолетних детей» Режим доступа: <http://kugi42.ru/document-253.html>. Дата обращения: 3.10.2021.

Галочкин Артём Николаевич, студент гр. ЗБ-МУПР16-3
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПО АНАЛИЗУ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ НА МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Анализ научной литературы [1], [2], [3] позволяет сделать вывод о том, что повышение конкурентоспособности организации является важной стратегической задачей ее устойчивого развития. Как правило, стратегические цели компании достигаются с помощью реализации проектов, программ и

портфелей. В этом отношении, представляется важным обеспечить конкурентоспособность приобретаемых товарно-материальных ценностей при осуществлении проектной деятельности. Особенно это касается строительных проектов.

Для более точной оценки стоимости проекта предлагается усовершенствовать методологию для оценки рыночных цен на закупаемые товарно-материальные ценности.

Проекты строительной компании ООО «Кубик» продолжительны по времени, и исполняются зачастую годами, поэтому в условиях существенной волатильности рынка данное предложение особенно актуально [4].

Главная цель изучения конъюнктуры рынка — определить характер и степень его сбалансированности, прежде всего соотношения спроса и предложения. Суть действия рыночного механизма проявляется в стремлении спроса и предложения к равновесию [5], [6].

В качестве методологии анализа предлагается использовать метод сопоставимых рыночных цен. Определение начальной максимальной цены контракта (далее-НМЦК) Этот метод заключается в сравнении текущих рыночных цен на аналогичные товары, анализе возможности их использования на этапе подготовки графика закупок и последующем споре о действительности контрактной цены. подписано с подрядчиком - подрядчиком или поставщиком [7].

Доказательством достоверности цены является ее расчет, проведенный на основании прилагаемой справочной информации из различных источников, предложений нескольких поставщиков и коммерческих документов. Последовательность действий состоит из:

- установления основных требований к закупаемым товарам / услугам, их качеству и особенностям условий доставки;
- проведения исследования рынка, изучая источники информации, чтобы определить существующие аналогичные продукты, отвечающие необходимым требованиям.

Метод сопоставимых рыночных цен заключается в вычислении средней цены продукта на базе проанализированных предложений поставщиков. Для понимания того, как это функционирует на практике, приведём пример №1.

Пример 1:

Для составления аргументированного плана закупок заказчиком в адрес поставщиков отправлены запросы по действующим ценам на определенный товар и получены предложения (см. табл. 1):

Таблица 1 – Пример использования сопоставимых рыночных цен

| Товар | ед изм. | Цена от поставщиков руб. | | | | | Средняя цена |
|---------|---------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-----------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Товар 1 | шт. | 10000 | 15000 | 16000 | 13200 | 11800 | $(1+2+3+4+5)/5$ |
| | | | | | | | 13200 |

Источник: составлено автором

Среднее значение цены на товар определяют делением суммы цен по всем предложениям на число поставщиков по формуле:

$$Ц_{\text{ср}} = (Ц_1 + Ц_2 + Ц_3 + Ц_4 + Ц_5) / 5 = (10000 + 15000 + 8000 + 13200 + 11800) / 5 = 13200 \text{ руб.}$$

Затем товар (или товарную группу) требуется охарактеризовать с точки зрения ее однородности. Для этого вычисляют коэффициент вариаций (Кв), т. е. отклонение цен товара от средней, который определяется с помощью средней квадратической (Д) по формуле:

$$D = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{(n-1)}} \quad (1)$$

$$D = 2157$$

Расчет коэффициента вариаций таков:

$$Кв = D / Ц_{\text{ср}} * 100\% = 2157 / 13200 = 16,3\%.$$

Для понимания, о чем говорит данный результат предлагается использовать следующую трактовку полученных значений квадратического отклонения от средней цены (см. таблицу 2).

Таблица 2 –Трактовка полученных значений квадратического отклонения от средней

| Нормы отклонения | Описание |
|------------------|---|
| 0-10% | Незначительность вариационного ряда, т. е. средняя цена товара/услуги в этом случае оптимальна. |
| 11-20% | Средняя цена считается допустима для заключения контракта |
| 20% и более | Рекомендация дополнительных исследований рынка и товарных характеристик, поскольку расчетное значение средней цены не может быть использовано в качестве базовой НМЦК |

Источник: составлено автором

Вывод к представленному выше примеру может быть таким:

16,3% - процент вариаций, который допускает использование среднего значения цены 13200 руб., как НМЦК для заключения контракта.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы реализации потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. Монография. Москва: Изд-во «Креативная экономика». – 2012. – 283 с.
2. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Элементы модели рынка клининга в Российской Федерации // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 9. – С. 1083-1092.
3. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.
4. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 88-92.

5. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. – 2018. – № 4. – С. 16-27.
6. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 3. – С. 63-76.
7. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. К вопросу о методическом обеспечении идентификации региональных кластеров // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 2 (46). – С. 147-154.

Губкина Ангелина Сергеевна, студентка гр. БЭС-182
Научный руководитель: Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, Кемерово)

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Монополистическая конкуренция представляет собой одно из явлений окружающей действительности, определяемое как состояние рынка, при котором действует большое количество продавцов, предлагающих похожие, но не одинаковые товары.

Каждая организация старается найти узкую или обособленную нишу, благодаря чему будет обретен статус монополиста. В данном процессе конкуренция проявляется в состязательности между этими компаниями. Предлагаемые потребителю товары не являются абсолютно однородными и одинаковыми, он может выбрать интересующий продукт среди аналогичных со схожими характеристиками, при этом разница между товарами основывается и на мнимых различиях, обусловленных использованием рекламы, имиджем фирмы, форматом упаковки, торговых марок.

Необходимо понимать, что, предлагая потребителям собственный продукт, компания создает ограниченную монополию на него. Товары одной компании могут заменяться продуктами, производимыми другими субъектами хозяйствования, что может провоцировать борьбу за ограниченную аудиторию потребителей. Например, зубная паста «Colgate» обладает определенными характеристиками, отличающими ее от паст других производителей, тем не менее находясь в состоянии конкурентной борьбы с зубными пастами «Aquafresh», «Blend-a-Med», а также пастами со схожими свойствами других, менее известных производителей. Благодаря такой монополии компания может влиять на ценообразование, повышая или понижая цену на товар [1].

В настоящее время компании-монополисты оперируют такими категориями, как повышенное удобство для потребителя, престижность, дополнительный сервис, новизна, надежность. Цена может быть повышена, если указанные преимущества выступают в качестве ценности для аудитории, готовой платить за конкретный продукт, игнорируя аналогичные товары со схо-

жими характеристиками. Существенного роста цены не произойдет, поскольку на рынке существует большое количество схожих предложений других продавцов. В случае монополистической конкуренции новый продукт должен не просто появиться на рынке, а усилить интерес потенциальных потребителей, которые откажутся от привычных товаров в пользу нового предложения.

В качестве часто встречающихся примеров монополистической конкуренции можно указать розничную торговлю. Указанные рынки отличаются невысоким порогом входа, внимание потребителя привлекается путем установления невысокой цены.

Рынок монополистической конкуренции можно оценить, как благоприятный для потребителя, ведь сильная конкуренция сдерживает цены, рынок наполняется разнообразными продуктами, способными соответствовать четким запросам потребителя. В этой ситуации рыночная власть отдельной компании не может диктовать свои условия.

Отрицательные последствия развития таких рынков заключаются в появлении мнимых характеристик товаров и услуг: рекламные и маркетинговые коммуникации разрабатывают и распространяют ложные данные о товарах, дезинформируя аудиторию.

В долгосрочной перспективе прибыльные и интересные рынки всегда будут привлекательными для конкурентов, будут пользоваться невысокими входными барьерами и возможностью дифференциации, отвлекая на себя часть потребителей и прибыли других компаний.

Если же хозяйствующие субъекты начнут нести убытки, это вызовет отток части продавцов, уменьшит количество товаров-заменителей и приведет к перераспределению прибыли между оставшимися участниками.

При работе на таком рынке компания может использовать три основных механизма [2]:

- ценовую конкуренцию через изменение цены на короткий или длительный срок для привлечения потребителей, использующих продукт компании-конкурента;
- дифференциацию товара, например, на основе изменения технических характеристик продукта;
- стимулирование сбыта через дифференциацию товара, например, посредством рекламы.

Важно уточнить, что на подобном рынке ценовая конкуренция затруднена. Товар любимого бренда будет куплен потребителями по слегка завышенной цене, однако при значительном увеличении стоимости возможно будет найдена замена среди товаров со схожими характеристиками. Напротив, снижение цены приведет к уменьшению собственной прибыли, а произведенный эффект окажется незаметным из-за наполненности рынка компаниями-конкурентами.

Для создания реальной монополистической конкуренции важно выработать четкие отличия от схожих производителей и продавцов. Основой

дифференциации на монополистическом рынке в настоящее время является система ценностей и приоритетов потребителей, их образ жизни, мотивация для совершения покупки. Ключевыми способами формирования отличительных черт продуктов на таком рынке станут предложение дополнительных услуг, новых продуктов, тщательное исследование потребностей целевых групп.

Таким образом, ключевой задачей действующих на рынке монополистической конкуренции организаций выступает изучение тенденций рынка, контроль достижения безубыточности, мониторинг происходящего на рынке для быстрого реагирования на новые тренды.

Список литературы

1. Петрищев М.В. Изменения конкурентного процесса при эволюции рыночных структур // Теоретическая экономика. – 2019. – № 2. – С. 43-47.
2. Днепров М. Ю. Экономическая теория // М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк, В. А. Николаев. – М.: Юрайт, 2019. – С. 216.

Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент
(Кемеровский государственный университет, г. Кемерово)

НЕЭТИЧНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ: ВОПРОСЫ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ

В 2020 году Федеральная антимонопольная служба (ФАС) рассмотрела 16278 заявлений (в 2019 году – 18179 заявлений) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 3330 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 4929 нарушений (в 2019 году – 4068 дел и 7056 нарушений) [3].

Снижение числа нарушений связано, прежде всего, с пандемией, так как, во-первых, многие компании сократили в 2020 году свои рекламные бюджеты и объёмы выпускаемой рекламы, а во-вторых, потребители в режиме самоизоляции в гораздо меньшей степени сталкивались с наружной рекламой и рекламой в транспорте – лидирующими формами рекламы по числу правонарушений.

Обращает на себя внимание существенный рост доли неэтичной рекламы в 2020 году – 6,43 (в 2019 году – 2,42% от выявленных нарушений). Также отмечается некоторое увеличение доли недобросовестной рекламы: в 2020 году – 3,27% всех нарушений (в 2019 году – 1,96%) [3].

Согласно статье 5 (часть 6) Федерального закона «О рекламе» неэтичной является реклама, в которой есть использование:

- бранных слов; непристойных и оскорбительных образов;

- сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина.

Также недопустимость подобной рекламы отражена в общепризнанном документе, отражающем мировые рекламные стандарты – Кодексе практики рекламных и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты, а именно в статье 2 «Социальная ответственность» и в статье 3 «Пристойность».

Стремление рекламодателей к использованию провокационных и непристойных образов объяснимо. Реклама «на грани» зачастую имеет более сильное влияние на потребителей, так как она помимо сознательного восприятия способна запускать бессознательные процессы. Как справедливо отмечают В.Г. Шадрин, О.В. Коновалова и М.А. Шемчук, «наибольшее влияние на человека оказывают те бессознательные процессы, которые происходили раньше всего: сначала самые сильные, которые заложены в детстве, в утробе матери и даже до рождения на генетическом уровне, в том числе на основе повадок животных» [4].

Реклама, содержащая однозначно толкуемые непристойные слова и образы, достаточно быстро попадает в поле зрения Федеральной антимонопольной службы (ФАС), в том числе и через систему обращений потребителей, и блокируется государством в достаточно короткие сроки. Но в этой сфере немало подводных камней, так называемой рекламы «на грани», этичность которой представляется спорным вопросом. В частности, речь идёт о проблемах объективации, когда реклама фокусирует внимание потребителя исключительно на теле модели или отдельных частях тела, особенно в том случае, если объект рекламы никак не связан с обнажённым телом (в рекламе геля для душа использование частей обнажённого тела может быть оправдано, в отличие от рекламы автозапчастей). Помимо объективации существует проблема сексуализации, когда модель выглядит очевидно чрезмерно сексуально. Отдельной проблемой является проблема использования детских сексуальных образов – новые международные правила обеспечивают защиту детей до 18 лет (до 2018 года до 16 лет), реклама не должна использовать образы юных моделей с сильным макияжем, непристойными позами и пр. Ещё один спорный момент – юмор и намёки, когда даже беззаботное намерение может вызвать оскорбительные ассоциации.

Для оценки спорной рекламы ФАС прибегает к помощи экспертных советов по рекламе, которые создавались при региональных управлениях ФАС, начиная с начала 2000-х годов как независимые коллегиальные консультативно-совещательные органы. Решения экспертных советов имеют рекомендательный характер и учитываются при принятии окончательных выводов о соответствии рекламы требованиям законодательства. Одним из самых компетентных экспертных органов в сфере маркетинговых коммуникаций может считаться Комитет по рассмотрению жалоб потребителей, обращений государственных органов и общественных организаций и служб мо-

ниторинга СРО «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»». В комитет входят более 30 экспертов из разных городов РФ. В составе комитета 4 доктора и 7 кандидатов наук, 5 членов различных академий. Более 35-ти территориальных управлений ФАС подписали соглашение с комитетом об информационном и экспертном взаимодействии. Как и следовало ожидать, подавляющее большинство запросов на экспертизу рекламы касаются нарушений пункта 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» (см. таблицу).

Таблица – Тематика основных жалоб и запросов в 2020 году

| Тематика | Число обращений | Тематика | Число обращений |
|--------------------------------------|-----------------|---|-----------------|
| Непристойные образы | 47 | Недостоверная реклама | 19 |
| Оскорбительная реклама | 26 | Реклама медицинских услуг и фармацевтических препаратов | 7 |
| Использование исторической символики | 4 | Использование образов несовершеннолетних | 6 |
| Использование госсимволики | 2 | Пропаганда алкоголя и табака | 13 |
| Нераспознаваемая реклама | 2 | Скрытая пропаганда наркотиков | 3 |

Рассматривая жалобы на неэтичную рекламу, члены комитета не всегда принимают решения о признании таковой рекламы непристойной или оскорбительной. Примером может служить баннер в торговом зале магазина New Yorker в Сыктывкаре с изображением мужчины и девушки, сидящей у него на коленях в полураздетом виде. Рассматривая жалобу на эту рекламу, все эксперты единодушно признали, что в рекламе отсутствуют непристойные образы, подобные рекламные макеты широко распространены в продвижении магазинов одежды. На баннере не показано ничего лишнего, отсутствует пошлость или излишняя нагота, сделан акцент на рекламируемой продукции – джинсах, чувственные образы поданы корректно.

Тем не менее, большинство жалоб на неэтичную рекламу признаются обоснованными. Например, торговой сети «Магнит» было рекомендовано отказаться от фразы «Училка не заругает», используемой в печатном каталоге «Магнит косметик» как от выражения, заведомо формирующего негативный образ учителя как человека ограниченного, консервативного, недалёкого и заведомо враждебного подростку. Ещё один пример - реклама агентства «Новое время», разместившего плакаты с полуобнаженной женщиной и крупной надписью «СВОБОДНА», под которой намного мельче написано «рекламная конструкция». Эксперты пришли к выводу, что данная реклама представляет собой типичный пример объективации женского образа и чрез-

мерной сексуализации, что противоречит основам этики, предписывающим воспринимать человека как субъекта, а не объекта.

Нарушения закона о рекламе часто происходят по незнанию, но они очень сильно ударяют по бюджету любого предприятия, с одной стороны эти расходы не нужны предприятиям, с другой стороны недостоверная, недобросовестная и иная реклама не украшает город и нашу жизнь и вредит как потребителям, так и конкурирующим предприятиям [1].

Снизить вероятность возникновения подобных ситуаций поможет не только внешний надзор со стороны государственных органов и общественных организаций, но и внутренний контроль со стороны самих компаний. Так, например, при проведении внутреннего аудита по методике, предложенной А.А. Зайцевым, Н.Д. Дмитриевым и С.В. Ильченко, одним из семи направлений аудита является «аудит соблюдения норм законодательства, включающий в себя в качестве информационной базы устав организации, учредительные документы, внутрифирменные и внешние договоры и контракты» [2]. На наш взгляд, компаниям, занимающимся рекламной деятельностью при проведении этого направления внутреннего аудита обязательно нужно обращать внимание на соблюдение норм Закона «О рекламе», что безусловно снизит степень корпоративного риска в данной области.

Список литературы

1. Дмитриева, Н.В. Общественный мониторинг соблюдения закона о рекламе на территории г. Кемерово - Конкуренция и монополия: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. Под общ. ред. Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. Кемерово: КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева, 2020 – С.95-98.
2. Зайцев, А.А. Управление корпоративными рисками на основе проведения внутреннего аудита / А.А. Зайцев, Н.Д. Дмитриев, С.В. Ильченко // *Фундаментальные исследования*. – 2021. – № 1. – С. 51-60.
3. Итоги осуществления государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame – [02.10.2021333].
4. Шадрин, В.Г. Использование бессознательного в маркетинговых коммуникациях потребителя с брендом/ В.Г. Шадрин, О.В. Коновалова, М.А. Шемчук // *Креативная экономика*. – 2019. – Том 13. – № 11. – с. 2289-2300.

Дорожкина Наталья Валерьевна
Бунин Матвей Евгеньевич, студент гр. СУмоз-211
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ГДК» ЗА СЧЕТ ОБНОВЛЕНИЯ ПАРКА КАРЬЕРНОЙ ТЕХНИКИ

Повышение эффективности бизнеса, является первостепенной задачей повышения конкурентоспособности любого экономического субъекта, функционирующего в условиях рынка. Решение данной задачи напрямую связано с обеспечением техническими ресурсами [2]. Поэтому исследования, проводимые в данной области, являются актуальными.

Общество с ограниченной ответственностью «Горно-добывающая компания» (ООО «ГДК») - современное, эффективное и конкурентоспособное горнодобывающее предприятие, которое реализует новейшие технологии на карьере по добыче строительных материалов (щебня), дробильное оборудование и горнотранспортную технику для производства щебня из диабаз в Кемерово и области. Компания занимается поиском и изучением месторождений природного камня, а также ведет строительство высокопроизводительного дробильно-сортировочного комплекса по переработке природного камня с целью производства и продажи щебня, используемого в гражданском и промышленном строительных комплексах Кузбасса [5].

Щебень производится из диабаз, имеющего высокие потребительские характеристики по прочности, морозостойкости, водопоглощения, дробимости и истираемости.

Производственная площадка (щебеночный карьер) ООО «Горнодобывающая компания» находится в Кемеровском районе Кемеровской области, в 18-ти км восточнее г. Березовский, в 2,5 километра северо-восточнее п. Дмитриевка – то есть одновременно и вдали от городской застройки, и в то же время всего в 34 км от областного центра г. Кемерово, в 200 м от федеральной автодороги Новосибирск-Иркутск М53 «Байкал». Такое расположение позволяет снизить транспортные издержек для потребителей, что способствует повышению конкурентоспособности компании.

Анализ ситуации на рынке показал, что по выручке ООО «ГДК» занимает 330 место по региону Кемеровская область и 1 место в категории «Минералы, продукция горнодобывающей промышленности». А вот по показателю стоимости бизнеса компания находится на 685 месте по региону и на 1 месте в категории «Минералы, продукция горнодобывающей промышленности».

За последние три года наблюдается увеличение объемов выручки от реализации с 416 млн. руб. до 709 млн. руб., то есть на 70,32 % при одновременном росте себестоимости продаж с 397 млн. руб. до 645 млн. руб., то есть

на 62,36 %. В результате опережающих темпов роста выручки над темпами роста себестоимости прибыль от продаж увеличилась за три года на 84,78 % и составила в 2020 году 64,8 млн. руб. Динамика рентабельности продаж положительна, ее величина на конец анализируемого периода составила 9,13 %. Обществу необходимо обратить внимание на состояние основных средств, которое ухудшилось за анализируемый период, коэффициент их износа увеличился с 39,37% до 50,23 %. В динамике происходит увеличение численности работников с 86 чел. до 92 чел., при одновременном повышении производительности труда. Выработка увеличилась за три года на 59,21 % при росте среднегодовой заработной платы на 58,39%. Коэффициент текущей ликвидности за три года уменьшился и составил на конец анализируемого периода 2,22.

В таблице 1 представлена динамика размера выручки за 3 года.

Таблица 1 – Динамика объема выручки

| Наименование показателя | 2018 год | 2019 год | 2020 год | Изменение, +, - | | Темп роста, % | |
|-------------------------|----------|----------|----------|-----------------|-----------|---------------|-----------|
| | | | | 2019/2018 | 2020/2019 | 2019/2018 | 2020/2019 |
| Выручка, тыс. руб. | 416 641 | 574 538 | 709 633 | 157 897 | 135 095 | 137,89 | 123,51 |

Согласно выполненным расчетам наиболее ритмично компания выполняла работы в 2018 г (77,65%) и в 2020 г причем коэффициент ритмичности составил 77,63%. В течение года наиболее равномерно выполнялись работы во втором квартале. Наибольший объем работ приходился на третий квартал. Отчасти это связано с климатическими условиями.

От эффективности использования всех ресурсов зависит конечный результат деятельности и конкурентоспособность любого хозяйствующего субъекта [3].

Одним из направлений улучшения использования ресурсов является обновление парка карьерной техники, путем приобретения нового экскаватора [1]. Это в свою очередь потребует привлечения новых высококвалифицированных специалистов либо повышения квалификации имеющихся трудовых ресурсов на базе высших учебных заведений региона [4].

В ООО «ГДК» используются для добычи природного камня экскаваторы. Экскаватор Hitachi ZX 330, производства Японии, занимает ведущее место среди техники, используемой в тяжелых условиях работы в строительстве и промышленности, считается надежной и выносливой техникой за счет усиленных частей конструкции, а также ступеней, расположенных сбоку машины, дополнительной защиты на переднюю секцию стрелы, резиновых пластин на опоры.

Обоснование необходимости и возможности приобретения нового экскаватора HITACHI ZX330-5G с целью увеличения объема добычи природного камня выполнена в соответствии с "Методическими рекомендациями по определению сметных цен на эксплуатацию машин и механизмов" (утв. Приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 04 сентября 2019 г. № 513/пр).

Сметная стоимость эксплуатации строительных машин и механизмов определена по формуле

$$C_{\text{маш-час}} = A + З + Б + Э + Р, \quad (1)$$

где А- амортизационные отчисления; З- зарплата машиниста; Б- затраты на замену быстроизнашивающихся частей; Э – затраты на энергоресурсы; Р- затраты на выполнение всех видов ремонта машин, их техническое обслуживание и диагностирование.

Стоимость 1 машино-часа эксплуатации строительной техники выполнена на основе исходных данных таблицы 2.

Таблица 2 – Исходные данные для расчета стоимости 1 маш-час. строительной техники

| Показатель | Экскаватор НІТАСНІ |
|--|--------------------|
| Первоначальная стоимость, тыс. руб. | 19739 |
| Нормативный срок службы, год/месяц | 6/72 |
| Количество часов работы в месяц, час | 240 |
| Коэффициент сменности | 3 |
| Продолжительность смены, час | 8 |
| Количество целодневных перерывов в работе по метеоусловиям, дн | 10 |
| Количество целодневных перерывов в работе из-за нахождения машин в ремонте, дн | 10 |
| Норма затрат на ремонт и техническое обслуживание машины от первоначальной стоимости машины, % | 15 |
| Часовая заработная плата машиниста, руб. | 350 |
| Норма расхода топлива на 1 час работы, литр/час | 20 |
| Цена топлива за 1 литр, руб. | 50 |

Калькуляция на эксплуатацию строительной машины имеет следующий вид (таблица 3).

Таким образом затраты на работу экскаватора на 1 час составят 4 840,6 руб.

Объем ковша экскаватора составляет 1,5 м³, объем добычи в час составляет 20 м³.

Таблица 3 - Калькуляция 1 маш-час на эксплуатацию экскаватора НІТАСНІ

| Наименование статей затрат | Расчет | Стоимость ед. изм. |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------|
| Амортизационные отчисления | 19 739 000/6/5 520 = 595 | 595,98 |
| Затраты на ремонт и тех. обслуживание | 19 739 000*15%/5 520 | 536,38 |
| Затраты на энергоносители, топливо | 20*50 | 1000 |
| Заработная плата | 350 | 350 |
| Итого прямые затраты на 1 маш-час | 595,98+536,38+1000+350 | 2 482,36 |
| Накладные расходы 95 % ФОТ | 2 482,36*95% | 2 358,24 |
| Всего сметная себестоимость | 2 482,36+2 358,24 | 4 840,6 |

Согласно данным бухгалтерского учета годовой режим работы машин в часах, составляет:

$$T = [365 - (M + P)] \cdot T_{\text{см}} \cdot K_{\text{см}} = (365 - 10 - 10) \cdot 8 \cdot 2 = 5 520 \text{ часов}$$

Тогда годовой объем добычи природного камня составит :

$20 \text{ м}^3 * 5\,520 \text{ часов} = 110\,400 \text{ м}^3$.

Годовые затраты на работу экскаватора составят:

$4\,840,6 \text{ руб.} * 5\,520 \text{ часов} = 26\,720\,112 \text{ руб.}$

Согласно прайс-листу ООО «ГДК» цена реализации 1 тонны добытого строительного камня составляет 200 рублей без НДС, $1 \text{ м}^3 = 1,6 \text{ тонны}$.

Дополнительный объем реализации камня составит:

$110\,400 \text{ м}^3 * 1,6 \text{ тонн} * 200 \text{ рублей} = 35\,328\,000 \text{ рублей}$.

Дополнительная прибыль составит:

$35\,328\,000 - 26\,720\,112 = 8\,607\,888 \text{ рублей}$.

Срок окупаемости = Фперв. / Прибыль

$T_{\text{окуп}} = 19\,739\,000 / 8\,607\,888 = 2,3 \text{ года}$.

Рентабельность проекта $8\,607\,888 / 19\,739\,000 * 100 = 43,6\%$.

Для оценки возможности и необходимости внедрения проекта была определена его экономическую эффективность [2].

Обновление парка карьерной техники направлено на расширение производства, получение дополнительного дохода, снижение себестоимости, увеличение прибыли. Это все должно способствовать росту рентабельности и соответственно эффективности использования ресурсов (таблица 4).

Таблица 4 – Расчет прибыли и рентабельности до и после внедрения мероприятий

| Показатели | Факт 2020 год | После внедрения мероприятий | Изменение, +,- | Изменение, % |
|-----------------------|---------------|-----------------------------|----------------|--------------|
| Выручка | 709 633 | 744961 | + 35 328 | 104,98 |
| Себестоимость продаж | 644 840 | 671560 | +26 720 | 104,14 |
| Прибыль от продаж | 64 793 | 73 401 | +8 608 | 113,28 |
| Рентабельность продаж | 9,13 | 9,85 | 0,72 | |

Данные таблицы 4 свидетельствуют о том, что в результате обновления парка карьерной техники будет увеличена выручка на 35 млн руб. или на 4,98 %, прибыль от продаж увеличится на 8,6 млн руб. или на 13,28 %, а рентабельность продаж увеличится на 0,72 % и составит 9,85 %.

Таким образом, осуществление активной инвестиционной политики ООО «ГДК» будет способствовать расширению деятельности, повышению эффективности и соответственно повышению конкурентоспособности компании на рынке в Кузбассе и за его пределами.

Список литературы

1. Дорожкина Н. В., Черепанова А. М. Обоснование эффективности замены дорожно-строительной техники. - Сборник научных статей V Международной научно-практической конференции: Проблемы строительного производства и управления недвижимостью, 2018. С. 203-207. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41394255>.
2. Дорожкин А. В., Дорожкина Н. В. Оценка эффективности использования основных средств АО «Ново-кемеровская ТЭЦ». Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным уча-

стием: Россия молодая, 2019. С. 80316. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41524543>.

3. Третьякова И. Н., Триденежкина М. Д. Повышение конкурентоспособности ООО «Производственная компания Техно-Универсал». Сборник материалов XII всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием: Россия молодая. Кемерово, 2020. С. 84629.1-84629.6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44179727>.

4. Малюгин А. Н., Третьякова И. Н., Дорожкина Н. В. Актуальные аспекты подготовки конкурентоспособных выпускников высших учебных заведений. // Стандарты и мониторинг в образовании, 2019. Т. 7. № 6. С. 18-21. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42222027>.

5. Официальный сайт Общества с ограниченной ответственностью «Горнодобывающая компания». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gdkperm.com>.

Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВОПРОСЫ КОНКУРЕНЦИИ И МОНОПОЛИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ПЛАТФОРМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ

Появление платформенной занятости обусловлено развитием, так называемой цифровой экономики, которая функционирует в рамках расширения влияния на рынок онлайн платформ.

Резкий рост капитализации популярных цифровых платформ характеризуется показателем их рыночной стоимости. Так, в 2019 году рыночная стоимость Apple, Microsoft и Amazon превысила 1 трлн. долларов [5].

В своих работах Ник Срничек выделяет два исходных фактора, оказывающих влияние на будущее развитие цифровых платформ. Во - первых, это непрерывное стремление лидирующих цифровых платформ к монополизации, последствием которой является рост уровня конкуренции. Во - вторых, цифровые платформы встроены в глобальную экономическую систему и, соответственно, подвержены влиянию экономических кризисных ситуаций, происходящих в мире [6].

В целях укрепления монополизации и роста конкурентных преимуществ цифровые платформы создают целостные и закрытые экосистемы. Экономическая наука позаимствовала термин «экосистема» из биологии, сохранив при этом суть данного понятия, которое определяется как некое совместно действующее и развивающееся сообщество.

Например, компания Apple создала единое пользовательское пространство и предоставляет своим клиентам разнообразные услуги – от Apple TV и iTunes до системы мобильных платежей Apple Pay и кредиток Apple Card.

Также можно отметить, что работа AliExpress в России характеризуется следующими показателями: оборот за 2020 год составил 229,3 млрд. руб.; 45000 российских продавцов сотрудничают с компанией; 90 млн. доставок за 3 месяца; 29 млн. пользователей в месяц, которые готовы совершать покупки онлайн; 8,8 млн. человек ежедневно заходят на данную цифровую платформу и делают более 1 млн. заказов.

Стремление к монополизации приводит цифровые платформы к необходимости вести конкурентную борьбу за один и тот же рынок. Они начинают использовать однородные функции извлечения информации, дальнейшей ее обработки и применения, что в итоге делает их похожими друг на друга. Некоторые авторы предполагают, что в дальнейшем Интернет пространство станет фрагментарным, то есть цифровое пространство будет разделено между небольшим количеством цифровых платформ - монополистов.

Показательна история, произошедшая с крупнейшей российской компанией ООО «Хэдхантер», предлагающей использовать сервис hh.ru для подбора персонала. В 2017 году ими был подан иск на компанию, использующую робота-парсера для аналогичной деятельности, но ООО «Хэдхантер» в этом случае оказался проигравшей стороной. При этом через два года сервис hh.ru вместе с сервисами rabota.ru (ООО «РДВ-Софт») и superjob.ru (ООО «Суперджоб») оказались замешанными в расследовании, проводимом федеральной монопольной службы (ФАС). Было доказано, что данные платформы создают угрозу монопольного положения на рынке информационных услуг по поиску и предоставлению работы, что препятствует доступу на данный рынок экономических субъектов, предоставляющих программное обеспечение по автоматизированному подбору персонала. Например, клиенты сервиса столкнулись с тем, что платформы, ссылаясь на установленные ими условия использования ресурса, блокировали учетные записи работодателей, использующих сторонние сервисы по автоматизированному подбору сотрудников [7].

Кроме стремления к монополизации, усиливающей конкурентную борьбу между цифровыми платформами, следует понимать, что они работают в определенных экономических условиях и многие из них имеют низкий уровень рентабельности.

Особенно это касается цифровых платформ, получающих доход от размещения рекламы. Например, доход таких платформ, как Google и Facebook на 86% и 96,6% формируется за счет поступлений от рекламодателей. Зависимость от финансового положения своих клиентов может привести к закрытию платформ. Большинство исследователей отмечают тот факт, что резкий рост цифровых платформ не привел к такому же вкладу от их деятельности в увеличение ВВП страны.

До сегодняшнего дня не приведены в систему направления долгосрочного развития платформенной занятости: а именно, резко выделяются проблемы социальной защищенности занятых посредством цифровых платформ и обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятель-

ности заказчиков фриланса. Отсутствие институционального регулирования платформенной занятости позволяет цифровым платформам не соблюдать социальные условия и гармоничное сочетание времени труда и отдыха при использовании гибких форм организации труда. Так, если бы таксисты Uber обратились в суд с коллективным иском об отсутствии официального оформления их в качестве работников, то компанию обязали бы выплатить неустойку в размере 852 млн. дол. Однако по информации Uber размер выплаты оказался бы 429 млн. руб., то есть в два раза меньше, но это не исключает того факта, что сама компания подтверждает отсутствие каких – либо социальных гарантий в отношении участников данной платформенной занятости [6].

В настоящее время в различных странах разрабатываются и уже приняты некоторые меры по социальной защите занятых в платформенной экономике.

Так, в Германии в 2020 году Министерством труда и социальных отношений было выпущено письмо, где определялась позиция государства по отношению к монополизации платформ на рынке труда и необходимости принятия мер по социальной защите одиноких самозанятых работников платформы. Проект социального регулирования «Справедливая работа в платформенной экономике» предлагает выплату заработной платы в случае болезни и отпуска. Данный законодательный акт должен положить конец социальному демпингу и искажению конкуренции на цифровом рынке и в платформенной экономике (Eckpunkte des BMAS, 2020) [4].

В Италии в конце 2019 года был принят закон непосредственно относящейся к работникам платформы и предполагающий заключение письменного коллективного соглашения социальными партнерами. Данным соглашением должны устанавливаться размеры оплаты труда и надбавки за работу, выполняемую курьерами в ночное время, в праздничные дни или в неблагоприятных погодных условиях. В ноябре 2020 года был подписан новый протокол «Protocollo Riders», в соответствии с которым курьеры классифицируются как наемные работники и имеют полный доступ к социальной защите (Aloisi, 2020b; Marengo, 2020) [4].

В Индии в 2020 году был принят Кодекс социального обеспечения. Кодекс напрямую определяет сферы экономической деятельности, в которых могут оперировать платформы: в них входят девять категорий, включая услуги совместного использования поездок, услуги доставки еды и продуктов, услуги по созданию контента и мультимедиа, а также электронные торговые площадки. Вклад платформы (агрегатора) будет осуществляться по ставке, установленной правительством в пределах 1-2% от годового оборота платформы. Однако такой взнос не может превышать 5% от суммы, выплачиваемой платформой (агрегатором) работникам платформ. Ориентируясь на эту рекомендацию, в 2021 г. ряд платформ, оперирующих в Индии, включая Amazon, Flipkart, Swiggy, Ola и Uber, выделили около \$69 млн (соответствует 1% годового оборота) в социальный фонд [4].

В 2020 году в России сервисы Яндекса в партнерстве со страховой компанией «Манго» начали эксперимент по предоставлению соцгарантий, в частности, аналогов оплачиваемых больничных и страховок, водителям и курьерам — самозанятым и индивидуальным предпринимателям, сотрудничающим с Яндекс.Такси, Яндекс.Лавка и Яндекс.Еда. Программа реализуется на условиях софинансирования: со своей стороны, платформа инвестирует 50% стоимости страховых полисов и проходит пилотаж в девяти городах-миллионниках [4].

Таким образом, в настоящее время широко обсуждается вопрос об условиях направления процесса перехода к новому качественному состоянию платформенной занятости. Ключевой проблемой стала эффективность использования новых форм занятости для развития экономического потенциала субъектов предпринимательской деятельности и наращивания ими конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Аранжин В.В., Нехода Е.В. Трудовые ценности и навыки будущего: структура и содержание // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 48. – С. 150-165.
2. Дымова И.А., Кучерова Е.В. Трансформация труда работников учетно-аналитического профиля в условиях развития цифровых технологий // Управленческий учет. – 2021. – № 6-2. – С. 469-476.
3. Карпова О.С., Формулевич Я.В. Проблемы нормативно-правового регулирования российского внутреннего аудита: институциональный аспект // Аудитор. – 2019. – Т. 5. № 11. – С. 19-22.
4. Платформенная занятость: определение и регулирование / Авт. коллектив: О.В. Синявская, С.С. Бирюкова, А.П. Аптекарь, Е.С. Горват, Н.Б. Грищенко, Т.Б. Гудкова, Д.Е. Карева; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт социальной политики. – М.: НИУ ВШЭ, 2021.
5. Смирнов Е.Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации мировых рынков / Е.Н. Смирнов // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 13–24. doi: 10.18334/vines.10.1.100699.
6. Хумарян Д. «Капитализм платформ» Ника Срничека: кризис – реакция – бум – кризис – и снова реакция Что мы вообще знаем о цифровой экономике? Рецензия на книгу: Срничек Н. 2019. Капитализм. платформ. Пер. с англ. под науч. ред. М. Добряковой. М.: Изд. дом ВШЭ. 128 с. / Экономическая социология. Т. 20. № 3. Май 2019 www.ecsoc.hse.ru.
7. ФАС России возбудила дело в отношении крупнейших российских сервисов по поиску работы HeadHunter, Superjob и Rabota.ru. 2019. Сайт Федеральной антимонопольной службы. 17 апреля. URL: <https://fas.gov.ru/news/27412>.

Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
Черных Татьяна Васильевна, магистрант гр. УУмоз-191
(КузГТУ, г. Кемерово)

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Строительство является конкурентной отраслью, где задействовано 280 тыс. строительных организаций, из которых, по данным Росстата за 2017 год, 99 % – частной формы собственности и 94% - малые и микропредприятия.

Современный этап хозяйственной деятельности каждого строительного предприятия требует формирования учетно-аналитической системы, в рамках которой проводится обеспечение управленческой деятельности организации необходимой информацией, используемой при разработке и принятии решений.

Следует отметить, что данные, которые предоставляет учетно-аналитическая система, несут как открытый, так и конфиденциальный характер и сформированы для использования внешними и внутренними пользователями строительной организации. Это обусловлено тем, что информация, формируемая в учетно-аналитической системе, включает данные как финансового, так и управленческого учета. Но особое влияние на внутреннюю отчетность строительной организации оказывает, прежде всего, функционирование управленческого учета, задачей которого выступает оптимизация и разработка стратегии устойчивого развития бизнеса.

Управленческий учет, представляет собой систему, которая обеспечивает получение, и поставку сведений, которые необходимы для правильного функционирования системы управления в организации.

Основной целью построения системы управленческого учета является формирование инструментов в виде отчетности анализа данных и информации, которые необходимы для разработки и принятия управленческих решений на уровне предприятия [6].

Задачами управленческого учета в строительных организациях являются:

- анализ хозяйственных операций организации;
- контроль за функциональными ролями и координация структурных элементов организации;
- предоставление коммерческой информации, касаясь вопросов управления производственной деятельности предприятия.

Также, важнейшими аспектами проведения управленческого учета строительной организации является соблюдение следующих характерных принципов, как [6]:

- использование достоверной и релевантной информации;
- формирование устойчивых коммуникационных связей внутри предприятия и за его рамки при взаимодействиях с заинтересованными лицами;

- проведения анализа воздействия разных обстоятельств на ценность предприятия;

- управление, в основе которого лежит доверие.

Система управленческого учета строительного предприятия должна включать в себя 6 блоков (см. рисунок 1), каждый из которых выступает обязательным элементом этой системы.

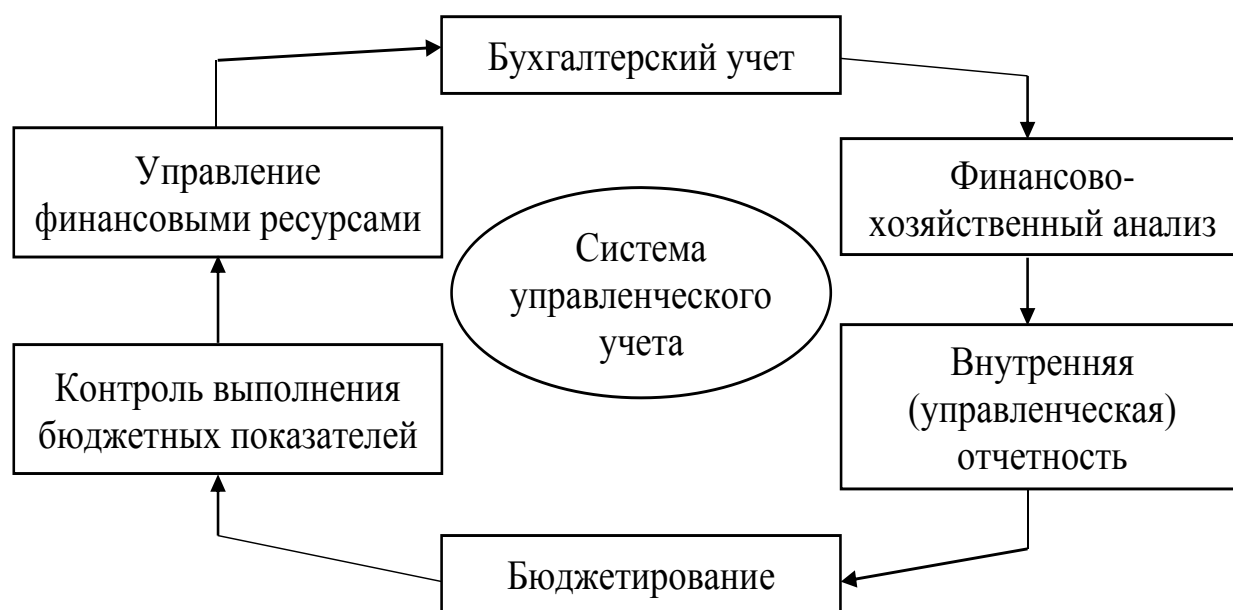


Рисунок 1 – Элементы системы управленческого учета строительного предприятия [8]

Алтынникова Л.А., Кузнецова И.В. и Ханенко М.Е. в ходе своего научного исследования выделяют следующие элементы построения системы управленческого учета на предприятиях [2]:

- нормативная база учетной политики;
- учетная политика и правила ведения бухгалтерского учета;
- административная отчетность;
- учет расходов;
- показатели эффективности;
- бизнес-технологии.

Вандина О.Г. выделяет следующие характерные особенности управленческого учета в строительных организациях, формирующихся из-за отраслевой специфики их хозяйственной деятельности [3]:

- учетная модель организации должна обеспечивать взаимосвязь требований нормативных документов с нормативно-правовыми актами в сфере учетной деятельности;

- необходима разработка специальных способов калькулирования себестоимости продукции;

- необходимость классификации расходов на собственные и затраты, которые несут субподрядчики;

- необходимость в оперативной разработке специфических управленческих решений.

По мнению А.А. Горт, на учетную деятельность строительной организации влияют следующие факторы [4]:

- технология и организация самого бизнеса и бизнес-процессов предприятия;

- нормативно-правовая база, которая регулирует хозяйственную деятельность предприятия;

- правила ведения бухгалтерского и налогового учета.

Из-за этого, на особенности управленческого учета в строительных организациях влияют такие характерные отличия строительной отрасли российской экономики, как:

- высокие объемы незавершенного производства и строительства;

- уникальность строительных проектов;

- длительные сроки инвестиционных проектов;

- обширная база нормативных документов, регулирующих хозяйственную деятельность строительных предприятий.

По мнению Г.А. Адамовой и А.Д. Ильясова, особое место в системе управленческого учета организации строительной отрасли российской экономики должны занимать процессы формирования информации для принятия управленческих решений, связанных со стратегическим развитием [1].

Б.И. Корниенко и А.С. Любочкина считают, что на управленческий учет в строительных организациях влияют следующие трудности, обусловленные спецификой самой отрасли [5]:

- высокий уровень влияния на хозяйственную деятельность государства, как институт регулирования;

- из-за высоких сроков реализации инвестиционных проектов необходимо формирование внутренней управленческой отчетности, поскольку фактические данные процессов могут не совпадать с финансовой отчетностью бухгалтерского учета.

- организационная структура многих строительных компаний состоит не только из основного, но также из вспомогательного и обслуживающего производства.

Таким образом, в целях развития конкуренции в строительстве главной задачей выступает формирование учетно-аналитической системы, которая необходима для принятия эффективных управленческих решений. При этом основными особенностями построения учетно-аналитической системы в строительных организациях является необходимость соблюдения ключевых принципов, к которым относятся экономическая обоснованность, ориентация на конкретные потребности, оперативность, достоверность и релевантность степени надежности представляемой информации.

Следует отметить, что на развитие конкуренции в строительных организациях, влияют такие характерные различия отрасли, как длительные сроки реализации инвестиционных проектов, усложненная организационная

структура, наличие субподрядчиков и их расходов, высокие объемы незавершенного производства и строительства, а также обширная база нормативных документов, регулирующих хозяйственную деятельность строительных предприятий со стороны государства.

В соответствии с комплексной «дорожной картой» по развитию конкуренции, утвержденной Правительством Российской Федерации от 16.08.2018 г. № 1697-р, разработан и одобрен Правительством законопроект, предусматривающий установление единых стандартов предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере строительства.

Внедрение данных стандартов является первым этапом мер по совершенствованию нормативной правовой базы в строительстве. Следующим этапом предусмотрена цифровизация отрасли. Переход к оказанию услуг в строительстве для застройщика по принципу «одного окна» на базе единой цифровой платформы в строительстве позволит снизить административные барьеры входа на рынок, нагрузку на бизнес и его издержки, систематизирует работу участников градостроительных отношений, предупредит нарушения отраслевого законодательства и, в конечном счете, сделает рынок более открытым и конкурентным.

Список литературы

1. Адамова Г.А., Ильясов А.Д. Особенности организации управленческого учета на предприятиях, производящих строительные материалы // *Universum: экономика и юриспруденция*. – 2016. – №3 (24). – С.5.
2. Алтынникова Л.А., Кузнецова И.В., Ханенко М.Е. Теория и методология построения системы управленческого учета // *Менеджмент предпринимательской деятельности*. – 2018.
3. Вандина О.Г. Особенности управленческого учета в строительных организациях // *Вестник АПК Ставрополя*. – 2016. – № 2 (22). – С. 260-266.
4. Горт А.А. Особенности организации управленческого учета в строительных организациях // *Economics*. – 2016. – № 11 (20). – С. 91-94.
5. Корниенко Б.И., Любочкина А.С. Особенности управленческого учета в строительных организациях // *Aspectus*. – 2016. № 1. – С. 88-90.
6. Романов М.С. Управленческий учет и его роль в управлении организацией // *Сервис в России и за рубежом*. – 2017. – № 1. (71).
7. Сотник А.Н. Методика сбора информации для принятия управленческих решений по инвестиционным проектам предприятий ТЭК // *Топливо-энергетический комплекс России: актуальные проблемы и стратегии развития*. – Пенза: РИО ПГАУ, 2019. – С. 55-61.
8. Шмакова В.Д. Управленческий учет в принятии управленческих решений // *Транспорт. Экономика. Социальная сфера (Актуальные проблемы и их решения): сборник статей VI Всероссийской научно-практической конференции* // МНИЦ ПГАУ. – Пенза, 2019. – С. 210-213.

Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой экономики
(КузГТУ, Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ РОБОТАМИ И ЛЮДЬМИ: МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ

На первый взгляд, существующая сегодня на рынке труда конкуренция между наемными работниками за рабочие места постепенно дополняется и заменяется конкуренцией между работниками и роботами. Уже достаточно четко прослеживается тенденция роботизации труда – замены людей на роботов – в определенных сферах трудовой деятельности: появляются роботы-водители, роботы-хирурги и роботы в других профессиях.

Согласно исследованию аналитиков консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers (PwC), «распространение искусственного интеллекта и популяризация роботизации не только не уменьшат, но и значительно увеличат число рабочих мест, доступных для людей. В компании уверены, что уже через 20 лет благодаря ИИ, например, в Великобритании будет уничтожено 7 млн рабочих мест на производстве и транспорте. Но одновременно с этим появится 7,2 млн новых вакансий в науке, образовании и здравоохранении» [8]. Как видно, произойдет перераспределение рабочих мест в отрасли экономики знаний. Это подтверждают и приведенные ниже данные.

«Ожидается, что следующие 20 лет пройдут в Великобритании под знаком роботизации – автоматизируют приблизительно пятую часть всех рабочих мест. В большей степени изменения коснутся производственного сектора: здесь лишатся работы 25% сотрудников, на транспорте и в складской сфере – 22%, а в госуправлении и оборонной сфере – 18%» [8]. Вероятно, что в ближайшие двадцать лет как минимум 70 процентов секретарей и делопроизводителей заменят машины [10]. Предполагается, что машины могут автоматизировать от 47 до 80% рабочих мест [2]. Понятно, что речь идет о заинтересованных работодателях, а не о машинах, которые антропо и социально индифферентны.

К факторам, влияющим на конкурентоспособность работников, А.Л. Мазин относит: природные способности; здоровье; внешние данные (красота, рост, сексапильность и т.п.), возраст; пол; раса, национальность; образование и уровень квалификации; профессиональный и жизненный опыт; польза, которую работник приносит организации, продуктивность его труда; польза, которую работник приносит руководителю организации или своему непосредственному начальнику; зарплатные ожидания и притязания; личностные качества, черты характера; репутация (профессиональная и личная); потенциал межфирменной и внутрифирменной трудовой мобильности; знакомства и связи (в том числе родственные); наличие местной регистрации (прописки); сила профсоюза; другие факторы [7].

По каким из этих факторов мы можем сравнивать конкурентоспособность человека и робота? Очевидно, что это только *польза – экономическая выгода*, которую производственный актор (назовем робота пока так) приносит собственнику деловой организации. Один только этот фактор перевешивает синергизм сочетания остальных вышеперечисленных факторов (к тому же не все из них и не всегда актуальны) и определяет конкурентоспособность актора и на внешнем, и на внутрифирменном рынке труда.

«Несмотря на то, что одни специализации будут вытеснены другими, речи о потере работы человеком не идет. Для этого следует развивать новые навыки, совершенствоваться в профессии и при необходимости переквалифицироваться. В противном случае, роботизация и внедрение искусственного интеллекта сделают ленивых и “слабых” просто бесполезными» [8]. Это одна позиция по рассматриваемому вопросу.

Другая позиция отражает опасения работников, что их заменят роботами и лишат средств к существованию. Опрос, проведенный по заказу Messe München, показал следующее: «В отношении новых технологий в Европе сохраняется много предубеждений – прежде всего со стороны наемных работников. С одной стороны, две трети из них считают, что новые технологии дают шанс стать квалифицированным специалистом. С другой, – лишь половина верит в то, что “нашествие” роботов приведет к появлению новых хорошо оплачиваемых рабочих мест» [10].

Данные опасения представляются вполне оправданными из-за явной экономической выгоды процесса замены для работодателя. Так, если производство пары кроссовок наемными работниками занимает несколько недель, то робот делает ее за пять часов [2]. В Германии час труда стоит 50 евро, в Китае – 10, а час работы машины – 5 евро [2].

В качестве отрицательного социального последствия внедрения цифровой экономики исследователи называют «комплексную дегуманизацию человеческих отношений» вследствие конкуренции за рабочие места между роботами и людьми [9]. Но действительно ли в этом причина дегуманизации? И можно ли говорить о конкуренции между работником и роботом как равноценными производственными акторами? Робот – средство производства, будь он гуманоидом или андроидом. А человек, даже выполняя функцию рабочей силы, остается человеком, личностью – пока, к счастью, не «электронной личностью».

«Конкуренция – это борьба между людьми и группами людей за обладание редкими благами (товарами, услугами, ресурсами, деньгами, статусом, властью и т. д.), приобретение которых требует жертв в виде отказа от других благ» [6]. Из данного определения конкуренции и экономической сущности работника и робота видно, что тема их конкуренции не имеет под собой реальных оснований.

Только человек как личность «разведывает источники новых и неизвестных интересов, и критерием ее суждений оказывается собственная любознательность» [1]. Вот эта святая любознательность и отличает человека от

робота, в ней, по нашему убеждению, скрыт источник человеческой конкурентоспособности. «Любознательность – единственное качество личности, которое предопределяет успех человека, рассказал генеральный директор Microsoft Сатья Наделла» [11].

Таким образом, не может быть конкуренции между работниками (рабочей силой) и роботами (средствами производства), есть конкуренция между работодателями и работниками за условия найма при наличии роботов. Можно, конечно, выделить сферы с доминированием привлечения человека или использования робота. В цифросфере приоритет производительного применения, несомненно, принадлежит роботу, в социосфере и антропосфере – человеку [3]. Но в любом случае применяет тот или иной экономический ресурс его владелец в своих интересах.

Отдельного рассмотрения в контексте цифровизации требует вопрос конкуренции между работодателями за продуктивных работников или за роботов. В этом плане финансово-экономически интересна «идея введения специального налога на роботов и финансирования за счет этого социального вспомоществования людям, потерявшим работу из-за этих самых роботов, – идея, поддержанная, в частности, Биллом Гейтсом» [5]. Введение такого налога хотя и создаст дополнительный спрос покупателей, но снизит доходность проектов внедрения роботов и, следовательно, интерес бизнеса к их реализации. Так проявляется естественный предел «вытеснению людей машинами» [4].

Итак, конкуренция людей и машин (роботов) – миф фантастического мира «бесплатного» капитализма. В мире реальной экономики ресурсы ограничены, а потребности – нет, поэтому там капитал (робот) не может «вытеснить» труд (человека).

Список литературы

1. Белл Д. Культурные противоречия капитализма (Фрагмент из книги) // Этическая мысль: науч.- публицист. чтения / Редкол.: А.А. Гусейнов и др. – М.: Политиздат, 1990. – С.243–255.
2. Бойченко Д.С. Уничтожение труда: капитализм, информационализм и прерванная история автоматизации // Шаги/Steps. – 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 168–188.
3. Жернов Е.Е. Искусственный интеллект в управлении знаниями на предприятии // Инновации в технологиях и образовании. XIII Международная научно-практическая конференция. Белово, 2020. – С. 64–66.
4. Жернов Е.Е., Кочергин Д.Г., Логачев В.А. Эффективность цифровой трансформации экономики России: к постановке проблемы // Цифровая экономика: новая реальность. Сборник статей по итогам международной научно-практической видеоконференции, посвященной 25-летию вуза «Цифровая экономика: новая реальность». – Майкоп, 2018. С. 230–234.
5. Кузнецов Ю.В. Луддизм как экономическая теория [Электронный ресурс]. – URL: <https://old.inliberty.ru/blog/2583-Luddizm-kak-ekonomicheskaya-teoriya>.

6. Мазин А. Конкуренция между нанимателем и работником и ее особенности в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.top-personal.ru/issue.html?2134>.
7. Мазин А. Л. Конкурентоспособность участников трудовых отношений // Современная конкуренция. – 2013. – № 5 (41). – С. 117–128.
8. Морозова Е. Люди vs роботы: выгодный союз или жесткая конкуренция? [Электронный ресурс]. – URL: https://infostart.ru/journal/news/tekhnologii/lyudi-vs-roboty-vygodnyy-soyuz-ili-zhestkaya-konkurenciya_869972/.
9. Прекариат: новый опасный класс. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – 328 с.
10. Роботы и люди – коллеги или конкуренты? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dw.com/ru/роботы-и-люди-коллеги-или-конкуренты/a-44101125>.
11. CEO Microsoft назвал единственную черту личности, которая предопределяет успех [Электронный ресурс]. – URL: <https://incrussia.ru/news/ceo-microsoft-uchit/>.

Зубов Евгений Васильевич, студент гр. ИЗб-191
Научный руководитель – Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ВЛИЯНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И КОНКУРЕНЦИЮ

Развитие конкуренции – важный и необходимый шаг к формированию здоровой экономики, способствующий снижению цен и повышению качества продукции и услуг за счет состязательности участников рынка. Общий тренд в начале 90-х годов XX века выражался в «ограниченности условий реализации проконкурентной государственной политики, преимущественном антимонопольном регулировании рынков», считает Л.Г. Шутько [1]. В последующие десятилетия проконкурентная политика государства становилась важным фактором социально-экономического развития нашей страны[2]. Цели и задачи антимонопольной и конкурентной политики в России корректировались в соответствии с социально-экономическими приоритетами развития.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 30.06.2004 № 331 (ред. от 13.05.2021) «Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе» Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, контролю за осуществлением иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства, а также по контролю в сфере размещения заказов на

поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд.

За последние тридцать лет российское антимонопольное законодательство приблизилось к мировым стандартам. Однако сформировалась критическая точка зрения к оценке деятельности ФАС России, с точки зрения ее влияния на развитие конкуренции. Ряд авторов полагает, что «несмотря на то, что ФАС РФ стала уважаемой структурой, со временем ее деятельность все больше стала направляться на борьбу исключительно с мелкими и средними российскими предприятиями (МСП). В специфических российских условиях антимонопольная политика стала не способствовать, а препятствовать развитию конкуренции» [3]. К большому сожалению, отмечают авторы, «в целом ряде ситуаций приходится признать, что деятельность ФАС не просто не влияет на конкуренцию, но усугубляет ее, ФАС вмешивается в хозяйственные споры, выступая на стороне недобросовестного предпринимателя, имеющего цель устранить неудобного конкурента» [4]. Таким образом, государственная структура, призванная защищать конкуренцию, способствует ее устранению. Используются размытые нормы антимонопольного законодательства для предъявления претензий к предприятиям малого и среднего бизнеса, которые ничего общего не имеют с защитой конкуренции или потребителей. Например, по таким критериям как, схожесть цен, включение в себестоимость услуг, товаров оплаты за Интернет [4].

Важно отметить, что «по удельным показателям, характеризующим долю сектора МСП в экономике Россия сильно уступает другим странам» (рисунок 1).



Рисунок 1 – Межстрановое распределение долей малых и средних предприятий в ВВП, 2018 г. [5]

Межстрановые сопоставления долей работников, занятых в секторе МСП указывает на отставание российской экономики. «Если в России доля работников малых и средних предприятий не превышает одну пятую всех за-

нятых в организациях, в остальных странах – за исключением США – их доля превышает половину, а в семи странах – и вовсе превышает две трети» [5] (рисунок 2).



Рисунок 2 – Доля занятых в МСП, 2018 г. [5]

При таких разрывах российских показателей, отражающих роль МСП в экономике страны с показателями других стран важно, чтобы деятельность антимонопольных органов не наносила вред формированию конкурентных рынков. «В 2015 году по данным Global Competition Review, ФАС России ежегодно возбуждала больше дел, чем все антимонопольные органы мира, вместе взятые. По злоупотреблению доминирующим положением в России в 2015 году было возбуждено 3059 дел, в США – 25, в Великобритании – 1, во Франции – 30, в ФРГ – 14» [6]. Резкий рост числа возбуждаемых антимонопольных дел, наблюдаемый с середины 2000-х гг. в России, сопровождался ростом доли дел против малого и среднего бизнеса.

Негативное отношение со стороны бизнеса вызывает российская практика применения против МСП наиболее «тяжелой» ч. 1 ст. 11 135-ФЗ («Картели»), предусматривающей в т. ч. уголовную ответственность. «В развитых странах картели малого бизнеса и предприятий с небольшой долей рынка – это нонсенс. В России 2/3 возбуждаемых картельных дел – это дела против МСП» [7]. Статистика по судебным спорам представлена на рисунке 3 [8].

Такая правоприменительная практика приводит к тому, что «границы локальных рынков необоснованно сужаются, в результате чего МСП становится монополистом в границах дома, торгового центра, муниципального образования». Положительная тенденция наметилась с принятием закона в 2016 году об «иммунитетах» малого бизнеса. «Доля дел против МСП по злоупотреблению доминированием снизилась с 40 % от всех дел по этой статье в 2013-2014 годах до 17 % в 2016 году. Предприниматели, по данным ФАС, в 2016 году обжаловали 1,8 тыс. решений службы против 2,8 тыс.». В целом, статистика показывает, что решения арбитражных судов отменяют почти по-

ловину (44%) оспоренных решений ФАС против МСП [7]. Для сравнения в США «главным объектом антимонопольных разбирательств являются иностранные компании, конкурирующие с американским бизнесом (их доля в общем объеме антимонопольных штрафов составляет 92,2%). Оборот самого маленького фигуранта антимонопольного разбирательства (компания Transitional Optical) составлял \$800 млн. (30 млрд. рублей)» [9].

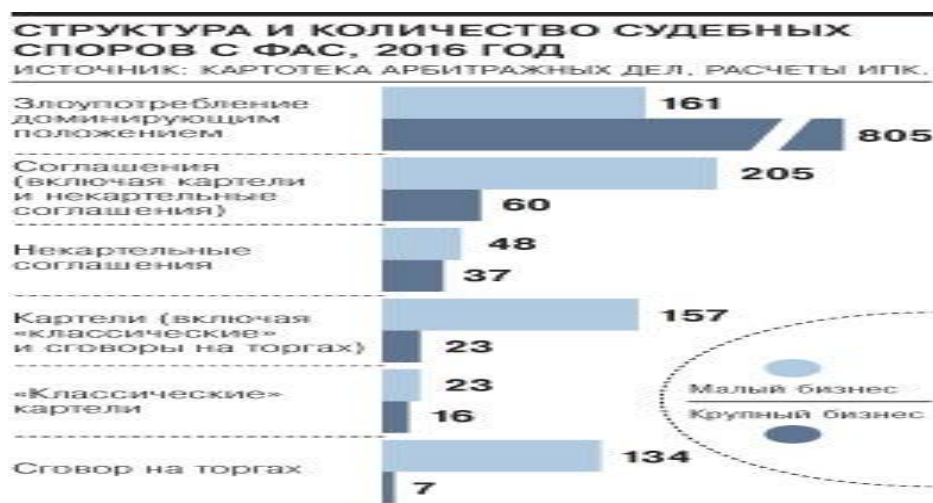


Рисунок 3 – Судебные картельные споры, 2016 г.

Анализ показывает, что в российской практике величина антимонопольных штрафов значительно ниже. Самый крупный антимонопольный штраф в размере 1,5 млрд. руб. в 2015 году за согласованные действия по повышению надбавок к ставкам фрахта был наложен ФАС РФ на крупнейших мировых контейнерных перевозчиков – Maersk и Evergreen. В 2019 году голландская компания Booking.com B.V. (сервис бронирования гостиниц) должна была заплатить оборотный штраф в размере 1,3 млрд. руб. за злоупотребление доминирующим положением на рынке. Средняя комиссия за их услуги составляет 15-18% от стоимости номеров, у других компаний – 12%. Стоит отметить, что величина антимонопольного штрафа незначительна по сравнению с выручкой глобальной компании агрегатора Booking.com B.V. достигающей \$15 млрд. [10].

Таким образом, избыточный, мелочный, контроль со стороны регулятора приводит к тому, что его издержки превышают потенциальную выгоду от выявления нарушений, и порождает отрицательную селекцию хозяйствующих субъектов. Позитивный тренд связан с тем, что в настоящее время наблюдается смещение акцентов в деятельности ФАС РФ в направлении защиты и выведения малого бизнеса из-под чрезмерного антимонопольного контроля. Во исполнение поручения Президента РФ и Правительства России, ФАС разработала изменения в законодательство, согласно которым компания не может быть признана доминирующим хозяйствующим субъектом, если ее годовая выручка не превышает 800 млн. рублей [9]. По оценкам ФАС, изменение пороговых значений для компаний с 400 млн. до 800 млн. рублей

приведет к сокращению бюрократических издержек для предприятий малого и среднего бизнеса, а также будет способствовать развитию конкурентных рынков. При этом все механизмы, повышающие эффективность имеющихся инструментов ФАС по борьбе с картелями, будут сохранены.

Список литературы

1. Шутько Л.Г. Развитие конкуренции в условиях реформирования российской экономики диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Кемерово, 2000. – 168 с.
2. Шутько Л.Г. Актуальная проконкурентная политика государства как фактор социально-экономического развития Конкуренция и монополия / Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. Под общей редакцией В. Г. Михайлова / Л.Г. Шутько. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – 2018. – С. 238-243.
3. Ульянов А. С. ФАС против конкуренции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://expert.ru/expert/2012/40/fas-protiv-konkurentsii/> – [13.09.2021].
4. Варламов Л.В., Габестро С.В., Ульянов А.С. От батуты до попкорна: 100 псевдомонполистов современной России или как Федеральная антимонопольная служба преследует малый и средний бизнес [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://naiz.org/analytics/KS/book.pdf> – [7.09.2021].
5. Титов, Б. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и Мир [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf> – [7.09.2021].
6. ФАС в СМИ: «Конкуренция в фас и в профиль». интервью Максима Овчинникова журналу «ГОСЗАКАЗ» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/publications/2095> – [7.09.2021].
7. Окунь С. ФАС увлеклась поиском картелей малого бизнеса // «Коммерсантъ» № 69 от 20.04.2017, С. 2 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3275993> – [7.09.2021].
8. Судебные картельные споры, 2016 г. [Электронный ресурс] – https://www.google.com/search?sxsrf=AOaemvI7OpXtLFHMX5o_10lQyysKR3CfA:1633671312773&source=univ&tbm=isch&q – [7.09.2021].
9. Титов Б. Малый бизнес не признает картелей // № 86 от 22.05.2018, С. 2 [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf> – [7.09.2021].
10. Бурлакова Е., Филатов А. Штраф Booking.com может стать одним из крупнейших в истории ФАС [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2021/08/26/883982-shtraf-bookingcom> – [7.09.2021].

Зубова Анастасия Васильевна, ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И НЕКОТОРЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ

Недобросовестная конкуренция традиционно рассматривалась и продолжает рассматриваться в образе постоянного спутника свободной конкуренции, которая, в свою очередь, выступает в качестве одного из ключевых условий, обеспечивающих гармонию спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Наличие свободной конкуренции на рынке, характерное для развитых систем экономических отношений, предполагает равенство условий хозяйствования для участников этих отношений, которое без надлежащего государственного воздействия не может быть достигнуто. Одной из форм такого воздействия выступает специально конструируемый законодателем институт недобросовестной конкуренции, призванный защитить участников гражданского оборота от действий хозяйствующих субъектов, направленных на незаконное получение последними определенных преимуществ [2].

Недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации [1].

Недобросовестная конкуренция же заключается в использовании незаконных, обманных и мошеннических методов продаж, которые наносят вред потребителям или другим предприятиям с целью получения конкурентного преимущества на рынке.

Выделяют 7 самых популярных признаков недобросовестной конкуренции. Рассмотрим каждый из них и приведем примеры.

Ложная реклама. Это общеизвестная проблема, которая спровоцировала сотни скандалов, которые стоили некоторым брендам миллионы. Это означает делать неправдивые заявления о продукте, чтобы получить больше прибыли. Такая реклама обычно обещает, что продукт решит проблему, которую он на самом деле не решает. Это широко распространенная практика среди производителей диетических добавок и продуктов питания. Например, в 2010 году это стоило «Danone» 45 миллионов долларов. Они утверждали, что их йогурт помогает регулировать пищеварительную систему, чему не было никаких научных доказательств.

Нарушение прав на товарный знак. Это означает кражу интеллектуальной собственности. Например, если конкуренты хотят увеличить свою долю на рынке, они могут использовать логотип или слоган для продвижения своей продукции. Так что зарегистрировать товарный знак жизненно важно.

Тактика наживки и подмены. Эта практика обмана широко используется в розничных магазинах. Рекламодатели продвигают продукт по чрезвычайно низкой цене, и когда потребители посещают магазин, им говорят, что этот продукт закончился. Следовательно, им предлагают купить аналогичный продукт, который стоит дороже.

Несанкционированная подмена. Эта практика аналогична предыдущей, что означает продвижение продукта, который не соответствует ожиданиям потребителей. Получив деньги, продавец предоставляет клиенту товар худшего качества или даже подделку. Очень часто характеристики товара преувеличиваются.

Незаконное присвоение коммерческой тайны. Это означает, что конкурент узнал секрет рецепта, стратегии или формулы, которые были конкурентным преимуществом, и использует его для получения большего дохода. В этом случае источником утечки информации может стать сотрудник. Соглашение о неразглашении регулирует положения о конфиденциальности.

Распространение слухов. Эта практика говорит сама за себя. Конкуренты могут клеветать на бизнес в своих маркетинговых кампаниях, чтобы выглядеть лучше.

Продажа ниже себестоимости. Компания устанавливает цену, которая намного ниже рыночной, даже если ее себестоимость была выше. Таким образом, они работают в убыток, но это позволяет им увеличивать свою долю на рынке и бороться с конкуренцией [2].

В настоящее время недобросовестная конкуренция может быть остановлена как в административном порядке (Федеральная антимонопольная служба), так и в судебном порядке (по иску заинтересованного лица).

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) для пресечения недобросовестной конкуренции имеет право:

- возбуждать и рассматривать дела о нарушениях антимонопольного законодательства;
- делать выводы по обстоятельствам дела;
- выносить предупреждения, решения, постановления и приказы;
- привлекать виновных к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что только при создании серьезной законодательной базы и специализированных органов государственной власти возможно эффективная борьба с недобросовестной конкуренцией. Также было бы вполне уместно придавать гласности названия фирм-нарушителей и фамилии их руководителей, а также материалы о нечестных клиентах, непорядочных конкурентах, ненадежных партнерах.

Список литературы

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция).

2. Недобросовестная конкуренция: учебно-практическое пособие / О.А. Городов, А.В. Петров, Н.А. Шмигельская; под ред. О.А. Городова. – М.: Юстицинформ, 2020. – 324 с.
3. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/>

Иванова Татьяна Борисовна, д.э.н., профессор
(ВИУ-филиал РАНХиГС, г. Волгоград)

НАПРАВЛЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПАКЕТА ПОПРАВOK В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЕ: РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ И ПОДДЕРЖКА МЕСТНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

В экономической жизни переплетаются и сталкиваются самые разнообразные интересы. Это приводит к необходимости постоянного совершенствования законодательства, в том числе в сфере антимонопольного регулирования. Так, летом 2021 года был подписан пакет «оптимизационных» поправок, связанных с борьбой с «профессиональными жалобщиками», расширением роли Единой информационной системы в сфере закупок [1].

Представляется, что одной из проблем контрактной системы закупок является необходимость обеспечить достаточные соотношения между фритредерством и протекционизмом на региональном уровне. Первое предполагает расширение поставок из самых различных субъектов федерации, а не только из мест нахождения заказчиков. Второе же связано с поддержкой своего, территориального производителя, который будет оставлять налоги и создавать рабочие места именно там, где товары, работы, услуги и предполагается использовать. Указанные преимущества протекционизма в настоящее время ещё более усиливаются переходом к низкоуглеродной повестке дня. Известно, что чем больше логистическое плечо, тем выше антропогенное воздействие на окружающую среду, поэтому для сокращения углеродных выбросов необходимо его всемерное сокращение.

При оценке этой проблемы Счетной палатой РФ указывается, что в 2019 году 65,8 % заявок выполнялись поставщиками из того же региона, где располагался и заказчик. В таблице 1 приведены данные ТОП-5 рейтинга регионального протекционизма по количеству и сумме заключенных контрактов, который показывает существенную долю закупок именно в своем регионе. Только в 8 субъектах РФ доля контрактов с местными поставщиками составляет менее 50%. Среди них Ленинградская область (31,8% от всех контрактов) и Ненецкий автономный округ (7,1%). Руководитель проекта «Открытые данные» И.Бегтин считает, что такая ситуация допустима, если регион обладает разветвленной сетью поставщиков из различных отраслей, но в остальных случаях скорее свидетельствует об избыточном протекционизме и слабом развитии конкуренции [2].

Таблица 1 – ТОП-5 рейтинга регионального протекционизма по количеству и сумме заключенных контрактов в 2019 году, %

| Регион | По количеству | Регион | По сумме |
|----------------------|---------------|---------------------------------|----------|
| Чеченская Республика | 89,4 | Чеченская Республика | 90,5 |
| Республика Татарстан | 85,4 | Карачаево-Черкесская Республика | 86,1 |
| Республика Дагестан | 77,6 | Республика Татарстан | 85,7 |
| Омская область | 76,8 | Иркутская область | 81,6 |
| Воронежская область | 76,5 | Республика Ингушетия | 80,8 |

Источник: составлено автором на основе материалов официального сайта Счетной палаты РФ [2].

Проведенный автором анализ показал, что оставшая существенная инорегиональная доля закупок не из своего региона (находящихся по сумме и количеству на 2 месте) приходится на московских поставщиков (таблица 2).

Таблица 2 – Доля закупок от поставщиков, находящихся на 2 и 3 местах по сумме закупок, для ряда регионов, входящих в ТОП-5 рейтинга регионального протекционизма, %.

| Регионы поставщиков, стоящих на 2 и 3 местах | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Чеченская Республика | | | | | | |
| Москва | 3,9 | 3,7 | 4,5 | 4,8 | 4,7 | 5,0 |
| Ставропольский край | 1,1 | 4,2 | 1,4 | 1,6 | 0,9 | 0,9 |
| Республика Татарстан | | | | | | |
| Москва | 5,2 | 4,3 | 5,2 | 3,8 | 3,7 | 4,1 |
| Чувашская Республика, в 2016 и 2017 годах – Самарская область | 0,9 | 1,9 | 1,0 | 3,6 | 2,7 | 1,9 |
| Омская область | | | | | | |
| Москва | 10,8 | 11,6 | 9,2 | 8,0 | 13,1 | 13,8 |
| Санкт-Петербург, в 2020 году – Тюменская область | 7,3 | 4,8 | 7,1 | 5,2 | 3,8 | 5,9 |
| Иркутская область | | | | | | |
| Москва | 9,2 | 7,0 | 14,4 | 5,5 | 7,6 | 10,6 |
| Последовательно по годам – Дагестан, Новосибирская, Белгородская, Кемеровская (2018, 2019 годы), Красноярская области | 5,0 | 1,3 | 1,5 | 5,5 | 2,0 | 6,7 |

Источник: составлено автором на основе материалов официального сайта Счетной палаты РФ ach.gov.ru [3].

Регионы, расположенные на третьих местах, по характеру различаются. Преимущественно они территориально близки (Чеченская Республика, Республика Татарстан, Иркутская область), но часть имеет большое логистическое плечо, разветвленную структуру производства (Омская область, привле-

кающая поставщиков из Санкт-Петербурга). То есть, можно говорить о повышенной роли московских поставщиков в контрактной системе и о формировании в ряде регионов устойчивых систем поставщиков (среди субъектов таблицы 2 это не характерно только для Иркутской области).

Рассмотрим, как это корреспондирует с новым механизмом в системе закупок, связанным с квотированием приобретения российских товаров (Постановления Правительства РФ № 2013 [4] и № 2014 [5]). Согласно указанным постановлениям, с 2021 года установлены минимальные требования по закупкам товаров отечественного происхождения по 251 коду, в том числе по 9 позициям – не менее 50%, по 70 – не менее 90%.

По данным 2020 года фактическая доля товаров, закупленных у отечественного производителя составила: 1) для товаров и услуг домашних хозяйств, производимых для собственного потребления – 100%, 2) продукция горнодобывающих производств – 92,7%, 3) услуги, связанные с недвижимым имуществом – 90,0%, 4) продукция сельского, лесного и рыбного хозяйства – 82,6%, 5) услуги в области информации и качества – 64,5%. При этом, как указывает Счетная палата РФ, не предусматривается предоставление какого-либо документа, подтверждающего страну производства товара. Закупки же у поставщиков своего региона создают условия для повышения достоверности такой информации.

Как видим, в современных подходах к развитию конкуренции возникает противоречие между ориентацией на отечественного производителя в целом в масштабах страны и ограничением поддержки собственных региональных поставщиков. Для развития импортозамещения протекционизм является допустимым, для расширения возможностей сбыта собственных производителей подпадает под действие антимонопольного законодательства. Поэтому предлагается продолжить «оптимизационный» пакет поправок в законодательство о контрактной системе, включив в неё следующие положения: при выборе победителя закупки расширить учитываемые показатели, добавив оценку величины углеродного следа при осуществлении поставки. Например, это может учитывать производство региональной органической продукции [6]

Это позволило бы избежать ситуации, сложившейся в Волгоградской области в декабре 2019 года, когда индивидуальный предприниматель из Омска, который ещё 2 месяца назад находился в реестре недобросовестных поставщиков, выиграл тендер на поставку новогодних подарков, предложив на 79 тыс. более низкую цену (при стоимости контракта более 8 млн. руб.), чем волгоградское предприятие ЗАОР «Народное предприятие Конфил» [7]. При этом, по сравнению с «Конфилом», омский предприниматель должен был нести существенные логистические расходы и, следовательно, приобретались бы менее качественные сладости. Но все требования конкурсной документации по заявленным критериям отбора и требованиям закона 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспече-

ния государственных и муниципальных нужд» были выполнены и у заказчика не было оснований к не заключению контракта.

Учет при поставке углеводородного следа эту проблему позволило бы решить. Это идет в общем русле предложений ОЭСР по изменению оценки антиконкурентных практик – использовании понятий кризисных картелей и спасительных слияний, позволит повысить роль антимонопольного регулирования в повышении устойчивости регионального социально-экономического развития.

Список литературы

1. Президент подписал «оптимизационный» пакет поправок в законодательство о контрактной системе [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/31369> - [06.07.21].
2. Почти две трети региональных госконтрактов заключаются с поставщиками из своего региона [Электронный ресурс] // Счетная палата РФ. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru> – [01.10.21].
3. Рейтинг регионального протекционизма (по 44-ФЗ) [Электронный ресурс] // Счетная палата РФ. – Режим доступа: <https://spending.gov.ru> - [01.10.21].
4. Постановление Правительства РФ от 3.12.20 № 2013 «О минимальной доле закупок товаров российского происхождения» // СПС «Консультант-Плюс».
5. Постановление Правительства РФ от 3.12.20 № 2014 «О минимальной обязательной доле закупок российских товаров и её достижении заказчиком» // СПС «Консультант-Плюс».
6. Митрофанова И.В., Иванова Т.Б., Вишневецкий В.С., Честнова М.А. Производство органических продуктов питания как фактор повышения устойчивости АПК Юга России // Региональная экономика. Юг России. – 2018 - № 4 – С.182-195. DOI 10.15688/re.volsu.2018.4.18.
7. Вскрылось «темное» прошлое поставщика новогодних подарков для детей Волгоградской области [Электронный ресурс] // Высота 102. – Режим доступа: <https://v102.ru> – [07.10.21].

Казакова Юлия Александровна, студент гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ БАНКА ПАО «ВТБ»

Актуальность выбранной темы заключается в том, что главной целью любой коммерческой организации, в том числе и банков, является получение прибыли. Повышение эффективности деятельности считают одной из первостепенных задач деятельности кредитной организации. Вопрос о повышении эффективности кредитных операций не потеряет свою актуальность до тех пор, пока эти банковские продукты будут пользоваться спросом у населения.

На графике наглядно представлено изменения кредитования физических и юридических лиц за последние пять лет.

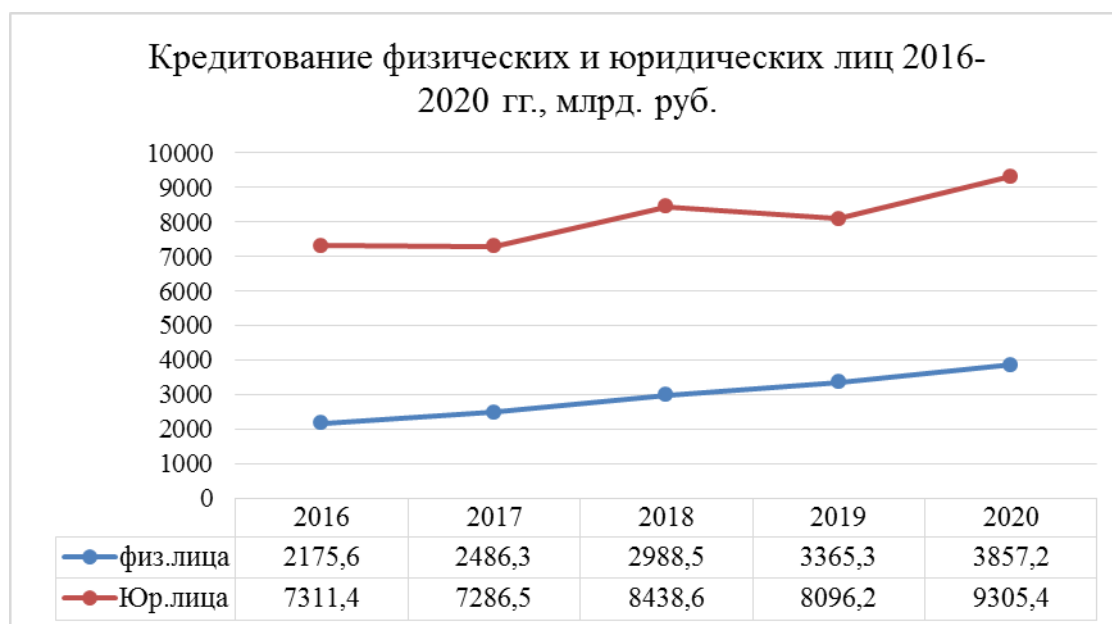


Рисунок 1 – график кредитования банка ПАО «ВТБ» [1]

Мы можем наблюдать, что с каждым годом суммы выданных кредитов Банком ПАО «ВТБ» увеличивается, отчасти это связано с тем, что в 2019 году группа ВТБ привлекла более одного миллиона новых клиентов, в результате чего общее количество активных клиентов выросло до 13,9 млн. чел. К концу 2020 года клиентская база составляет порядка 14,9 млн. чел.

Банк ПАО «ВТБ» занимает позицию, которая позволяет ему быть конкурентоспособным на отечественном кредитном рынке не только с точки зрения диапазона оказываемых услуг и условий по ним, но и по финансовым показателям. Банк ВТБ (ПАО) пользуется доверием у населения, по большей части это связано с тем, что банк имеет государственную поддержку. Благодаря своей масштабности банк является системообразующим.

В сложившейся на данный момент макроэкономической и конкурентной банковской среде, группа ВТБ не реализует весь свой потенциал. Поэтому для повышения эффективности кредитных операций считаем целесообразной разработку мероприятий по следующим направлениям:

1. Для повышения спроса на ипотечный кредит и автокредит ПАО «ВТБ» следует обратить внимание на создание собственной платформы по купле-продаже недвижимости и автомобилей. Так, если клиент приобретает движимое или недвижимое имущество, через данный сервис процентная ставка по кредиту будет снижена на 0,3-1% в зависимости от приобретаемого имущества.

Также, данная платформа позволит повысить доверие клиентов к банку. По причине снижения риска нарваться на недобросовестных продавцов или покупателей.

2. Второе направление по повышению эффективности кредитных операций связано с низким доверием населения к банкам. Это касается не только малого и среднего бизнеса в сфере банковского обслуживания, но и крупных банков, к которым относится ПАО «ВТБ».

Проблемы, связанные с доверием к банку ВТБ можно решить путем налаживания тесной связи с клиентами, раскрывая всю информацию о проводимых акциях, о системе ценообразования посредством рекламы; проводить объективные консультации. На первом этапе внедрения программы по объективной консультации клиента может возникнуть снижение продажи продуктов и услуг. Но со временем с повышением доверия будут расти и продажа продуктов и услуг.

3. За последние несколько лет число банковских мошенников выросло и не исключено, что число преступлений в области безналичного расчета будет увеличиваться с каждым годом. По этому Банку «ВТБ» следует провести оптимизацию кредитного процесса по выдаче и защите кредитования граждан.

Одним из методов защиты держателей карт являются чиповые технологии VSDC. Данная технология на сегодняшний день является одной из эффективных способов защиты от кражи персональных данных при обслуживании в банкомате.

Второй метод – это проведение специалистом банка с клиентами беседы, в которой рассказывается как защитить себя от злоумышленников. Также, банк может проводить тренинги и семинары по финансовой грамотности. Например, рассылать приглашения, на имя руководителя, сотрудникам организаций на конференцию, посвященную финансовой грамотности на тему «Защити себя и своих близких от банковских злоумышленников».

4. Еще одним не менее эффективным направлением повышения эффективности кредитных операций банка ПАО «ВТБ» следует выделить внедрение в систему кредитования льготных процентных ставок для постоянных клиентов. Если физическое или юридическое лицо является активным клиентом банка более 5 лет, то его кредитная ставка будет снижена на 0,3-1% в зависимости от того сколько он уже является клиентом банка, какими услугами пользовался.

5. На сегодняшний день группа ПАО «ВТБ» имеет 27 филиалов на территории России и 2 за рубежом. 1 представительство в России и 5 за рубежом, 632 дополнительных офиса и 906 операционных офисов. Следовательно, для увеличения кредитных операций банку необходимо открыть дополнительные филиалы в ближнем зарубежье, в таких странах, как Беларусь, Казахстан, республика Киргизия, Польша, Норвегия, Азербайджан и т.д.

Для того чтобы удержаться на финансовом рынке в ближнем зарубежье ПАО «ВТБ» необходимо будет разработать эффективную рекламу, акции на первом этапе открытия и иные маркетинговые действия.

В заключение, стоит отметить, что предложенные выше направления по повышению эффективности кредитных операций позволят группе ВТБ приобрести конкурентные преимущества не только на российском рынке, но и на зарубежном.

Список литературы

1. Официальный сайт банка ПАО «ВТБ». Кредитование физических и юридических лиц. [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.vtb.ru/o-banke>.

Казанцева Елена Геннадьевна, д.э.н., доцент
(ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Кемерово)

РАЗВИТИЕ ВЫСОКОКОНЦЕНТРИРОВАННЫХ РЫНКОВ В РФ

Трансформация экономических отношений, вызванная изменением расстановки сил между ведущими игроками глобальной экономики, масштабной цифровизацией, нарастанием протекционизма и пр., приводит к изменению характера монополизации и конкурентных отношений. Данная проблема находится в поле зрения антимонопольных органов государств, международных организаций (Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития, Международный банк реконструкции и развития и пр.), ученых А.Чиани, И. Лехаррага, А. Рагусси, М. Хайланда, С.Б. Авдашевой, Н.М Розановой, А.Е. Шаститко и др.

Целью работы является анализ развития высококонцентрированных рынков в России. Компании, функционирующие на таких рынках, служат объектом повышенного внимания со стороны регулирующих и контролирующих органов, поскольку именно они часто являются бюджетообразующими для государства и продвигают национальные интересы на глобальных рынках.

На глобальных и национальных рынках часто складывается олигополия. Глобальная олигополия к настоящему времени сложилась на рынках семян, пестицидов, алмазов, автомобилей, программного обеспечения, облачного хранения данных, онлайн тревел услуг и пр. Многие из глобальных компаний, проникая на российские рынки, усиливают степень их монополизации. Ограниченное количество отечественных компаний и их относительная слабость, высокие барьеры входа на рынок, низкая информационная прозрачность и прочее приводят к усилению давления глобальных компаний на внешнее окружение.

Выявление высококонцентрированных рынков необходимо для недопущения злоупотреблений со стороны доминирующих компаний, действий, ограничивающих конкуренцию и согласованных действий, оценки последствий и прогнозирования влияния усиления концентрации на экономику. Анализ концентрации традиционно проводится с использованием таких по-

казателей как индексы концентрации CR-1, 3, 4, 6, 8, 10, 15, 20, 25, 50, индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ), индекс Холла-Тайдмана, показатель дисперсии рыночных долей, индекс энтропии, индекс Линда и др.

В данном исследовании оценка концентрации проведена по информации, представленной на официальном сайте Росстата (раздел «Показатели, характеризующие состояние конкурентной среды»). В таблице 1 представлены виды экономической деятельности в РФ, имеющие показатели экономической концентрации $CR-8 \geq 80\%$ на протяжении 2018-2020 гг.

Таблица 1 – Виды экономической деятельности в РФ с экономической концентрацией $CR-8 \geq 80\%$ в 2018-2020 гг. (без субъектов МСП)

| Вид экономической деятельности | Доля отгруженной продукции 8 крупнейших производителей в общем объеме отгруженной продукции, в %х | | | | | |
|--|---|--------|---------------------------------------|--------|---------------------------------------|--------|
| | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
| | CR-8/ число произво- дителей | НИ | CR-8/ число произво- дителей | НИ | CR-8/ число произво- дителей | НИ |
| Добыча бурого угля | 82,36/29 | 1344,7 | 82,0/28 | 1312,7 | 80,5/28 | 1357,4 |
| Добыча и обогащение руд | 95,29/20 | 1834,9 | 98,2/19 | 1751,2 | 96,7/17 | 1834,6 |
| Добыча руд цветметаллов | 83,52/21 | 1607,1 | 100/7 | 2812,7 | 100/6 | 2844,8 |
| Производство табачных изделий | 98,82/14 | 2968,7 | 98,7/13 | 2458,7 | 96,4/16 | 2463,4 |
| Подготовка и прядение текстильных волокон | 87,5/18 | 1207,5 | 90,0/20 | 1329,1 | 88,4/16 | 1174,0 |
| Производство меховых изделий | 100/1 | 10000 | 100/1 | 10000 | 100/2 | 8371,6 |
| Производство кокса | 100 /4 | 3168,6 | 100/4 | 3088,7 | 100/4 | 3064,5 |
| Производство нефтепродуктов | 83,93/103 | 2059,4 | 83,0/98 | 2431,5 | 81,9/95 | 2367,4 |
| Производство агрохимических продуктов | 100/9 | 4124,1 | 99,9/9 | 5380,2 | 96,8/12 | 2658,9 |
| Производство химволокна | 91,77/15 | 1670,0 | 94,3/14 | 1723,8 | 97,9/10 | 1723,4 |
| Производство огнеупорных изделий | 93,78/27 | 2399,4 | 91,2/28 | 1915,1 | 90,6/27 | 1805,6 |
| Производство пр. фарфоровых и керамических изделий | 84,59/23 | 1052,7 | 80,6/23 | 892,9 | 84,0/29 | 1073,4 |
| Производство паровых котлов | 90,84/28 | 2234,1 | 81,6/25 | 2291,0 | 81,7/31 | 2012,2 |
| Ковка, прессование, штамповка | 90,7/226 | 246,6 | 84,0/32 | 1343,1 | 80,7/28 | 1222,8 |
| Производство бытовой электроники | 96,59/21 | 5012,8 | 95,1/23 | 5287,3 | 95,9/25 | 3592,6 |
| Производство фото- и кинооборудования | 98,35/12 | 2528,9 | 97,7/11 | 2637,4 | 99,5/11 | 2737,3 |
| Производство бытовых приборов | 89,6//33 | 2480,9 | 83,6/36 | 2178,4 | 82,4/22 | 1275,2 |
| Производство транспортных средств и оборудования, не вкл. в другие группировки | 100/9 | 2572,4 | 99,9/9 | 3349,8 | 100/6 | 2378,9 |
| Производство спорттоваров | 89,42/12 | 1055,5 | 100/7 | 2685,2 | 99,8/10 | 1965,0 |
| Производство игрушек | 89,42/12 | 1055,5 | 90,9/14 | 1182,6 | 87,6/15 | 1282,0 |

Таблица составлена по источнику: Коэффициенты концентрации производства по видам экономической деятельности за 2018, 2019, 2020 годы (без субъектов малого предпринимательства). – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/concurent_s.htm (дата обращения 16.09.2021).

Для анализа использованы такие статистические показатели как коэффициент концентрации производства по видам экономической деятельности CR-8 за 2018-2020 гг., НИИ по видам экономической деятельности за 2018-2020 гг. (НИИ рассчитан как сумма квадратов долей 50-ти крупнейших предприятий в общем объеме отгруженной продукции) [1]. Если хотя в одном году из трех показатель CR-8 был менее 80%, то данный вид экономической деятельности не учитывался в исследовании. Анализ концентрации по видам экономической деятельности необходим для оценки степени монополизации производства товаров и услуг в стране.

Наращение концентрации по показателю CR-8 в 2020 году по сравнению с 2018 годом характерно для следующих видов экономической деятельности: добыча цветных руд, производство химических волокон, добыча и обогащение железных руд, подготовка и прядение текстильных волокон, производство фото- и кинооборудования, производство транспортных средств и оборудования, не вкл. в другие группировки, производство спортивных товаров. К видам деятельности, в которых количество производителей было менее 8, относятся производство меховых изделий, производство кокса.

К числу видов экономической деятельности (кроме представленных в таблице), в которых показатель CR-8 хотя бы в одном из трех анализируемых лет превышал 80% относятся:

1. добыча природного газа и газового конденсата (максимальный CR-8_{max} – 84,1% в 2020 году);
2. производство фармацевтических субстанций (CR-8_{max} – 87,7% в 2020 году);
3. производство чугуна, стали и ферросплавов (CR-8_{max} – 80,4% в 2020 году);
4. производство драгоценных и прочих металлов (CR-8_{max} – 93,8% в 2020 году);
5. резка, обработка и отделка камня (CR-8_{max} – 81,9% в 2018 году);
6. производство стальных труб, полых профилей и фитингов (CR-8_{max} – 86% в 2020 году);
7. производство прочих стальных изделий первичной обработки (CR-8_{max} – 80,6% в 2018 году);
8. производство ядерного топлива (CR-8_{max} – 81,7% в 2019 году);
9. производство компьютеров и периферийного оборудования (CR-8_{max} – 80,6% в 2019 году);
10. производство электрических аккумуляторов и аккумуляторных батарей (CR-8_{max} – 81,3% в 2020 году);

11. производство станков, машин и оборудования для обработки металлов и прочих твердых материалов (CR-8_{max} – 82,2% в 2020 году);

12. производство медицинских инструментов и оборудования (CR-8_{max} – 91,9% в 2018 году);

13. монтаж промышленных машин и оборудования (CR-8_{max} – 98,8% в 2020 году),

14. производство станков, машин и оборудования для обработки металлов и прочих твердых материалов (CR-8_{max} – 82,2% в 2020 году).

Представленные данные свидетельствуют о наличии значительного количества высококонцентрированных видов экономической деятельности. Кроме того, по 9 видам экономической деятельности из 14 наблюдалось усиление экономической концентрации.

Оценка рыночной концентрации необходима для выявления уровня монополизации рынка. Показатели рыночной концентрации учитывают продукцию, реализуемую как отечественными, так и зарубежными производителями. По данным ФАС, в 2019-2020 гг. к высококонцентрированным относились оптовые рынки электрической энергии и мощности по объему производства электроэнергии и по установленной мощности в географических границах зон свободного перетока, оптовый рынок табачной продукции, рынки природного газа, нефти и нефтепродуктов, банковских услуг и пр.

К числу факторов, влияющих на усиление концентрации на российских рынках, относятся:

укрупнение хозяйствующих субъектов, действующих на глобальных рынках и, как следствие, необходимость наращивания масштабов и конкурентоспособности отечественных компаний, претендующих на глобальное лидерство;

усиление протекционизма в отношении отечественных компаний со стороны государства с целью их продвижения на глобальных рынках, противодействия санкционным мерам со стороны ряда государств;

банкротство ряда предприятий, процессы слияний и поглощений компаний без возникновения новых хозяйствующих субъектов ведет к росту показателей концентрации;

цифровизация экономики, приводящая к возникновению новых источников монопольной власти, основными из которых являются следующие: использование цифровых технологий, позволяющих расширить географию продаж и повысить уровень концентрации рынка; усиление «привязки» компаний к поставщикам программного обеспечения и оборудования, ведущее к росту технологических барьеров; пакетирование и «связывание» услуг, предоставляемых цифровыми компаниями; усиление позиций онлайн-платформ, ведущее к росту монополизации каналов сбыта; концентрация больших массивов данных в руках ограниченного числа компаний и их последующая коммерциализация и пр.

Проблема регулирования высококонцентрированных рынков является актуальной для РФ. По оценкам ФАС, монополизация рынков и их олиго-

польный характер является одним из факторов, сдерживающих развитие конкуренции в РФ, наряду с высокой долей государства в экономике, низкой долей малых и средних предприятий, недостаточно развитыми правовыми механизмами защиты прав собственности, избыточностью и низким качеством государственного регулирования в потенциально конкурентных сферах, необоснованной дифференциацией тарифов и дисбалансами между потребителями и регулируемыми организациями, ограничением доступа к инфраструктуре [2].

Высококонцентрированные рынки имеют как структурные особенности, обусловленные незначительным количеством субъектов рынка, так и поведенческие, которые связаны со спецификой взаимоотношений с конкурентами, контрагентами, органами власти и пр. Особо сложными являются проблемы оценки последствий функционирования компаний в цифровой сфере. Антимонопольные меры уже были инициированы в разных странах в отношении таких компаний как Amazon, Apple, Facebook, Google и др.

В условиях цифровизации экономики граница между благоприятными (конкурентными) и неблагоприятными (монопольными) стандартами функционирования компаний не всегда четко определена [3]. Органам власти, прежде чем отнести поведение компаний к конкурентному или монополистическому, необходимо исследовать не только характеристики их текущего положения, но и возможные последствия воздействия на рыночную ситуацию. В настоящее время активизируется работа антимонопольных органов по регулированию деятельности компаний, доминирующих на цифровых рынках. Так, ФАС России внесены на рассмотрение в Правительство РФ законопроекты, направленные на совершенствование антимонопольного регулирования в условиях цифровой экономики («пятый антимонопольный пакет»).

В заключении следует отметить, что регулирование высококонцентрированных рынков в условиях глобализации экономики требует согласованных действий на международном уровне. Это позволит обеспечить соответствие уровней объектов и субъектов регулирования.

Список литературы

1. Коэффициенты концентрации производства по видам экономической деятельности за 2018, 2019, 2020 годы (без субъектов малого предпринимательства). – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/concurent_s.htm (дата обращения 16.09.2021).
2. ФАС РФ. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2020 год (с учетом материалов Минэк). Москва, 2021. – URL: <https://fas.gov.ru/> (дата обращения 25.09.2021).
3. Розанова Н.М. Конкуренция и монополия в цифровую эпоху // *Общественные науки и современность*. – 2021. – № 1. – С. 63-72.

Казаченко Светлана Ивановна, старший преподаватель
(филиал КузГТУ в г. Прокопьевске)

ОЦЕНКА ESG ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Данная статья освещает значимость оценки ESG-факторов в деятельности предприятия, основные цели оценки. Рассматриваются различные подходы к оценке ESG-рейтинга предприятий в России, их основные особенности.

В настоящее время мировое бизнес-сообщество становится всё более стейкхолдер-ориентированным [6]. В конкурентной борьбе всё чаще используются инструменты, направленные на улучшение бизнес-среды, и зачастую на рынке побеждает не просто «сильнейший», сумевший больше всех заработать, а «самый заботливый» – тот, кто «думает не только о себе».

Уже привычными стали такие понятия, как «корпоративная социальная ответственность», «социальная ответственность бизнеса», вошедшие в обиход с 1970-х годов в деловой среде. Однако наибольшее развитие этот тренд получил уже в XXI веке, когда у рядовых покупателей возникла потребность не просто в потреблении товаров и услуг, но и в участии производителей продукции в решении определённых экологических и этических проблем. Это стало одним из основных критериев потребительского выбора.

В настоящее время перечень общественно значимых активностей предприятий стал гораздо шире, затронув различные сферы жизни, как самого предприятия, так и окружающей его реальности. А главное – это отлично монетизируется, что может наблюдать любой внимательный покупатель: на полках магазинов продукция, маркированная как «Эко», «Био», «Органик» и т.п., в большинстве своём, дороже обычной, навскидку, на 30 – 50 % минимум.

Направления реализации ESG подразумевают не только заботу об окружающей среде, но и об обществе (безопасность производства, соблюдение человеческих прав и т.п.), и о корпоративном управлении (эффективность управления, борьба с коррупцией и т.п.). Это служит критерием для принятия таких управленческих решений, как инвестирование в работу тех или иных предприятий (в России – преимущественно), в те или иные финансовые инструменты; слияние, поглощение и разделение компаний; формирование корпоративных взаимосвязей в рамках сотрудничества. В целом, деятельность предприятий в направлениях ESG используется как один из факторов конкурентоспособности на рынке.

Конкретных регуляторных требований к учёту, анализу и оценке деятельности предприятий в области ESG в России пока нет. Тем не менее, в 2021 году ЦБ РФ в своём информационном письме дал публичным акционерным обществам рекомендации по раскрытию нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ, по существенным темам и показателям, с указанием их конкретного перечня в приложениях [1].

Это говорит о том, что и в нашей стране оценка ESG предприятий уже вылилась в отдельный вид деятельности, целью которой является верификация, присвоение определённых рейтинговых оценок предприятиям, а в некоторых случаях – формирование общего рейтинга предприятий по регионам, отраслям.

Примером рейтинговой оценки «по запросу» (то есть при наличии договора с клиентом) является собственный подход российской фирмы «АКРА» (Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство), оценивающей деятельность финансовых и нефинансовых компаний, а также суверенных и субсуверенных образований в области экологической и социальной ответственности, корпоративного и государственного управления. Их ESG оценка базируется на сравнительном анализе ESG показателей компаний в отрасли, с учетом особенностей отраслевой специфики компании и, при необходимости, с использованием межстранового сопоставления.

Другим ярким примером является подход Рейтингового агентства «Эксперт», также разработавших (в 2019 году) и постоянно совершенствующих свою «Методологию присвоения рейтингов ESG» [5], которая базируется на балльном методе оценки. Отличительной особенностью этой оценки является публичность рейтингов.

Общемировой тренд на осознанное потребление заставляет предприятия принимать социально ответственные управленческие решения и внедрять такой подход во все бизнес-процессы, начиная от разработки продукции и заканчивая выбором контрагентов. Это говорит о том, что ESG-рейтинг компании становится полноценным фактором как формирования добавленной стоимости отдельно взятого предприятия, так и целых цепочек создания продукции. Значимость этого фактора будет только увеличиваться с ростом их понимания и накопления теоретико-методологической базы для оценки и анализа их влияния.

Список литературы

1. Информационное письмо о рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ от 12.07.2021 № ИН-06-28/49, ЦБ РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/117620/20210712_in-06-28_49.pdf, свободный. – Загл. с экрана.
2. Винокуров С. С., Гурьянов П. А. Модель модернизации для России: от догоняющей к инновационной / С. С. Винокуров, П. А. Гурьянов // Общество и экономика, 2020. – № 12. – С. 37-55
3. Гурьянов П. А. Интеллектуальный капитал как основа инновационного развития экономического потенциала России / П. А. Гурьянов // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века: сборник научных трудов участников Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 633-637.

4. Ефимова О. В. Анализ устойчивого развития компании: стейкхолдерский подход [Электронный ресурс] / О. В. Ефимова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №45 (348). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-ustoychivogo-razvitiya-kompanii-steykholderskiy-podhod> (дата обращения: 01.10.2021).
5. Методология присвоения рейтингов ESG [Электронный ресурс] / РА «Эксперт», 2021. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/docbank//16c/706/616/bdf57ce53dae218a19bc658.pdf>, свободный. – Загл. с экрана.
6. Самсонов Р. А., Бочаров С. Н. Ответственность стейкхолдеров при формировании глобальных цепочек создания добавленной стоимости / Р. А. Самсонов, С. Н. Бочаров // Управленец. – 2018. – Т. 9. – № 4. – С. 53-65.

Каминская Елена Борисовна,
начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции
Дрешер Анна Константиновна, главный специалист-эксперт
отдела рекламы и недобросовестной конкуренции
(Управление Федеральной антимонопольной службы
по Кемеровской области, г. Кемерово)

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПОДХОДА АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ К ВЫДАЧЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ

Исходя из практики Кемеровского УФАС России, целесообразность выдачи предупреждений по факту выявления признаков НДК в случае предоставления недостоверных документов при участии в закупках в настоящее время отсутствует при учете, что контракт между поставщиком и заказчиком на момент рассмотрения данного вопроса в антимонопольном органе уже заключен и исполняется. Таким образом, отсутствует фактическая необходимость в выдаче предупреждения. При этом не стоит забывать, что антимонопольный орган обязан соблюсти процедуру, предусмотренную частью 2 статьи 39.1 Федерального закона «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), ставшую закономерным итогом поступательного введения в 2012 году и расширения в 2015 году «института предупреждения» в антимонопольном законодательстве.

В качестве примера стоит привести ситуацию с поступившим в Кемеровское УФАС России обращением о предоставлении одним из общественных участников электронного аукциона на строительство детского сада несоответствующих действительности сведений. Компания приложила к заявке фиктивные документы об опыте ранее выполненных работ и стала победителем. На момент рассмотрения заявления контракт заказчика с обществом был заключен и исполнялся. Перед нами признаки нарушения статьи 14.8 антимонопольного законодательства, запрещающей иные формы недобросовестной конкуренции. Кемеровское УФАС России по результатам рассмотрения

обращения, следуя части 2 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции, выдало этому поставщику услуг предупреждение о необходимости устранения причин и условий, способствовавших возникновению признаков нарушения антимонопольного законодательства, путем издания локального нормативного акта о недопустимости участия в закупке при несоответствии ее требованиям; о необходимости устранения последствий путем информирования заказчика о данной ситуации.

Таким образом, компания, которой было направлено предупреждение, имела достаточно простую возможность избежать наказание, исполнив эти требования Кемеровского УФАС России, которые уже не могли по итогу повлиять на ситуацию с точки зрения восстановления законных прав и интересов конкурентов, не одержавших победу в данном электронном аукционе.

Отметим, что заказчик при проведении закупок руководствуется только добросовестностью участников, которые, пользуясь пробелами законодательства в этой части, могут предоставить фиктивные документы. Вынуждены признать почти 100 % вероятность того, что данный факт не будет выявлен в ходе проведения конкурсных процедур.

Все вышеизложенное позволяет специалистам прийти к нескольким выводам.

Во-первых, о необходимости внесения изменений в Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» для наделения заказчика полномочиями проводить проверку предоставляемых участниками закупок документов с соответственным увеличением сроков проведения аукциона.

В представленном нами примере опыт подтверждается договором. Таким образом, в данном случае проверка могла быть заключена в направлении запроса второй стороне договора для предоставления его заверенной копии в адрес заказчика.

Во-вторых, поскольку описываемая ситуация предполагает невозможность устранения последствий нарушения (контракт уже заключен и исполняется), следует предусмотреть в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях ответственность за предоставление участниками недостоверных сведений.

В-третьих, рассуждая далее, можно прийти к выводам, что более эффективной мерой реагирования могли бы стать изменения, направленные на усовершенствование законодательной системы. По нашему мнению, назрела потребность внести дополнения в главу 2.1 Закона о защите конкуренции, предусматривающие право контролирующих органов в вышеуказанных случаях при выявлении факта предоставления фиктивных документов в составе заявки возбуждать дело по признакам нарушения антимонопольного законодательства без выдачи предупреждения. Таким образом, антимонопольное ведомство будет иметь возможность выдать предписание о перечислении в бюджет дохода, полученного вследствие

такого нарушения. Данная мера представляется авторам более чем эффективной, с учетом суммы заключаемых контрактов, соответствующей совершенным незаконным действиям недобросовестных участников закупок.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»/ СПС КонсультантПлюс.
2. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»/ СПС КонсультантПлюс.

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
Школьниковая Нина Николаевна, к.э.н., доцент
(СКГА, г. Черкесск)

БАНК РОССИИ КАК МЕГАРЕГУЛЯТОР ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Долгое время регулирование, контроль и надзор за отечественным финансовым рынком и деятельностью его участников был распределен между различными министерствами и ведомствами. При этом их функции в рассматриваемой сфере пересекались и дублировались. Такая ситуация приводила к неэффективности всей системы государственного регулирования, контроля и надзора за российским финансовым рынком и выступала тормозом развития этого важнейшего сектора экономики страны. С 2013 г. Банк России приобрел статус мегарегулятора финансового рынка. Ранее установленные цели (защита и обеспечение устойчивости рубля, развитие и укрепление банковской системы РФ; обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы) были дополнены двумя новыми: развитие российского финансового рынка и обеспечение его стабильности [1].

Мегарегулятор – форма организации регулирования и надзора за участниками и инфраструктурой финансового рынка в стране в рамках единого государственного органа. Основная цель его создания заключается в одновременном обеспечении устойчивости финансового сектора как на макропруденциальном (минимизация системного риска финансового рынка), так и на микропруденциальном уровне (поддержание устойчивого финансового положения отдельных финансовых посредников для защиты интересов вкладчиков, кредиторов и инвесторов).

Целями деятельности Банка России в настоящее время являются: защита и обеспечение устойчивости рубля; развитие и укрепление банковской системы РФ; обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы; развитие финансового рынка РФ обеспечение его стабильности.

Для регулирования, контроля и надзора в сфере финансового рынка Банк России выполняет следующие функции: во взаимодействии с Правительством РФ разрабатывает и проводит единую государственную денежно-

кредитную политику; разрабатывает и проводит политику развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка РФ; монопольно осуществляет эмиссию наличных денег и организует наличное денежное обращение; осуществляет эффективное управление золотовалютными резервами; осуществляет банковский надзор; организует и осуществляет валютное регулирование и валютный контроль; устанавливает и публикует официальные курсы иностранных валют; организует составление платежного баланса РФ; проводит анализ и прогнозирование состояния экономики РФ и т.д. [2].

Присвоение Банку России статуса мегарегулятора должно способствовать решению целого ряда застаревших проблем российского финансового рынка. Наиболее важными из них являются: несовершенство государственного регулирования и недостаточно эффективный контроль и надзор; высокие корпоративные и предпринимательские риски, связанные с недостаточным уровнем защиты прав собственности; недостаточная емкость финансового рынка, высокие показатели концентрации капитализации и волатильности рынка; неэффективность инфраструктуры; высокий уровень регулятивных издержек и административных барьеров.

При наделении Банком России задачей обеспечивать финансовую стабильность используются традиционные инструменты денежно-кредитной политики, в частности регулирование уровня монетизации экономики, денежной массы, международных резервов и др.

Коэффициент монетизации – показатель, характеризующий потребность экономики в денежной массе. В государстве с позитивным экономическим состоянием и минимальным процентом инфляции этот показатель составляет не менее 50%. Экономика России остается недомонетизированной (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика уровня монетизации экономики России [3]

| Год | Денежная масса, млрд. руб. | ВВП, млрд. руб. | Уровень монетизации экономики, % |
|------|----------------------------|-----------------|----------------------------------|
| 2000 | 1150,6 | 7305,6 | 15,7 |
| 2005 | 6032,1 | 21625,4 | 27,9 |
| 2011 | 20011,9 | 46308,5 | 43,2 |
| 2012 | 24543,4 | 55799,6 | 44,0 |
| 2013 | 27405,4 | 62599,1 | 43,8 |
| 2014 | 31404,7 | 66689,1 | 47,1 |
| 2015 | 32625,6 | 70975,8 | 46,0 |
| 2016 | 38418 | 86010,2 | 44,7 |
| 2017 | 42442,2 | 92089,3 | 46,1 |
| 2018 | 47109,3 | 103626,6 | 45,5 |
| 2019 | 51 660,3 | 109361,5 | 47,2 |

Уровень монетизации экономики России не превышает 50 %. По соотношению денежной массы к ВВП Россия отстает как от развитых, так и от многих развивающихся государств и постсоциалистических стран.

Кризисные явления в экономике отражаются на составе и структуре денежной массы в стране и подлежат регулированию со стороны ЦБ РФ. В настоящее время объем денежной массы растет быстрыми темпами из-за повышения уровня инфляции: в 2018 г. ее величина составила 111,1% к объему предыдущего года. Доля наличных денежных средств в общей сумме денежной массы постепенно снижается (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика денежной массы Российской Федерации [3]

| Показатели | 2001 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1. Денежная масса М2, млрд. руб. | 1,2 | 20,0 | 24,5 | 27,4 | 31,4 | 32,1 | 35,8 | 38,4 | 42,4 | 47,1 | 51,7 |
| - наличные деньги в обращении МО | 0,4 | 5,1 | 5,9 | 6,4 | 7,0 | 7,2 | 7,2 | 7,7 | 8,4 | 9,3 | 9,7 |
| - безналичные средства | 0,7 | 14,9 | 18,5 | 21,0 | 24,4 | 24,9 | 28,6 | 30,7 | 34,0 | 37,8 | 42,0 |
| 2. Удельный вес наличных денег к денежной массе (МО к М2), % | 36,4 | 25,3 | 24,3 | 23,5 | 22,2 | 22,3 | 20,2 | 20,1 | 19,9 | 19,7 | 18,8 |

Оценка изменения объема международных резервов РФ позволяет выявить положительные сдвиги за последние три года. Валютные активы увеличились за анализируемый период на 39,8%, монетарное золото – на 83,4%, международные резервы в целом – на 45,8% (таблица 3).

Таблица 3 – Международные резервы Российской Федерации (млрд. долларов США) [3]

| Наименование показателя | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Отклонение за 2019 к 2016гг. (+,-) | |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|------------------------------------|---------|
| | | | | | абс., млрд. долларов США | отн., % |
| Международные резервы, в том числе | 377,7 | 432,7 | 468,5 | 554,4 | +176,7 | +45,8 |
| Валютные активы | 317,5 | 356,1 | 468,5 | 444,0 | +126,5 | +39,8 |
| Монетарное золото | 60,2 | 76,6 | 86,9 | 110,4 | +50,2 | +83,4 |

Связь между различными целями денежно-кредитной политики может быть установлена, если Банк России наделяется функциями финансового ре-

гулятора и таким образом у него появляются возможности проведения им макропруденциальной политики [4].

Миссией финансового рынка, его предназначением, а значит, системообразующей целью выступает выполнение рынком специфических функций, и прежде всего ключевой перераспределительной функции — эффективной трансформации сбережений в инвестиции, которая реализуется различными финансовыми институтами (субъектами финансового рынка) с использованием разнообразных финансовых инструментов (объектов финансового рынка) и механизмов. Многообразие финансовых инструментов и специализирующихся на их обращении финансовых институтов обуславливает сложную и постоянно меняющуюся структуру финансового рынка и необходимость его эффективного регулирования [5].

В качестве одной из основных целей создания мегарегулятора можно выделить предупреждение кризиса на финансовых рынках и своевременное реагирование на кризисные явления, вне зависимости от их секторальной принадлежности. Мегарегулятор позволит создать единую правовую систему, минимизируя противоречия на юридическом уровне и обеспечив возможность оперативного решения широкого круга проблем. К преимуществам модели мегарегулятора можно отнести: слаженность при реализации финансовой политики развития; оптимизацию управленческих расходов; возможность содействия развитию слаборазвитых финансовых услуг; более качественный мониторинг состояния финансовых рынков; раннее выявление возможных рисков, для предотвращения их трансляции в другие сектора, что крайне важно в условиях повышения роли финансовых холдингов.

В ходе реформы должны быть решены следующие основные задачи: преодолена фрагментация регулирования; усилен пруденциальный надзор на финансовом рынке, т.е. установлен пруденциальный надзор за небанковскими финансовыми организациями; обеспечен переход от регулирования «на основе норм» к регулированию «на основе принципов». В конечном итоге решение перечисленных задач должно повысить эффективность всей рассматриваемой системы.

Очень важно чтобы мегарегулятором уделялось одинаковое внимание всем аспектам его деятельности: банковский надзор и денежно-кредитная политика, фондовый рынок и страхование. Поэтому предлагается создать комитеты, которые будут равнозначны между собой и разделены по основным функциям, так сейчас существует Комитет банковского надзора.

Актуальность создания мегарегулятора обусловлена неразвитой национальной финансовой системой в России, регулирование которой фактически находится в зачаточном состоянии. Собственно, сам финансовый мегарегулятор - это созданный на базе Банка России федеральный орган исполнительной власти, в задачи которого входит осуществление надзора и регулирования национальных финансовых рынков.

Прошло не так много времени, чтобы можно было подводить итоги реформы по созданию интегрированного регулятора на финансовом рынке Рос-

сии. Многие задачи невозможно реализовать за такой короткий срок, поэтому процесс реформирования механизма государственного регулирования финансовых рынков еще не вступил в свою завершающую стадию. Однако в деятельности Банка России уже можно отметить ряд положительных тенденций. Несмотря на многочисленные риски выбранной модели регулирования, а также, принимая во внимание геополитическую ситуацию, мегарегулятору все же удалось реализовать некоторые стимулирующие меры, что способствовало укреплению финансового рынка страны, в том числе за счет повышения эффективности контроля над его сегментами.

Таким образом, можно заключить, что создание «мегарегулятора» на базе Банка России является несомненно обоснованным решением, так как обладая всей возможной полнотой сведений о участниках финансового рынка и самом финансовом рынке, имея независимое финансирование, отсутствие межведомственных конфликтов интересов в сфере ведения, Банк России сможет осуществлять более оперативное регулирование всех участников финансового рынка, а при наступлении кризисных условий использовать все доступные регулятору инструменты воздействия на участников финансового рынка с целью экономической стабилизации.

Список литературы

1. Вавулин Д.А. Центральный банк Российской Федерации как мегарегулятор российского финансового рынка / Д.А. Вавулин, С.В. Симонов // Финансы и кредит. – 2014. – № 5 (581) – С.21-32.
2. Федеральный закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке РФ (Банке России)» (ред. от 02.07.2021).
3. Официальный сайт Центрального банка РФ – [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: [http:// www: cbr.ru](http://www.cbr.ru).
4. Головнин М.Ю. Создание финансового мегарегулятора и современные подходы к проведению денежно-кредитной / М.Ю. Головнин // Новая экономическая ассоциация. – 2013. – № 3 (19). – С. 149-153.
5. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для вузов / Н. Б. Болдырева [и др.]; под редакцией Н. Б. Болдыревой, Г. В. Черновой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 403 с.

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
Школьникова Нина Николаевна, к.э.н., доцент
(СКГА, г. Черкесск)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Конкурентоспособность в условиях глобализации – одна из центральных тем современных экономических исследований. В отечественной экономической литературе наблюдается явный дефицит прикладных исследований, затрагивающих тематику конкурентоспособности [1].

Вопросам определения конкурентоспособности территориальных социально-экономических систем, ее содержательной характеристики, возможности влияния на формирование конкурентных преимуществ административно-территориальных образований и их развитие; инструментам управления территориальной конкурентоспособностью, стратегическому планированию на муниципальном уровне, оказывающему существенное влияние на конкурентные позиции муниципалитетов необходимо уделять особое внимание [2].

Одним из эффективных механизмов управления, способных скоординировать долгосрочные интересы различных субъектов муниципального образования с целью повышения его конкурентоспособности, является стратегическое планирование. Потребность в системе стратегического планирования в последнее время заметно возросла, возникла необходимость в наборе управленческих инструментов, обеспечивающих скоординированность целей, увязку долгосрочных решений со средне- и краткосрочными, сбалансированность ресурсов, снижение рисков. Стратегическое планирование социально-экономического развития муниципальных образований позволяет обеспечить их выход в долгосрочной перспективе на самодостаточный уровень функционирования посредством выбора приоритетов развития на основе реализации имеющихся резервов, интенсификации использования ресурсов территории, повышения ее инвестиционной привлекательности.

Формирование стратегии социально-экономического развития муниципального образования позволяет ему провести глубокий анализ уровня развития всех компонентов конкурентного потенциала территории, выявить проблемные моменты, а главное – сформировать новые направления развития, способствующие дальнейшему увеличению привлекательности муниципалитета и повышению его конкурентоспособности.

Город Эссентуки является одним из уникальных туристических регионов. Разнообразные природные условия, живописные ландшафты, необыкновенная красота и богатейшее культурно-историческое наследие делают территорию края очень привлекательной не только для туристов, но и для инве-

стором. Динамика развития экономики город-курорта Ессентуки определяется его рекреационной специализацией: значительную долю в структуре выпуска занимают отрасли, ориентированные на удовлетворение потребностей санаторно-курортного комплекса.

Стратегический подход к развитию территории предполагает комплексное решение задач, касающихся ускорения экономического роста, развития человеческого потенциала, а также рационального пространственного развития города. Все составляющие стратегирования развития муниципального образования взаимосвязаны теснейшим образом: экономика и социальная сфера сопрягаются через формирование эффективного рынка труда, которое достигается с опорой на разумное расселение размещение производительных сил, что отражает пространственный аспект.

Стратегические приоритеты социально-экономического развития муниципального образования должны логично интегрироваться в соответствующие федеральные и региональные целевые программы и в программы реализации приоритетных национальных проектов.

На основе характерных черт развития территории, уникальных конкурентных преимуществ и особенностей человеческого потенциала, выявленных в ходе диагностика социально-экономического развития города-курорта Ессентуки, возможно сформулировать стратегическую доктрину развития города, которая концептуально опирается на видение будущего, сформулированного в миссии.

Стратегия социально-экономического развития города-курорта Ессентуки – документ стратегического планирования, определяющий цели и задачи муниципального управления и социально-экономического развития города-курорта Ессентуки на долгосрочный период.

Программно-целевой принцип реализован через определение приоритетов и целей социально-экономического развития, с учетом реализации государственных программ Российской Федерации и Ставропольского края, муниципальных программах, взаимоувязанных по целям, срокам и определению объемов и источников их финансирования.

Стратегия города-курорта Ессентуки построена таким образом, что в нее включены как конкретные проекты, так и рамочные проекты и мероприятия, которые должны возникнуть в процессе ее реализации. Таким образом, стратегия не является директивным документом: ее наполнение будет осуществляться участниками реализации – организациями и предприятиями города, его жителями и органами местного самоуправления.

В проекте Стратегии социально-экономического развития города-курорта Ессентуки до 2035 года ключевые цели по ее реализации объединены в три группы: «экономика», «население», «пространство». По каждой группе формируется система показателей для контроля степени достижения этих целей (Табл.1).

Таблица 1 – Основные ориентиры Стратегии социально-экономического развития города-курорта Эссентуки до 2035 года (проект) [3]

| Аспект | Цель | Показатели |
|--------------|---|---|
| Экономика | <ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечение благоприятного инвестиционного климата 2. Ускорение развития приоритетных отраслей экономики 3. Стимулирование предпринимательской активности через развитие механизмов привлечения инвестиций в экономику | <ol style="list-style-type: none"> 1. Отгружено товаров собственного производства по полному кругу организаций 2. Инвестиции в основной капитал по полному кругу организаций 3. Производительность труда работников организаций 4. Численность граждан, прибывших в регион по цели поездки – туризм 5. Бюджетная обеспеченность муниципального бюджета на душу населения |
| Население | Гармоничное развитие социальной сферы | <ol style="list-style-type: none"> 1. Численность населения 2. Среднегодовая численность занятых в экономике 3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата 4. Уровень зарегистрированной безработицы 5. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении |
| Пространство | Обеспечение устойчивого пространственно-инфраструктурного развития муниципального образования и улучшения качества городской среды | <ol style="list-style-type: none"> 1. Общая площадь жилых помещений на 1 жителя 2. Доля протяженности автомобильных дорог, не отвечающих требованиям в общей протяженности автомобильных дорог 3. Доля объектов имущества многоквартирных домов, по которым выполнены работы по капитальному ремонту в общем количестве объектов, требующих капитального ремонта |

Стратегия развития муниципального образования уникальна и учитывает исторические и иные местные традиции, но механизмы ее реализации носят универсальный характер.

В проекте Стратегии социально-экономического развития города-курорта Эссентуки до 2035 года важнейшие инвестиционные проекты сгруппированы в укрупненные блоки: «формирование современной сбалансированной конкурентоспособной экономики» (строительство конгресс-отеля, строительство SPA-центра), «формирование комфортной для жителей городской среды» (модернизация сетей водопровода, ремонт автомобильных дорог) с указанием планируемой суммы инвестиций, количества новых рабочих мест и предварительных сроков реализации (таблица 2).

В ходе мониторинга и контроля реализации Стратегии осуществляется сбор и систематизация информации об обеспечении согласованности проведения в территориальном и временном отношении мероприятий, предусмотренных Стратегией социально-экономического развития города-курорта Эс-

сентуки. Мониторинг реализации Стратегии осуществляется на основе анализа исполнения плана мероприятий по реализации стратегии достижения значений показателей социально-экономического развития, предусмотренных стратегией.

Таблица 2 – Ключевые инициативы и перспективные проекты Стратегии социально-экономического развития города-курорта Ессентуки до 2035 года (проект) [3]

| Наименование проекта | Инвестиции, млн.руб. | Создание рабочих мест, ед. | Начало реализации |
|--|----------------------|----------------------------|-------------------|
| <i>Формирование современной сбалансированной конкурентоспособной экономики</i> | | | |
| Строительство конгресс-отеля категории «4 звезды» на 150 номеров | 1300 | 183 | 2019-2023 гг. |
| Строительство спортивно-оздоровительного развлекательного комплекса | 300 | 30 | 2019-2021 гг. |
| Реконструкция санатория «Жемчужины Кавказа» | 250 | 150 | 2019-2022 гг. |
| <i>Формирование комфортной для жителей городской среды</i> | | | |
| Реконструкция и благоустройство терренкуров и зон отдыха в курортной зоне | 100 | - | 2018-2025 гг. |
| Реконструкция рекреационных территорий курортного лечебного парка | 550 | - | 2019-2022 гг. |
| Благоустройство территории парка Победы | 310 | - | 2021-2025 гг. |
| Модернизация магистральных, уличных и внутриквартирных сетей водопровода | 1304,1 | - | 2017-2023 гг. |
| Модернизация сетей водоотведения | 697,3 | - | 2017-2023 гг. |
| Реконструкция, капитальный ремонт автомобильных дорог и инженерных сооружений на них | 772,4 | - | 2017-2022 гг. |

Одной из приоритетных задач социально-экономической политики Российской Федерации является стимулирование экономического развития страны на основе использования конкурентных преимуществ на всех уровнях административно-территориальной иерархии. Обострение мировой ситуации в экономической и политической сферах, внутренние проблемы развития регионов России усилили тенденции резкого снижения бюджетной обеспеченности муниципальных образований и дифференциации их социально-экономического развития, дальнейшего износа производственной и социальной инфраструктур. Сложившиеся негативные тенденции привели к необходимости пересмотра механизмов и инструментов управления социально-экономическим развитием муниципалитетов. Прежде всего, речь идет о выборе конкурентоспособной модели муниципальной экономики. Именно муниципальное образование является первичной территориальной ячейкой экономики России, а, следовательно, может стать и «локомотивом» ее роста. Процессы практической адаптации муниципальной экономики к

современным условиям и перспектива активной интеграции муниципалитетов в систему межрегиональных хозяйственных связей требуют целенаправленной работы по дальнейшему совершенствованию методов управления социально-экономическим развитием муниципальных образований Российской Федерации с целью повышения их конкурентоспособности. Понимание современной сущности конкурентоспособности муниципальных образований и овладение механизмами и инструментами управления ею становятся источниками поступательного развития муниципальных образований и постепенного сглаживания поляризации экономического пространства России.

Таким образом, существует объективная потребность в систематизации знаний об особенностях конкурентоспособности муниципальных образований, выявлении факторов, определяющих конкурентные позиции муниципалитетов, поиске новых управленческих инструментов, которые позволяют усовершенствовать и дополнить имеющиеся механизмы управления конкурентоспособностью муниципальных экономических систем, а также в значительном развитии практики управления конкурентоспособностью муниципальных образований.

Список литературы

1. Конкурентоспособность экономики на макро- и прикладной аспект исследований [Текст]. Монография / С.В. Шкиотов, С.Н. Растворцева. – Ярославль: Издат. дом ЯГТУ, 2016 – 173 с.
2. Копыченко Г.С. Управление конкурентоспособностью муниципальных образований [Текст]: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 - Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», М., 2015 – 232 с.
3. Стратегия социально-экономического развития города-курорта Эссентуки до 2035 года (проект) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://docplayer.com/60447114-Strategiya-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya-goroda-kurorta-essentuki-do-2035-goda-proekt.html>.

Кишковская Алена Олеговна – магистрант

Научный руководитель – Белокрылова Ольга Спиридоновна, д.э.н., профессор (ЮФУ, г. Ростов-на-Дону)

МОДЕЛИ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЛИГОПОЛИИ И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Характеристикой присущей всем моделям олигополии выступает небольшое количество фирм в отрасли: от двух до десяти-двадцати, хотя, отметим, что среди экономистов нет единогласия относительно верхней границы числа фирм в олигополии. Отметим, что к олигополистическим рынкам можно отнести рынки с достаточно большим количеством фирм, однако основная доля рынка будет приходиться на несколько наиболее крупных фирм, обла-

дающих рыночной властью. Именно небольшое количество фирм, которые в совокупности производят основной объем продукции на рынке, обуславливает возможность более детального изучения моделей взаимодействия данных производителей. Во-первых, фирмы могут действовать независимо, конкурируя друг с другом, или вступить в сговор и разделить рынок. Классификация моделей олигополии, в которых не происходит сговора между фирмами, осуществляется в зависимости от стратегической переменной, относительно которой конкуренты принимают решение. Так, стратегическими переменными могут быть цена или объем (количество выпускаемой продукции). Как правило в качестве стратегической переменной выступает объем производства, в случае если фирмы-производители не могут в краткосрочном периоде изменить количество производимой продукции. Классическими примерами отраслей, в которых стратегической переменной для фирм выступает объем, являются отрасли тяжелой промышленности [1].

Две теоретические модели – А. Курно и Г. Штакельберга описывают поведение дуополистов, производящих однородный товар и принимающих решения об объемах его производства. Ключевым отличием данных моделей является последовательность принятия решений. Так, в модели Курно решение об объеме производства фирмы принимают одновременно, а в модели Штакельберга одна фирма является лидером и принимает решение об объеме производства первой, а другая фирма-последователь принимает объем производства лидера как данный, и удовлетворяет остаточный рыночный спрос.

Рассмотрим взаимодействие фирм на российском рынке металлопроката, на котором тестируется высокая концентрация производства. По данным Центра развития НИУ ВШЭ, несмотря на то, что на рынке представлено около 20 фирм, в 2017 году около 70% российского производства металлопроката приходилось на три крупнейшие компании: ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (31%), ПАО «Северсталь» (31%), ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (21%) [2]. По качественным характеристикам производимая продукция (металлопрокат) является однородной, так как должна изготавливаться в соответствии с установленными ГОСТами и не обладает какими-либо отличительными свойствами или уникальными характеристиками, передаваемые товару самими производителями. Размеры чистой прибыли, рассматриваемых компаний в 2017 году также были примерно одинаковыми: ПАО «ММК» (1,2 млрд. \$), ПАО «Северсталь» (1,4 млрд. \$), ПАО «НЛМК» (1,5 млрд \$), причем в 2016 году по размерам прибыли немного лидировало ПАО «Северсталь». Исходя из вышесказанного, рассматриваемые компании обладают примерно одинаковой рыночной властью и самостоятельно определяют объем выпуска своей продукции. Анализ текущих цен показал, что цены на однородную продукцию (арматуру в прутках) являются также достаточно однородными – находятся в диапазоне от 65 до 70 тыс. руб. [3], [4], [5]. Приведенные выше характеристики позволяют прийти к выводу, что конкуренцию на рынке металлопроката в России можно классифициро-

вать как олигополию по модели Курно, причем основные предпосылки данной модели также характерны для рынка металлопроката.

Ряд отличительных особенностей свойственен российскому рынку банковских услуг. Во-первых, в России крупнейшие игроки банковского рынка – ПАО «Сбербанк» и ПАО «Банк ВТБ» - являются государственными банками, более 50% акций которых находятся в собственности государства, что может негативно сказываться на экономическом росте страны [6]. Более того, некоторые менее крупные игроки банковского рынка также характеризуются участием государства в управлении (рисунок 1). Во-вторых, для данного рынка также свойственен достаточно высокий уровень концентрации активов - на пятерку крупнейших банков приходится более 60% активов по оценкам Ассоциации Банков России на 01.07.2020, причем данный показатель имеет тенденцию к увеличению в 2010 году, на долю ТОП-5 банков приходилось 48% активов [7].

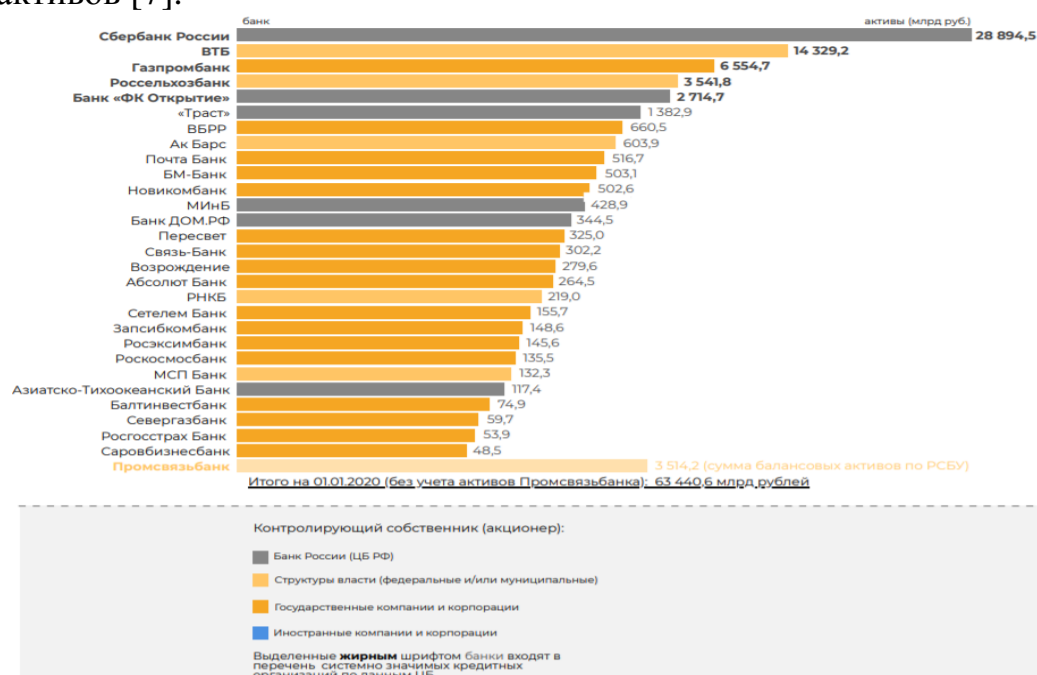


Рисунок 1 – Рейтинг российских государственных банков или банков с госучастием по размерам активов с указанием контролирующего собственника [8]

На рынке банковского сектора России можно идентифицировать компанию-лидера – ПАО «Сбербанк», активы которого почти в два раза превышают ближайшего последователя – ПАО «Банк ВТБ». Несмотря на то, что банковские услуги можно охарактеризовать как дифференцируемый продукт (банки предлагают различные условия по своим продуктам), на наш взгляд, взаимодействие крупнейших компаний на банковском рынке можно охарактеризовать моделью Штакельберга с учетом некоторых модификаций. Так, ПАО «Сбербанк» является технологическим лидером на данном рынке и за счет успешного внедрения в свою бизнес-модель цифровых технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект, облачные технологии и другие, делает свои сервисы более привлекательными и безопасными для клиентов, что также позволяет увеличивать объем предоставляемых услуг. Более того

данная компания выстраивает на своей цифровой платформе экосистему, объединяющую сервисы и приложения различного назначения, в том числе, не связанные с предоставлением банковских услуг. Компании-последователи также модернизируют свои бизнес-процессы, однако, как правило, внедрение инноваций происходит со значительным отставанием от лидера. Описанное выше взаимодействие имеет сходство с теоретической моделью, представленной в статье А.С. Плещинского и Е.С. Жильцова [9]. Так, в рамках данной модели компания-лидер, внедряя инновацию в свое производство, получает преимущество перед своими конкурентами-преследователями, не способными проводить модернизацию такими темпами, вследствие чего увеличивает объем выпускаемой продукции или предоставляемой услуги. Также можно выявить сходство между ситуацией, сложившейся на современном российском банковском рынке, и моделью, описанной Левиным В.И., Бусыгиным В.П. и Поповой Е.В [10]. Так, в своей работе они рассматривают модель олигополии, предложенную Де Фрайем и Дельбоно, в которой одна фирма является государственной, а другие частными, и приходят к выводу, что при взаимодействии по Штакельбергу наиболее выгодным с точки зрения общественного благосостояния исходом будет национализация всей отрасли. Будет ли аналогичный исход оптимальным для банковского сектора России с позиции общественного благосостояния – достаточно спорный вопрос, однако отметим, что в условиях экономической нестабильности именно госбанки играют ключевую роль в сохранении устойчивости банковского сектора. Таким образом, с учетом специфики рынка банковских услуг в России в общих чертах взаимодействие крупных игроков данного рынка можно описать моделью Штакельберга с некоторыми модификациями.

Проведенный анализ количественных моделей взаимодействия между фирмами на российских рынках позволил выявить признаки олигопольных структур. Причем олигополистическая конкуренция идентифицируется на различных рынках: это и рынки, связанные с тяжелой промышленностью (металлургия, нефте- и газодобыча и переработка), рынок банковских услуг, для которого, не смотря на большое число игроков, характерен высокий уровень концентрации и наличие явного лидера. В связи с широкой распространенностью олигополий в современной российской экономике и в целях снижения барьеров входа на определенные рынки возникает необходимость государственного регулирования конкурентной среды в России. На наш взгляд, для того чтобы разрабатывать более эффективные меры конкурентной политики, необходимо учитывать сложившуюся специфику взаимодействия фирм-конкурентов на высококонцентрированных отраслевых рынках.

Список литературы

1. Филатов А. Ю. Модели олигополии: современное состояние / А.Ю. Филатов // В сб.: Теория и методы согласования решения. Российская акад. наук, Сибирское отделение отв. ред. В. И. Зоркальцев, А. Ю. Филатов. – Новосибирск. – 2009.

2. Волкова А.В. Рынок плоского металлопроката 2018. [Электронный ресурс] // Центр развития НИУ ВШЭ. – Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2018/12/15/1144525311/Рынок%20плоского%20металлопроката%202018.pdf> – [05.10.2021].
3. ММК – официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rusmmk.ru/prajs-list/> – [05.10.2021].
4. Северсталь – Маркет [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://market.severstal.com/ru/ru/o/c/46/96> – [05.10.2021].
5. НЛМК – официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nlmk.shop/> – [05.10.2021].
6. Глушкова Е.А. Макроэкономические последствия государственного присутствия в банковской системе: эмпирический анализ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223348941/Article_DiK_Glushkova_12Oct10.pdf – [06.10.2021].
7. Ассоциация Банков России – Аналитические материалы «Экономика и банки в условиях глобальной нестабильности» 2020 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://asros.ru/upload/iblock/ff4/ekonomika_i_banki_v_usloviyakh_globalnoy_nestabilnosti.pdf – [06.10.2021].
8. Финансовый супермаркет banki.ru – Обзор банковского сектора 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://static2.banki.ru/ugc/ba/58/70/d0/bank-obzor-2019-dl_-publikacii.pdf – [06.10.2021].
9. Плещинский А.С., Жильцов Е.С. Анализ результатов производства в условиях олигопольной конкуренции инноватора и его преследователя / А.С. Плещинский, Е.С. Жильцов // Экономика и математические методы. – 2013. – № 1. – С.88-105.
10. Левин В.И., Бусыгин В.П., Попова Е.В. Разработка и анализ выбора стратегий участниками смешанных рынков / В.И. Левин, В.П. Бусыгин, Е.В. Попова / Монография. – 2016. – Москва.

Кишковская Алена Олеговна – магистрант
Научный руководитель – Белокрылова Ольга Спиридоновна, д.э.н., профессор
(ЮФУ, г. Ростов-на-Дону)

МОДЕЛИ ЦЕНОВОЙ ОЛИГОПОЛИИ И СГОВОР НА РОССИЙСКИХ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

В рамках данной статьи рассмотрим модели олигополии, в которых стратегической переменной выступает цена. Как правило, олигополисты конкурируют между собой, манипулируя ценами, на рынках, связанных с розничной торговлей, предоставлением различных видов услуг, так как в данных случаях фирмы могут оперативно изменять объемы выпуска.

В модели Бертрана олигополисты, обладающие примерно одинаковой рыночной властью и неограниченными производственными мощностями, одновременно принимают решение по установлению цен на свою продукцию, которая является однородной. Желая захватить большую долю рынка, данные фирмы будут стремиться снижать свои цены, что в итоге может привести к установлению цен на уровне предельных издержек. В таком случае фирмы-конкуренты будут вынуждены функционировать без получения прибыли или покинуть рынок, данная ситуация представляет собой «парадокс Бертрана» и является крайним проявлением ценовой войны. В условиях реального рынка достижение такой ситуации маловероятно, так как фирмы-олигополисты не могут обладать неограниченными производственными мощностями и ориентируются на долгосрочные цели и взаимодействия, в том числе могут вступать в сговор, а производимая ими продукция может обладать отличительными свойствами. Таким образом, предпосылки классической модели Бертрана являются нереалистичными, а модель динамической ценовой конкуренции, при которой конкуренты отказываются от ценовых войн и применяют различные ценовые стратегии, например, назначать высокую цену в ответ на установление конкурентом высокой цены (стратегия «око за око»), или внезапно и независимо от действий фирмы-конкурента назначить низкую цену (стратегия «хищничества») представляются более актуальными в условиях современной экономики [1].

В статье Левиной Е.А. и Покатович Е.В. приводится пример конкуренции по ценам между субъектами российского автомобильного рынка. Так, продавцы автомобилей марок Honda и Mazda в 2016 году перешли на новую форму взаимодействия с покупателями – в связи с тем, что производители данных автомобилей отказались от партийных поставок, дилеры работают по предзаказу, устанавливая на автомобиль условной комплектации цену и рассматривая возможность небольшого торга с покупателем [2]. Отсутствие в наличии автомобилей у продавцов данных марок и необходимость ожидания поставки авто, заказанного покупателем, делает невозможной количественную конкуренцию между дилерами данных марок. Отметим также, что несмотря на то, что автомобили являются дифференцированным товаром, две рассматриваемые марки могут расцениваться покупателями как субституты, так как выпускают модели авто примерно одинаковых классов. Таким образом, взаимодействие данных компаний можно отнести к модели динамической ценовой конкуренции.

Другой разновидностью модели олигополии, в которой стратегической переменной выступает цена, является модель ценового лидерства, характерной чертой которой выступает наличие на рынке лидера, устанавливающего цену на производимое благо, а остальные фирмы принимают цену как данную. Примером взаимодействия в рамках данной модели может стать рынок операторов грузовых железнодорожных перевозок в России [3]. Данный рынок характеризуется склонностью к концентрации – на ТОП-10 фирм представителей данного рынка приходится более 60% перевозок. Причем на про-

тяжении последних двух лет четко идентифицируется лидер на данном рынке – АО «Федеральная грузовая компания», которая занимает первое место по количеству вагонов в собственности и управлении, а также в 2019 году заняла первое место на рынке по грузообороту [4]. Примечательно, что данная компания является дочерней компанией ПАО «РЖД», которая имеет возможность лоббировать свои интересы в целях изменения механизмов тарификации грузовых железнодорожных перевозок, которые устанавливаются государством [5]. Следовательно, компания АО «ФГК» является лидером на данном рынке, которая способна влиять на ценообразование грузовых железнодорожных перевозок, а остальные фирмы-последователи принимают цену как данную и определяют свой объем предоставления данных услуг.

Достаточно распространенным явлением на рынке олигополии является ситуация сговора между фирмами-участниками рынка, когда осуществляется явное или неявное соглашение относительно объемов или цен на производимую продукцию в целях получения сверхприбыли.

Так, рынок нефтепродуктов в России можно идентифицировать как олигополистический и высококонцентрированный, так как на трех крупнейших игроков данного рынка – ПАО «Газпром», ПАО «ЛУКОЙЛ», и ПАО «НК «Роснефть», которые являются вертикально интегрированными нефтяными компаниями, приходится доля рынка продажи нефтепродуктов более 70% [6]. Аналогичная ситуация сложилась и на рынке газа. В условиях снижения мировых цен на углеводороды, ВИНКи стремятся компенсировать недополученную прибыль от экспорта своей продукции за счет завышения цен на топливо внутри страны. Ценообразование на данном рынке не является транспарентным, систематически выявляются нарушения данными компаниями антимонопольного законодательства.

Рынок операторов сотовой связи также можно отнести к олигополии. В России данный рынок представлен четырьмя крупнейшими компаниями – ПАО «МегаФон», ПАО «МТС», ПАО «ВымпелКом» и ООО «Г2 Мобайл». Особенностью взаимодействия фирм на данном рынке является многообразие стратегий их поведения, например, конкуренция по объемам предоставляемых услуг в так называемых «пакетных» тарифах, которые в настоящее время являются наиболее распространенными, и ценовая конкуренция, более характерная для раннего периода развития телекоммуникационного рынка, когда устанавливалась цена за минуту разговора или гигабайт трафика интернета. На данном рынке также существует высокий риск сговора компаний «большой четверки», чем обусловлено повышенное внимание Федеральной Антимонопольной Службы к действиям данных фирм, в особенности в области изменения цен на тарифы [7].

Возникает необходимость минимизации негативных последствий функционирования олигополистических рыночных структур и не допуска сговора на рынках несовершенной конкуренции, как наиболее убыточной для общественного благосостояния модели взаимодействия олигополистов. Так, Жук А.А. обосновывает целесообразность государственного регулирования

конкуренции посредством формирования адекватных правил игры и позитивных неформальных практик, а также осуществления надзора за соблюдением установленных правил и применения санкций к нарушителям [8]. Разработку мер, направленных на создание благоприятной конкурентной среды, а также контроль за соблюдением антимонопольного законодательства в России осуществляет Федеральная Антимонопольная Служба. Примером реализации мер по развитию конкуренции в банковском секторе, в частности направленных на создание равных конкурентных условий для госбанков и частных банков, является разработка унифицированных и упрощенных требований к кредитным организациям для получения ими допуска на оказание определенных видов услуг и доступа к программам субсидирования [9]. В рамках регулирования конкуренции на рынке нефтепродуктов ФАС проводит мероприятия, направленные на обеспечение недискриминационного доступа компаний на данный рынок, усовершенствованию процедур торгов нефтепродуктами, осуществляется работа по внесению соответствующих изменений в российское законодательство. Таким образом, органами государственной власти проводятся мероприятия, направленные на поддержания конкуренции на отраслевых рынках.

Список литературы

1. Филатов А. Ю. Модели олигополии: современное состояние / А.Ю. Филатов// В сб.: Теория и методы согласования решения. Российская акад. наук, Сибирское отделение отв. ред. В. И. Зоркальцев, А. Ю. Филатов. – Новосибирск. – 2009.
2. Левина Е.А., Покатович Е.В. Конкуренция по Курно и по Берtrandу: выбор стратегической переменной на примере автомобильного рынка России/ Е.А. Левина, Е.В. Покатович // The theory of competition. – 2015. – № 9. – С.52-62.
3. Дзобелова В.Б., Лебедева Н.Ю. Модели олигополии и их проявление в современной экономике России/ В.Б. Дзобелова, Н.Ю. Лебедева // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени К. Л. Хетагурова. – 2020. – № 2. – С. 110-116.
4. Топ-20 крупнейших железнодорожных операторов РФ в 2019 году. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4276226> (дата обращения – 07.10.2021).
5. Бутов А.М. Рынок перевозок грузов железнодорожным транспортом 2016. [Электронный ресурс] // Центр развития НИУ ВШЭ. – Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/01/13/1115379723/Рынок%20перевозок%20грузов%20железнодорожным%20транспортом%202016.pdf> – [05.10.2021].
6. ФАС – Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год. -Москва. – 2020.
7. ФАС – Динамика цен на рынке услуг мобильной связи в 2020 году. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/30097> – [06.10.2021].
8. Жук А.А. Государственное регулирование конкурентной среды/ А.А. Жук // Перспективы науки. – 2011. – № 8. – С. 162-169.

9. ФАС – Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год. – Москва. – 2020. – 221 с.

Климова Екатерина Дмитриевна, студент гр. ОУб-191
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ФАКТОРОВ ООО «МОНТАЖЭНЕРГОСТРОЙ»

Современный строительный комплекс РФ представляет собой определенную систему рыночных отношений. Для данной отрасли свойственна общепромышленная специфика капитального строительства (привязка к земельным ресурсам, относительно долгие сроки создания конечного продукта, высокие единоразовые капитальные вложения и проч.) [1].

ООО «Монтажэнергострой» больше 16 лет известно, как одно из ведущих строительных предприятий Кемеровской области.

ООО «Монтажэнергострой» является генеральным подрядчиком при строительстве объектов социального, гражданского, жилищного и промышленного назначения. Одной из ключевых компетенций ООО «Монтажэнергострой» является строительство котельных, работающих на различных видах топлива, а также инженерных сетей и насосных станций. На данный момент компания реализовала десятки проектов, которые позволили повысить надежность теплоснабжения в различных муниципальных образованиях Кемеровской области. Партнерские отношения с производителями котельного, насосного оборудования и строительных материалов позволяют реализовать проекты качественно и в оговоренные сроки.

Одним из приоритетных направлений деятельности ООО «Монтажэнергострой» является строительство объектов социальной инфраструктуры: реализованы проекты по строительству детских садов, центров образования, медицинских учреждений в различных городах Кемеровской области [2].

Исследование конкурентной среды компании ООО «Монтажэнергострой» (МЭС) позволило выявить основные факторы внутренней среды, влияющие на ее бизнес (таблица 1).

Проанализировав факторы внутренней среды, можно сказать, что финансовое состояние предприятия в целом прибыльное. Однако при решении различного уровня задач нужно верно представлять, поддаются ли критичные причины контролю со стороны компании (таблица 2).

Таблица 1 – Факторы внутренней среды

| Функциональная зона | Параметры для анализа |
|---------------------|---|
| Производство | <p>ООО «МЭС» осуществляет деятельность в области строительства котельных, строительства объектов социальной инфраструктуры, жилищного строительства, строительства инженерных сетей и промышленного строительства.</p> <p>Основное направление – строительство объектов социальной инфраструктуры.</p> <p>По сравнению с 2019 годом в 2020 году выручка увеличилась на 301913 тыс. руб. Увеличение выручки произошло за счет роста количества заказов.</p> <p>Общество использует личные приобретенные основные средства.</p> |
| Маркетинг | <p>ООО «МЭС» имеет официальный сайт.</p> <p>За 16 лет на рынке имеет хорошую репутацию в сфере проектно-строительных работ, многолетнее партнерство с лидерами мирового рынка. Однако маркетинговая политика недостаточно проработана.</p> <p>Поставщиков больше 50.</p> <p>Высокая конкуренция: СДС, Промстрой, Ремстройторг.</p> |
| Финансы | <p>ООО «МЭС» имеет достаточно устойчивое финансовое положение. Среднегодовая величина активов возросла за год на 167 459 тыс. руб.</p> <p>Наблюдается тенденция к улучшению основных экономических показателей, таких как выручка и прибыль, что является предпосылками эффективной деятельности. К сожалению, оборачиваемость активов в прошедшем году снизилась с 38,6 до 26,4 оборотов.</p> |
| Персонал | <p>Численность рабочих в связи с увеличением объемов работ увеличилась за год на 7,4% и составила 140 человек. Среднемесячная заработная плата – 30,2 тыс. руб.</p> |

Для этого был проведен SWOT-анализ деятельности предприятия, в результате которого выявлены некоторые угрозы для хозяйствующего субъекта, требующие разработки мероприятий по их устранению. К таким проблемам можно отнести: дефицит кадров, угроза поглощения более крупной компанией, замена поставщиков и другие [3, 4]. Перечисленные угрозы подкреплены слабыми сторонами предприятия, выявленными в ходе этого же анализа. К ним были отнесены: недостаточно проработанная маркетинговая политика, низкая мотивация сотрудников, высокие издержки производства.

Таким образом, оценка конкурентных преимуществ ООО «МЭС» позволила утверждать, что у предприятия есть как слабые, так и сильные стороны.

ООО «Монтажэнергострой» имеет серьезный потенциал для эффективной

работы на рынке и возможности для повышения своей конкурентоспособности.

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа ООО «Монтажэнергострой»

| Слабые стороны | Сильные стороны |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Непостоянство денежного потока из-за большого периода оборота дебиторской задолженности 2. Высокие издержки производства 3. Недостаток финансовых средств 4. Недостаточно проработанная маркетинговая политика 5. Средняя удовлетворённость потребителей качеством выполненных работ в типовом жилищном строительстве (ровность полов, потолков, звукоизоляция и пр.) «средняя цена – низкое качество» 6. Слабая мотивация сотрудников | <ol style="list-style-type: none"> 1. Хорошая кредитная история 2. Устойчивые финансовые показатели 3. Строительство элитной недвижимости 4. Позитивный имидж предприятия (участие в выставках, благотворительная деятельность) 5. Многолетнее партнерство с лидерами мирового рынка 6. Широкая производственная линейка геотехнических работ и услуг 7. Наличие у предприятия утвержденных Госстроем России Стандартов организации 8. Высокая доля крупных потребителей (департамент строительства Кемеровской области, Аквастрой ООО и др.) 9. Поставщиков более 50 10. Невысокая цена на строительные работы 11. Разработка плана проекта в кратчайшие сроки 12. Постепенное внедрение БП (бережливое производство) |
| Угрозы (риски) | Возможности |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Резкий рост курса доллара может привести к росту цен на строительные материалы и уменьшить спрос 2. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства 3. Высокая конкуренция 4. Дефицит квалифицированных кадров(строители) 5. Возможность прихода на рынок крупных московских строительных компаний 6. Угроза поглощения более крупной компанией 7. Из-за резко континентального климата не всегда удастся выполнить работу, которая была запланирована (дождь, снег) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Шансы быстрого роста в отрасли строительства 2. Появление новых технологий в строительстве 3. Расширение строительства объектов коммерческой недвижимости (торговые и развлекательные центры) 4. Расширение географических границ деятельности 5. Реализация программы улучшения качества строительства 7. Выход на смежный рынок малоэтажного строительства (сегмент: таунхаузы, коттеджное строительство) 8. Участие в программах целевой подготовки кадров |

Список литературы

1. Белова А.П. Квазиконкуренция на рынке строительной отрасли / А.П. Белова, С.М. Бугрова. – Текст: электронный // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апреля 2019 г., г. Кемерово. – Кемерово, 2019. - URL: <http://science.kuzstu.ru/wpcontent/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80303.pdf> (дата обращения 15.09.2021).
2. Официальный сайт ООО «МЭС» [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mes.tessib.ru/> (дата обращения 15.09.2021).
3. Степанова Д.С., Бугрова С.М. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия // Конкуренция и монополия. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. 2019. С.185-187.
4. Григашкина С.И., Третьякова И.Н. Загрязнение атмосферного воздуха в Кемеровской области // Природные и интеллектуальные ресурсы Сибири. Сибресурс. Материалы XIV международной научно-практической конференции. 2012. С.173-175.

Корягина Екатерина Алексеевна, студент гр. ЭОб-181
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИНДУСТРИЯ 4.0 КАК НОВЫЕ СРЕДА И ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Промышленную революцию в общем виде определяют (1) технологически как массовый переход в производстве от ручного труда к машинному, вовлечение в производственный процесс парового двигателя и появление механических станков; (2) организационно как переход от мануфактур к фабрикам. Такие процессы способствуют бурному развитию, прежде всего, машиностроительной промышленности и параллельному увеличению состояния собственников предприятий за счёт большого объёма производства. Начало процесса зафиксировано ещё в Англии в 18-ом веке. С тех времен наука не стояла на месте, непрерывно улучшалась, тем самым она позволила промышленности достигнуть стадии 4.0, когда она становится основной когнитивной картиной всего общества, а не только экономики. Отмеченное обстоятельство характеризует, по нашему мнению, индустрию 4.0 (далее – «И 4.0») как новую среду и новый фактор конкурентоспособности предприятий. «Концепция «И 4.0» описывает интеллектуальную производственную сеть, в которой физические производственные операции интегрируются с цифровыми технологиями, машинным обучением и большими данными, формируя целостную экосистему взаимосвязанных компаний, фокусирующихся на обрабатывающем производстве и управлении цепочками поставок» [7]. Это по-

нятие, в оригинале – Industrie 4.0, впервые было оглашено десять лет назад на промышленной выставке в германском Ганновере и до сих пор не теряет своей актуальности.

В других регионах мира для обозначения данного понятия используют иную терминологию. В США, например, – «промышленный интернет», в КНР – «Интернет +». Так или иначе, основу концепции образуют четыре ключевых понятия: киберфизические системы, ИИ, интернет услуг и «умные фабрики». На первый взгляд в сфере технологий «И 4.0» сводится лишь к промышленным платформам и компьютеризации. Но на практике одновременно указанные технологические процессы определяют и трансформацию бизнес-моделей, берущую свое начало от создания и развития цифровых цепочек создания стоимости [4].

Автоматизированное цифровое производство и искусственный интеллект, внедряемые Индустрией 4.0, по-настоящему революционизируют управленческие технологии [2] и экономику. Использование этих технико-технологических инноваций привело к значительному сокращению доли человеческого труда на производстве. Вполне предсказуемый такой поворот событий связан с риском потери иностранных инвестиций для развивающихся восточных стран мира, поскольку они вовлекают прямые инвестиции из-за недорогой наемной рабочей силы.

Вместе с тем продуктивное распространение и приложение достижений Индустрии 4.0 позволяют развивающимся странам становиться лучше в производственной и социальных сферах по сравнению с конкурентами в рамках глобальной экономики. Они получают этот прогрессивный шанс, благодаря процессам непрерывного социально-экономического развития.

На данный момент Индустрия 4.0 представляется предпоследней среди известных промышленных революций. Наряду с индустрией 5.0 она остаётся тем этапом, который приносит крупные изменения в процессы управления, производства, снабжения и потребления на предприятиях. Примером таких изменений может служить технология управления знаниями [3]. Компонентами Индустрии 4.0, влияющими на конкурентоспособность, являются [1]:

- использование больших баз данных;
- виртуальный анализ процессов производства;
- соединение виртуальных миров с реальными изображениями, применяющее способность устройств различать предмет;
- «прибавляемое» производство – это послойная технология наращивания и синтез объекта с помощью «3D-печати»;
- кибербезопасность;
- компьютерное моделирование (имеет важность для Индустрии 4.0 с точки зрения разработки продукции и проектировки).

Конкуренция – это жесткое соревнование, борьба, где побеждают самые лучшие участники. Конкурентоспособность или конкурентная сила – изначальный посыл быть не просто вовлеченным, но стать лучшим в борьбе за рынок продукта или услуги. Для повышения своей конкурентоспособности

предприятиям необходимо регулярно пересматривать подготовленность работников в знаниях новых цифровых технологий, оценки всех с ними связанных затрат и любых возможных изменений к лучшему. В результате предприятия получают возможность улучшать инновации и / или добавлять оригинальный функционал, качественно отличимый от конкурентов. Все это, по нашему мнению, подтверждает острую актуальность конкурентоспособности в новой экономике России [6].

М. Портер считает, что есть пять факторов, которые влияют на рыночную конкуренцию: (1) условия рыночного соперничества; (2) эластичность спроса и риск для новичков; (3) рыночное преобладание поставщиков; (4) опасность со стороны субститутов; (5) рыночное господство покупателей [5]. Индустрия 4.0 вносит ощутимые прогрессивные изменения во все эти факторы и тем самым, на наш взгляд, приобретает статус нового фактора конкурентоспособности предприятий.

М. Портер утверждал, что, анализируя конкуренцию, следует придерживаться трех концепций, которые повысят конкурентные преимущества или конкурентоспособность: лидерство по затратам, дифференциация и фокус [5]. Лидерство по затратам сконцентрировано на умении менеджмента сформировать высокую прибыльность. При этом им необходимо удерживать производственные затраты под постоянным наблюдением. И, в результате, быть конкурентоспособными. «И 4.0» всемерно сокращает затраты производства и тем самым еще более повышает конкурентоспособность предприятий. Дифференциация – это умение производителей выпускать высококачественные товары и услуги, отличные от существующих на рынке, создавать уникальные технологии, услуги и процессы и артикулировать их эффект. Преимущества «И 4.0» неуклонно ведут к повышению качества работы, товаров и оказываемых потребителю услуг.

Фокус проявляется в концентрировании руководства на целях создания конкурентных преимуществ предприятия, с соблюдением стратегических задач, решаемых в связи с другими возникшими целями. Решение стратегических задач при этом происходит двумя способами: (1) предприятие старается повысить эффективность бизнеса в плане оптимизации затрат или (2) предприятие стремится получить конкурентное превосходство, сконцентрировавшись на дифференциации, понимаемой как указано выше. Для уменьшения занятости малооплачиваемой рабочей силы наряду с увеличивающейся занятостью квалифицированной рабочей силы в высокотехнологичных сферах необходимы немалые инвестиции в «И 4.0». Увеличение производительности труда при производстве персонализированных товаров приведет к желаемому росту объемов производства и продаж. За счет внедряемых интеллектуальных систем растет и качество производства в целом. Производство безупречного во всех отношениях товара происходит с помощью появившегося программного обеспечения для анализа данных пользователей.

Итак, благодаря четвертой промышленной революции или «И 4.0» на мировом и локальных рынках будет расти выпуск продукции с высокой до-

бавленной стоимостью, наравне с технологическими нововведениями и прогрессивными экономическими и социальными изменениями. Следствием инноваций в обрабатывающей промышленности станут устойчивый экономический рост и требуемый подъём конкурентоспособности отечественных предприятий.

Список литературы

1. Бершак В. М. Индустрия 4.0 и конкурентоспособность. Контентус. 2019. № S 11. С. 178-181. –
URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42405799_83952767.pdf.

Колодяжная Олеся Владимировна, студентка гр. Э-б-о-186
(ИЭиУ КФУ им. Вернадского, г. Симферополь)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «СОЛНЕЧНЫЙ»

Гостиничная отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей в Крыму. Ежегодно полуостров посещают около 1,5 миллиона туристов, а количество средств коллективного размещения - непрерывно растет [1].

Отметим, что объем предоставленных услуг непрерывно растет, следовательно, рынок гостиничных услуг Крыма находится в фазе подъема.

Местоположение предприятия является одним из наиболее весомых факторов потребительского выбора. Большое значение имеет приближенность к достопримечательностям, к пляжным зонам, к горной местности, а также ключевую роль играет доступность транспортной инфраструктуры близлежащих территорий.

Так, на примере предприятия ООО «Пансионат «Солнечный» будет проанализирована конкурентная среда предприятий гостиничного бизнеса.

Предприятия находится на Западном побережье Крыма, недалеко от Симферополя, в поселке Николаевка. Курорт Николаевка образовался относительно недавно и считается на рынке туризма относительно молодым, но он уже успел полюбить туристам. Месторасположение курорта - это перечисление только достоинств: мягкий климат, чистый воздух и Черное море в шаговой доступности. Поблизости с курортом сосредоточено много развлекательных мест.

Как правило, те, кто выбирают для отдыха небольшие курортные поселки крупным туристическим центрам, рассчитывают сэкономить.

Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется фирме в первую очередь для того, чтобы определить в чём её преимущества и недостатки перед конкурентами и сделать выводы для выработки фирмой собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества [2].

Отметим, что ключевыми конкурентами пансионата «Солнечный» являются следующие пансионаты: Лучезарный, Энергетик, Апельсин и Южный.

На развитие гостиничного бизнеса огромное влияние оказывает ряд факторов, а именно:

1. Место расположения гостиницы

В связи с тем, что Николаевка – это небольшой поселок, все пансионаты находятся в непосредственной близости друг с другом, и имеют практически одинаковое расстояние к центру поселка и к пляжу.

2. Предоставляемые услуги

В пансионате «Солнечный» помещения рассчитаны на 1-4 человек и представляют длинную линию категорий комфортности. Но даже самые бюджетные оборудованы: телевизорами, кондиционерами, холодильниками, наборами посуды для чая. В цену размещения включено питание по типу шведского стола, на проживание детей предоставляются скидки. Также на территории есть: небольшой аквапарк, детская игровая площадка и клуб, два бассейна, сауна, спортивные площадки для игры в теннис, бадминтон, гольф, библиотека, кинозал, конференц-зал, салон красоты, экскурсионное бюро. Желаящие поправить здоровье проходят сеанс терапии в соляной комнате, что положительно сказывается на органах дыхания [4].

В пансионате «Энергетик» в большом многоэтажном строении расположены 2- и 3-местные покои с полными и частичными удобствами, и есть возможность установки дополнительных мест. Собственная столовая обеспечивает гостей 3-разовым питанием. Также на территории есть: медпункт, кинозал, косметический кабинет, услуги массажа, спортивные площадки.

В пансионате «Южный» отдыхающих размещают в 2- и 3-местных номерах в 6-этажном корпусе с лифтом. Все они с удобствами, балконами, ТВ и холодильниками. В бронь включена оплата комплексного питания (шведский стол). На территории находятся: бассейны для детей и взрослых, спортплощадки, теннисный корт, площадка для игр, мини-клуб, веревочный городок для детей, несколько баров; киноконцертный зал, анимация и настольные игры. Отметим, что «Южный» — пансионат с лечением. Здесь используют сакские грязи, ингаляции, массаж, также есть соляная комната.

В пансионате «Лучезарный» клиенты размещаются в 2- и 3-местных апартаментах разных категорий комфортности в трех корпусах. Повсеместно имеются телевизоры, холодильники, кондиционеры и минимальный набор посуды. Комплексное питание включается в стоимость проживания. На территории находятся: три бассейна с водными горками, детский клуб; анимация, зоны для тенниса, мини-футбола, баскетбола, столы для бильярда и пинг-понга, экскурсии, тренажерный зал, 3 бани и салон красоты. При желании можно воспользоваться прокатом спортивного инвентаря, в том числе детских квадроциклов, прачечной, приходящей няни.

В пансионате «Апельсин» номера позволяют разместить 2-4 человек, они представляют разные категории комфортности, но все кондиционирова-

ны, укомплектованы телевизорами, холодильниками, сейфами, фенами и имеют балконы. На территории находится: большой бассейн с детским отделением и джакузи, анимация, детские и спортивные площадки, кино- и конференц-зал, спа-салон, маникюрный кабинет, бани, бар с караоке. Гостям оказывается помощь с организацией экскурсий, есть прокат авто.

Таким образом, все вышеперечисленные предприятия предоставляют схожий перечень услуг. Однако, среди конкурентов выделяются пансионаты «Южный» и «Солнечный», так как на их территории есть соляная комната и другие лечебные комнаты.

3. Рейтинг и онлайн-репутация

В поселке Николаевка всего функционирует 17 пансионатов, из них 1 место занимает Южный, 2 место – Солнечный, 5 место – Энергетик, 8 место – Апельсин и 16 место «Лучезарный» [3].

4. Цена

Для оценки ценовой политики ООО «Пансионат «Солнечный» был проведен анализ цен пансионатов-конкурентов на идентичные номера. В качестве индикаторов были взяты номера три категории: одноместный комфорт, двухместный комфорт и люкс (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение цен в пансионатах в пгт. Николаевка, руб.

| Пансионат | Одноместный | Двухместный | Люкс |
|------------|-------------|-------------|--------|
| Солнечный | 3 400 | 5 500 | 10 500 |
| Лучезарный | 3 800 | 6 000 | 10 000 |
| Энергетик | 3 500 | 5 900 | 9 800 |
| Апельсин | 3 700 | 5 800 | 10 100 |
| Южный | 3 800 | 5 700 | 9 700 |

Источник: составлено автором на основе [5]

На основе таблицы можно сделать вывод, что в категориях «одноместный номер», «двухместный номер» у предприятия «Солнечный» самые низкие цены среди представленных конкурентов, что является несомненным конкурентным преимуществом. Однако стоимость проживания в номере «люкс» немного выше.

Таким образом, отметим сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы при их реализации (таблица 2).

SWOT-анализ демонстрирует наглядность необходимых для повышения конкурентоспособности мероприятий, основная часть которых должна быть направлена на устранение слабых сторон, которые в немалой степени влияют на развитие гостиницы. Возможности для улучшения показателей развития у пансионата «Солнечный» есть, что еще больше подкрепляют сильные стороны.

Таблица 2 – SWOT-анализ предприятия ООО «Пансионат «Солнечный»

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|--|--|
| 1. Парковая территория 6,70 га 2. Первая линия 3. Собственный пляж 4. Мини-аквапарк на территории 5. Современные номера 6. Соляная пещера | 1. Различие в комфортности номеров в рамках одной категории |
| Возможности | Угрозы |
| 1. Расширение сотрудничества пансионата с туристическими фирмами и организациями | 1. Усиление позиций существующих гостиниц-конкурентов 2. Появление новых пансионатов и домов-отдыхов 3. Неоднозначная экономическая ситуация |

Источник: составлено автором на основе [5]

Таким образом, можно сделать вывод, что гостиничный рынок отличается стабильными темпами роста и является привлекательным для новых игроков. Количество гостиничных предприятий ежегодно увеличивается, кроме того – имеет хорошую тенденцию к дальнейшему росту. Степень конкуренции гостиничной отрасли можно оценить, в целом, как среднюю, так как барьеры для входа в отрасль под силу преодолеть множеству предприятий, но необходимо придерживаться низких цен.

Список литературы

1. Егина И.О. Анализ рынка гостиничных услуг Республики Крым / И. О. Егина, О. И. Веретенникова, Е. Д. Силина // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – Т. 13. – № 2. – С. 38-45.
2. Кашаева Е. Теоретические основы организации гостиничного бизнеса гостиничного бизнеса / Е. Кашаева // Актуальные проблемы и перспективы институциональных изменений в современной экономике: материалы Международной заочной научно-практической конференции, Москва, 27 мая 2020 года. – Москва: Сфера, 2020. – С. 543-551.
3. Лучшие пансионаты Николаевки: ТОП-17 – рейтинг по отзывам с ценами: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://krymania.ru/pansionaty-v-nikolaevke/> (Дата обращения: 26.11.2020).
4. Организация ООО «Пансионат «Солнечный»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.list-org.com/company/8161898> (Дата обращения: 26.11.2020).
5. Официальный сайт ООО «Пансионат «Солнечный»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://solnechny-crimea.ru/> (Дата обращения: 26.11.2020).

Косинский Петр Дмитриевич, д.э.н., профессор
Меркурьев Владимир Владимирович, к.э.н., доцент
(КузГТУ г.Кемерово)

РАЗВИТИЕ АГЛОМЕРАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Агломерационные процессы, стали объектом пристального внимания многих отечественных и зарубежных исследователей в настоящий период времени. По мнению экспертов, агломерации представляют собой эффективный инструмент повышения конкурентоспособности экономики регионального уровня и, в целом, по стране, способствующий формированию благоприятных условий жителям и предпринимателям социально-экономического и правового характера. Агломерационные идеи фокусируются вокруг агломерационного эффекта, получаемого в результате, когда происходит объединение определенного числа участников, обладающих возможностями производственного, экономического, социального характер и расширение границ.

По мнению французского географа М.Руже, агломерация – это расселение населения, считая при этом, что возникновение ее происходит в случае концентрации городской экономической деятельности, не ограничивающейся административными границами и охватывают населённые пункты, расположенные вблизи городов [1].

Современные условия, по мнению Нецадина А.А., Тульчинского Г.Л. предопределили смену концепций к разрабатываемым стратегиям пространственного развития страны, где следует объединить взаимосвязанные и взаимодополняемые процессы в агломерации и их развитие и инновационно-промышленных кластеров. Касаемо концентрации жителей в крупных городах, формирование кластеров, представляющих плотную сеть объединённых экономической деятельностью субъектов, создающих дополнительную стоимость и территориально локализованные, происходит в параллельной плоскости с развитием агломераций [2].

Учитывая специфические особенности развития Кемеровской области – Кузбасса, характеризующейся высокой степенью урбанизации, особого положения сельских территорий, в данной статье мы остановимся на проблемах развития сельских агломераций и построении системы управления ими. Географически расселение на территории региона произошло таким образом, что почти на 2/3 территории образовались малые города, вокруг которых наличествуют сельские поселения. Сформировался общий рынок труда, транспортная сеть, рынок услуг и т.д.

Опыт формирования агломераций показывает, что для успешного функционирования необходимы определенные условия (для снижения затрат – предпочтительным является их наличие) [3, 4, 5]:

1. Близкое расположение сельских населенных пунктов в пределах транспортной доступности между собой и основным рынком сбыта;

2. Наличие транспортных связей, сетей сообщения, желательно, различного типа с выходом на потенциальные логистические каналы реализации продукции;

3. Близость расположения производителей аграрной продукции от транспортных узлов, что сокращает издержки и время доставки сельскохозяйственной продукции до переработчиков и до конечных потребителей;

4. Общая инфраструктура, позволяющая использовать электричество, трубопроводы, подъезды и другие необходимые инженерные элементы для участников агломерации;

5. Наличие общих административных связей, отсутствие существенных противоречий в управлении и организации производства, устойчивые хозяйственные связи между субъектами;

6. Наличие общих рынков труда, земли, капитала.

Вышеперечисленные элементы создают базу исследований, на основе которой строится работа по формированию и развитию агломераций.

Поскольку создание агломерации предусматривает возможность укрупнения муниципальных образований, то, как отмечает С.О. Вобленко «... с ростом размеров территории возникают три проблемы» [6]:

1) рост «издержек неудовлетворенных потребностей» – ситуация, когда с ростом масштабов поселения становится невозможно учесть потребности небольших по численности групп жителей и они «теряются» в результате усреднения при принятии решений;

2) рост «издержек агломерации»: развитие производственной деятельности, масштабов производства оказывают негативное воздействие на окружающую среду, увеличиваются затраты на содержание аппарата управления;

3) усиление процесса отчуждения власти от населения.

Однако, отмеченные проблемы вполне разрешимы, а преимущества сельской агломерации настолько очевидны, что оправдывают данный процесс.

В системе органов власти задаются базовые условия для функционирования сельской агломерации, решаются экономические задачи развития территорий, развития бизнеса и обеспечения населения комфортными условиями проживания, рабочими местами, создания инфраструктурной среды.

Формально, по всем признакам, агломерационные процессы в регионе развиваются, но носят стихийный характер. И задачей сегодняшнего дня является придание этому процессу упорядоченность и управляемость.

Как утверждают кузбасские ученые Харитонов А.В., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. «Рассматривая модель построения системы управления сельскими агломерациями, для целей повышения эффективности их функционирования следует выделить факторы, воздействующие на нее на основе двух групп факторов по степени воздействия на эффективность функционирования сельских агломераций: зависящих и не зависящих от субъектов управления» [6;7].

Наибольшего внимания заслуживают именно факторы, зависящие от субъектов управления агломерацией. К показателям, поясняющим действие производственно-экономических факторов, можно отнести инвестиции в основной капитал, показатели производства товаров и услуг, показатели производства сельскохозяйственной продукции, в том числе по видам продовольствия и прочие.

К социально-демографическим факторам следует отнести показатели среднесписочной численности и плотности населения, рождаемости, смертности и т.д., уровня безработицы, миграции, среднедушевых денежных доходов и пр. Кадровые факторы оцениваются показателями численности экономически активного населения, уровнем его квалификации и т.д. Действие финансового фактора выражается в показателях доходов и расходов бюджетов [5;6;7]. Экологические факторы оцениваются через показатели охраны и использования водных объектов, уровня загрязнения атмосферного воздуха, количества выбросов в атмосферу и прочих природных ресурсов.

Среди основных направлений повышения эффективности управления сельскими агломерациями можно выделить следующие направления:

- совершенствование работы с бизнес сообществом муниципальных образований, входящих в сельскую агломерацию;
- эффективное взаимодействие с общественными структурами;
- совершенствование системы взаимодействия с вышестоящими органами власти;
- выстраивание организационных механизмов структуры управления муниципальными образованиями, входящими в сельскую агломерацию;
- формирование единого информационного пространства при внедрении эффективных IT-инструментов;
- совершенствование материальной базы управления;
- совершенствование методов управления сельской агломерацией в целом и ее частями – отдельными муниципальными образованиями.

Современная российская практика по формированию агломераций предусматривает в целях реализации подхода агломерирования несколько вариантов:

1) создание некоммерческой организации, в состав учредителей которой входят все участники сельской агломерации. В данном варианте все учредители обладают одним голосом, решения принимаются коллегиально и реализуется исполнительным органом. Очевидное преимущество такой схемы является реализация демократического принципа равноправия управления, присутствуют и недостатки, связанные с единством мнений по решаемым вопросам. Подчиняясь законодательству, организация создается для реализации уставных функций;

2) создание координационного совета в виде автономной некоммерческой организации и некоммерческой организации в виде ассоциации. В координационный совет входят представители региональных органов власти и представители сельских территорий, формирующих агломерацию. Коорди-

национный совет является учредителем автономной некоммерческой организации и решает стратегические вопросы, а текущее управление осуществляет ассоциация.

Оценивая возможные преимущества формирования сельских агломераций необходим учет ряда сдерживающих их развитие аспектов, среди которых Д.А. Пивень выделяет «...во-первых, отсутствие развитых меж- и внутрирайонных (сельских) современных транспортных коридоров и средств сообщения; во-вторых, отсутствие устойчивых тесных производственных связей; в-третьих, отсутствие единого межрайонного микрорынка труда и его эффективного регулирования (в пределах агломерации наблюдается взаимосвязанное расселение, и происходят ежедневные маятниковые трудовые миграции между главным городом и поселениями пригородной зоны); в-четвертых, отсутствие функциональной связанности и слаженности работы структур, составляющих городскую агломерацию, и их недостаточная функциональная взаимодополняемость; в-пятых, недостаточное развитие социально-культурного комплекса и общей коммунальной среды и ряд других» [9].

В качестве сдерживающих факторов формирования сельских агломераций выступают:

1. Законодательно закрепленное понятие сельской агломерации используется только для финансирования определённых программных мероприятий, не предполагая единую организационную структуру, связывающую село-город;

2. Присутствие разнородной системы управления различными территориями, имеющими специфики развития, которые могли бы сформировать сельскую агломерацию, как формы взаимодействия;

3. Наличие значительных финансовых проблем, в особенности инвестиционного характера, затрудняющих реализацию сценарных действия участников;

4. Низкая бюджетная обеспеченность муниципальных образований, функционирующих на сельских территориях, их высокая зависимость от бюджетов вышестоящих уровней;

5. Отсутствие единых органов управления, уполномоченных на проектное развитие сразу нескольких территорий различного типа (сельских поселений, городских поселений, муниципальных районов, муниципальных округов) [2; 10];

6. Отсутствие в стратегиях развития муниципальных образований, регионов, положений учитывающих возможность создания сельских агломераций, т.е. не учет подобной формы организационного взаимодействия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Таким образом, современные экономические условия предопределяют агломерациям и их развитию, взять на себя миссию решения проблем региональной экономики, посредством повышения ее конкурентоспособности. Особую роль в этом должны сыграть: обеспечение и стабильность притока инвестиций, без которых невозможно повышение конкурентоспособности

региональной экономики; выход агломерации, выступающей товарным, финансовым, технологическим субъектом в системе товарного обмена на внешние и межрегиональные рынки; развитие социальной инфраструктуры; устойчивость региона к возможному изменению среды экономического порядка. Поэтому, основным элементом политики региона в области поддержки развития агломерационных процессов должны стать: снятие барьеров административного характера, разработка нормативно-правовой базы, направленной на совершенствование институциональной среды.

Список литературы

1. M.-F. Rouge. Definition des agglomerations// Urbanisme. – 1958. – № 60.
2. Нецадин А. А., Тульчинский Г.Л. Смена парадигмы стратегии регионального развития: сб. ст. Актуальные проблемы развития городских агломераций в Российской Федерации. Взгляд и позиция экспертов Союза российских городов. - М.: Изд-во «Спутник+», 2014. – С. 34-41.
3. Харитонов А.В. Предпосылки и условия формирования сельских агломераций в Кемеровской области // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 5 (часть 3). – С.179-188.
4. Харитонов А.В., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. Исследование процессов агломерирования сельских территорий// Вестник Твернского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2021. –№ 2 (54). – С.37-46.
5. Харитонов А.В., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. Процесс формирования сельской агломерации: экономический механизм // Московский экономический журнал. -2021. - №5.
6. Вобленко, С. О проблемах территориальной организации МСУ и путях их решения // Местное самоуправление. – № 10 (328), октябрь 2017 г. – С. 1-7.
7. Першукевич П.М., Харитонов А.В. Устойчивое развитие сельских территорий региона на основе сельских агломераций. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2018. – 312 с.
8. Харитонов А.В., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. Разработка системы управления сельской агломерации // International Agricultural Journal. – 2021. Т. 64. – № 3.
9. Пивен, Д.А. Региональная агломерация и предпосылки ее создания // Вестник ЯрГУ. Серия гуманитарные науки. – 2014. – № 1(27). – С. 133- 138.

Котов Роман Михайлович,
проректор по цифровизации и проектной работе, к.э.н., доцент
(ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Кемерово)

ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В настоящее время является развитие цифровых технологий способствуют трансформации всех сфер экономической деятельности, что приводит к изменению бизнес-архитектуры экономических субъектов. Цифровизация предполагает непрерывный процесс повышения бизнес-эффективности, направленный на интенсивное использование капитала (ресурсов) экономического субъекта и компонентов Индустрии 4.0.

В этой связи требуют постоянного мониторинга изменений в стратегии бизнеса, бизнес-структуре, бизнес-процессах, корпоративной культуре. Не остаются без внимания состав и содержание производимой продукции. Если 20 лет назад продукция промышленных предприятий носила конкретную предметно-ориентированную составляющую, обладающую конкретными свойствами и принадлежностью производителя материальных ресурсов, то сегодня из-за ускоряющихся процессов цифровизации эта характеристика становится настолько размытой, что продукт по структуре может относиться к нескольким смежным видам экономической деятельности или разным регионам по происхождению. В конечном итоге исследуемый процесс приводит к созданию новых продуктов, имеющих признаки цифрового товара, работы и услуги, а также новых секторов экономики, базирующихся на высоких технологиях, что требует пересмотра стандартов в отношении организации бизнес-процессов.

В России цифровизация бизнеса характеризуется широким распространением и доступностью мобильных устройств, а также беспроводных технологий, сетей связи и находится на начальном этапе развития [1]. Как указывают Р. Бухт, Р. Хикс, процесс цифровизации в мировой практике включает гораздо большее число технологий и инструментов управления. Помимо вышперечисленных к ним относят технологии хранения больших массивов данных, конверсию информационных цепочек создания стоимости в цифровой формат, виртуализация, перепрограммирование и рекомбинация бизнес-процессов и др. [2]. Н.М. Розанова, А.В. Юшин считают, что в основе изменений бизнеса лежат цифровые телекоммуникации, сетевые технологии и модели B2B и B2C [3]. Для оценки возможностей цифровизации, PwC оценили более 150 новых технологий, выделив в качестве ключевых технологии искусственного интеллекта, блокчейна, виртуальной и дополненной реальности, управления беспилотными устройствами, роботизацию процессов, интернет вещей, цифровое моделирование, которые, окажут наибольшее влияние на построение бизнес-моделей и архитектуры бизнеса компаний как во всем мире, так и в России [4]. Отсюда вытекает вывод, что в силу междисци-

плинарности исследуемого явления отсутствуют единые подходы к определению процессов цифровизации и требуются дальнейшие исследования их влияния на процессы управления улучшениями и изменениями бизнеса.

В научной литературе большинство исследователей указывают на положительные эффекты цифровизации, отождествляя вышеперечисленные технологии с факторами экономического роста и устойчивого развития [2]. Однако у цифровизации присутствует негативное влияние – это нарастание дезорганизационных процессов в управлении экономическими субъектами на различных иерархических уровнях.

В Стратегии развития информационного общества в РФ указывается, что «конкурентным преимуществом на мировом рынке обладают государства, отрасли экономики которых основываются на технологиях анализа больших объемов данных. Такие технологии активно используются в России, но они основаны на зарубежных разработках» [1]. Решение поставленной задачи усугубляется еще тем, что ведущие зарубежные IT-компании превратились в монополистов, захватив стремительно глобальный рынок за 2-3 года. Стабильный рост рынка смартфонов и увеличение трафика потребления мобильного интернета на душу населения в развитых и развивающихся странах позволил контролировать Google и Yandex почти весь цифровой рынок услуг благодаря стиранию границ рынка. Свидетельством указанного факта являются постоянные злоупотребления со стороны IT-гигантов на рынке контекстной рекламы, способствующие уходу с рынка региональных IT-компаний как в России, так и за рубежом. Специалисты указывают, что если в настоящее время не пересмотреть нормы антимонопольного законодательства по определению уровня власти монополиста, то о понятии «конкуренция» можно будет забыть. Необходима разработка новых индикаторов, в соответствии с которыми определялась бы рыночная власть корпорации. В зарубежной практике для оценки используются показатели затрат на исследования и разработки, направленные на создание барьеров для проникновения на рынок конкурирующих продуктов, дискриминацию выбора пользователей, создание новых сервисов и др. Следует понимать, что растущее предложение цифровых продуктов IT-монополистами формирует новую модель мышления потребителя, построенная на массовом поверхностном восприятии информации, что «дает преимущество в достижении экономических и политических целей тем государствам и организациям, которым принадлежат технологии распространения информации» [3].

Как правило, от реализации цифровой стратегии бизнес ожидает роста продаж и увеличения отдачи используемых ресурсов. Однако руководству при распределении ответственности и делегировании полномочий нужно понимать, что цифровая трансформация должна начинаться с обучения всего персонала в присутствии технических экспертов высокого уровня. На практике нехватка компетентных специалистов, недостаток инвестиций в обучение и цифровые технологии приводит к обратному эффекту и переключению на аутсорсинг бизнес-процессов, где требовалась цифровизация. По данным

Росстата в 2020 г. по сравнению с 2019 г. внутренние затраты на внедрение и использование цифровых технологий сократились с 78,9 % до 71,2 %, а внешние затраты на внедрение и использование цифровых технологий выросли с 21,1% до 28,8%. При этом затраты на продукты и услуги в области информационной безопасности сократились с 5,8% до 3,9 % [5].

Аутсорсинг бизнес-процессов в своем развитии эволюционировал в формы межорганизационных сетей для достижения синергетического эффекта благодаря развитию цифровых платформ. Сетевые формы бизнеса исследованы в работах [3, 6]. Применение сетевых форм приводит к увеличению объемов продаж и снижению издержек на запуск новых проектов из-за возникновения олигополистической конкуренции между платформами. Однако, как показывает практика, развитие сетевых форм, построенных на цифровых платформах, приводит к монополизации цифрового рынка и замещению ими традиционных рыночных игроков в силу использования платформами сетевых эффектов [7]. В качестве негативных эффектов следует указать использование непрозрачных механизмов ценообразования, проблемы обеспечения безопасности транзакций, отсутствие юридической и экономической защиты своих прав по отношению к участникам и др.

На основе вышеизложенного следует сделать вывод, что процессы цифровизации имеют двойственный характер и требуют государственного регулирования в вопросах стандартизации архитектуры бизнеса, антимонопольного и гражданского законодательства.

Список литературы

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы : указ Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203.
2. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций. – 2018. – Т. 136. – № 2. – С. 143-172.
3. Розанова Н.М., Юшин А.В. Механизм трансформации сетевого рынка в цифровую эпоху // TERRA ECONOMICUS. – 2015. – Т. 13. – № 1. – С. 73-88.
4. Восемь ключевых технологий для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/8technologies.html>. – [01.10.2021].
5. Информационное общество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/14478>. – [07.10.2021].
6. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса : коллект. моногр. / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др. ; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014 – 446.
7. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2018. – Т. 11. – № 6. – С. 22-36.

Кулагина Анастасия Сергеевна, студент гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ»)

В условиях рыночной экономики предприятие должно постоянно наращивать производственные мощности, следить за своей конкурентоспособностью, рентабельностью и улучшать своё финансовое состояние, чтобы увеличивать свою прибыльность.

Помимо этого, крайне важным является анализ деловой активности организации. Именно на его основе можно сделать выводы о финансовом состоянии предприятия и найти новые пути максимизации прибыли.

Что касается сущности понятия «деловая активность», то здесь нет единства мнений. Например, Юркова Т. И. и Юрков С. В. рассматривают деловую активность как результат использования основных производственных фондов предприятия [1]. На наш взгляд данный подход является однобоким, так как предполагает расчет показателей фондотдачи и фондорентабельности. Наиболее удачным нам видится подход В. В. Ковалева, который трактует деловую активность как весь спектр усилий, направленных на продвижение фирмы на рынках продукции, труда, капитала [2]. Он уточняет анализируемую категорию в контексте анализа финансово-хозяйственной деятельности организации: деловая активность – это текущая производственная и коммерческая деятельность предприятия [2].

Для анализа деловой активности организации используются различные подходы. Самый распространённый из них коэффициентный, предполагающий расчёт относительных показателей (коэффициенты оборачиваемости внеоборотных и оборотных активов, запасов, дебиторской задолженности, собственного капитала, кредиторской задолженности, банковских активов и готовой продукции и вместе с тем рассчитываются показатели оборачиваемости в днях) [3].

Однако, несмотря на то, что этот подход довольно легок для расчета, он не дает полного представления о деловой активности предприятия. Так, Савицкая Г. В. добавляет к перечисленным выше показателям показатели рентабельности, в первую очередь рентабельность капитала [4]. Волкова О. Н. и Ковалев В. В., помимо расчета показателей оборачиваемости, предлагают в рамках анализа деловой активности проводить оценку: степени выполнения планов, темпов роста прибыли, выручки и активов предприятия; фондотдачи; производительности труда [2]. Бочаров В. В. считает целесообразным оценить: широту рынков сбыта товаров, наличие надежных поставщиков и покупателей, конкурентоспособность, размер авансированного капитала, объем продаж, прибыль и т.п. [5].

В таблице 1 приведены показатели деловой активности АО «Кемеровоспецстрой», рассчитанные по разным методикам.

Таблица 1 – Деловая активность АО «Кемеровоспецстрой»

| Показатели | Период | | | Абсолютное изменение 2020-2018 |
|---|----------|----------|----------|-----------------------------------|
| | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | |
| Коэффициент оборачиваемости запасов материалов, обороты | 6,73 | 14,92 | 17,17 | 10,44 |
| Период оборачиваемости запасов материалов, дн. | 54,21 | 24,46 | 21,26 | -32,95 |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, обороты | 4,55 | 6,50 | 5,03 | 0,48 |
| Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дн. | 80,16 | 56,13 | 72,58 | -7,58 |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, обороты | 5,12 | 6,89 | 4,59 | -0,53 |
| Период оборачиваемости кредиторской задолженности, дн. | 71,24 | 52,97 | 79,48 | 8,24 |
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала, обороты | 2,56 | 3,54 | 2,28 | -0,28 |
| Период оборачиваемости собственного капитала, дн. | 142,65 | 103,18 | 159,83 | 17,18 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, обороты | 1,76 | 2,49 | 1,61 | -0,16 |
| Период оборачиваемости оборотных активов, дн. | 207,06 | 146,31 | 227,08 | 20,02 |
| Коэффициент оборачиваемости банковских активов, обороты | 2,48 | 3,33 | 2,16 | -0,32 |
| Период оборачиваемости банковских активов, дн. | 147,47 | 109,66 | 169,12 | 21,65 |
| Фондоотдача, руб./руб. | 13 | 15 | 11 | -3 |
| Производительность труда, тыс.руб./чел. | 3 708,11 | 6 471,99 | 5 454,16 | 1 746,04 |
| Фондорентабельность, % | 74 | 234 | 125 | 51 |
| Рентабельность капитала, % | 16 | 57 | 25 | 8 |
| Индекс Альтмана | 2,55 | 4,53 | 2,84 | 0,28 |

Согласно данным таблицы 1, можно отметить рост коэффициента оборачиваемости запасов свидетельствует об эффективном использовании материалов, отсутствии их избытка.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности незначительно меняется на протяжении трех лет, что означает, что срок оборота денежных средств между предприятием и его контрагентами остается на одном уровне.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности уменьшился в 2020 году в сравнении с 2018 и 2019 годами, как мы видим количество дней, за которое погашается кредиторская задолженность, увеличилось.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала в 2020 году сократился по сравнению с предыдущими годами, что говорит о снижении эффективности использования собственного капитала.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов в 2020 году сократился, что говорит об увеличении длительности производственного цикла. Но значение все еще больше единицы, так что можно говорить о том, что предприятие рентабельно.

Коэффициент оборачиваемости банковских активов в 2020 году снизился, что может свидетельствовать об ухудшении использования денежных средств организации, что может привести к снижению платежеспособности.

Фондоотдача в 2020 году стала меньше, чем в предыдущие два года, что может свидетельствовать об ухудшении эффективности использования основных средств или их выбытии, при увеличении объема продаж.

Производительность труда в 2020 году по сравнению с 2018 годом увеличилась за счет роста выручки организации.

Фондорентабельность в 2020 году уменьшилась по сравнению с 2019 годом, что связано с сокращением основных фондов предприятия, но выросла по сравнению с 2018 годом.

Рентабельность собственного капитала в 2020 году выросла по сравнению с 2018 годом, но уменьшилась в сравнении с 2020 годом, это может быть обусловлено ростом суммы собственного капитал, в частности увеличением нераспределенной прибыли.

Так же был рассчитан показатель инвестиционной привлекательности предприятия. Для расчета этого показателя используется индекс Э. Альтмана. Его значение выше 2 в 2018 году и 2020 году, что означает малую вероятность банкротства, а в 2019 году индекс был выше 4, что говорит о том, что предприятие имело низкую вероятность банкротства и высокий уровень инвестиционной привлекательности.

Согласно проведенному анализу считаем целесообразным рекомендовать к внедрению следующие мероприятия: 1) повышение оборачиваемости капитала организации за счет сокращения длительности производственного цикла путем создания эффективной логистической сети для бесперебойного обеспечения товарно-материальными ресурсами; 2) повышение оборачиваемости оборотных средств за счет сокращения расходов на сырье благодаря внедрению новых технологий, более четкой организации платежно-расчетных отношений с контрагентами, устранения излишних запасов сырья и пр.

Список литературы

1. Юрков С. В. Экономика предприятия [Электронный ресурс] / С. В. Юрков, Т. И. Юркова. // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m88/>. – [20.09.2021].

2. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Проспект, 2004. – 560 с.
3. Баканов М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 536 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 330 с.
5. Бочаров В. В. Финансовый анализ: краткий курс. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.

Кусургашева Людмила Васильевна, д.э.н., профессор
 Давыдова Вера Николаевна, к.э.н., доцент
 (КузГТУ, г. Кемерово)

РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Исследование качества высшего образования и роли конкуренции в его обеспечении имеет важное значение, как с теоретической, так и практической точек зрения. В теоретическом отношении внедрение рыночных отношений в эту важнейшую социальную сферу актуализирует вопрос о понимании сущности образования, трансформации его природы в контексте перехода к обществу знаний. В практическом аспекте переосмысление роли высшего образования в новых условиях позволит выработать рекомендации по регулированию системы высшего образования.

В последние годы количественные показатели российской системы высшего образования стабилизировались (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели высшего образования России в 2000–2020 гг.

| | 2000/ 2001 | 2005/ 2006 | 2010/ 2011 | 2018/ 2019 | 2019/ 2020 | 2020/ 2021 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Образовательные организации высшего образования, всего | 965 | 1068 | 1115 | 741 | 724 | 710 |
| государственные и муниципальные | 607 | 655 | 653 | 496 | 495 | 497 |
| частные | 358 | 413 | 462 | 245 | 229 | 213 |
| Численность студентов, на начало учебного года, тыс. чел. | 4741,4 | 7064,6 | 7049,8 | 4161,7 | 4063,3 | 4049,3 |
| обучающихся за счет бюджетных ассигнований | 2802,0 | 3002,7 | 2619,8 | 1911,7 | 1890,1 | 1904,6 |
| в государственных и муниципальных организациях | 2802,0 | 3002,7 | 2619,3 | 1905,0 | 1883,3 | 1896,6 |
| в частных организациях | ... | ... | 0,5 | 6,7 | 6,8 | 8,0 |
| по договорам об оказании платных образовательных услуг | 1939,4 | 4061,9 | 4430,0 | 2249,9 | 2178,2 | 2144,8 |
| в государственных и муниципальных организациях | 1468,8 | 2982,6 | 3229,5 | 1877,5 | 1853,0 | 1818,5 |
| в частных организациях | 470,6 | 1079,3 | 1200,6 | 372,4 | 325,2 | 326,3 |

Источник: составлено авторами на основе [1]

Можно, очевидно, утверждать, что образовательный бум конца 1990-х – начала 2000-х годов, приведший к резкому росту числа студентов и вузов, который в свою очередь явился причиной «образовательного проклятия», тяготеющего над российской экономикой и обуславливающего снижение экономической ценности образования [2], закончился. Однако его последствия остались. Среди них – снижение качества образования; констатируется даже его стремительное падение по сравнению с советским периодом [3].

Связь между массовизацией высшего образования и снижением его качества является «стилизированным» фактом, признанным таковым не только в академическом сообществе и общественном дискурсе, но и на официальном уровне.

Свидетельство этому – действия регулятора, направленные на «очищение высшего образования», исходящие из того, что в большом количестве вузов не поддерживаются даже минимальные стандарты качества [4]. Результатом такого регулирования явилось «сжатие» системы высшего образования: с 2010 по 2020 общее сокращение образовательных организаций высшего образования составило почти 40%, в том числе количество государственных вузов сократилось с 653 до 497, негосударственных – с 462 до 213. В то же время очевидно, что количественные изменения не коррелируют с качественными, проблема не решается и вряд ли может быть решена в рамках выбранной неолиберальной идеологии реформирования.

Как отмечается в литературе, неолиберальная политика чаще всего «направлена на увеличение рыночного сегмента в сфере высшего образования, сокращение бюджетных расходов на образование, а также внедрение программ, ориентированных на достижение целевых показателей» [5]. Именно рыночная направленность происходящей трансформации высшего образования явилась, на наш взгляд, важнейшим фактором массовизации высшего образования в России и снижения его качества.

С точки зрения экономической теории, неотъемлемым элементом рынка, обеспечивающим выполнение им своей регулирующей по отношению к общественному воспроизводству роли, выступает конкуренция. Это атрибутивное свойство конкуренции означает, во-первых, что без конкуренции рынка нет, или он терпит «фиаско», или превращается в «квазирынок». Во-вторых, конкуренция имеет те же условия возникновения и существования, что и рынок, а именно: конкуренция существует там и тогда, где и когда существуют общественное разделение труда и частная собственность, экономическое обособление и самостоятельность хозяйствующих субъектов, свобода входа на рынок и выхода из него. Только наличие этих условий в совокупности позволяет конкурентному рыночному механизму выполнять функции установления равновесных цен, удовлетворяющих интересы продавцов и покупателей, перелива капитала между отдельными отраслями в соответствии с уровнем прибыльности, минимизации издержек производства, роста производительности труда, повышения качества продукции и другие. В целом, конкуренция выступает важнейшим элементом рыночного механизма,

обеспечивающим решение фундаментальных экономических вопросов (что, как и для кого производить) наиболее эффективным образом.

Действует ли в высшем образовании этот механизм?

«Высшее образование сегодня развивается в условиях жесткой конкуренции» [6], – утверждение, которое можно считать общепризнанным. С другой стороны, любой специалист, имеющий фундаментальную экономическую подготовку, изучавший в университете как минимум годовой курс экономической теории, опять же как минимум, затруднится ответить на вопрос о существовании рынка в высшем образовании. Теоретики в данном случае говорят о «квазирынке». Довбыш О.С., ссылаясь на Бессонову О.Э., автора оригинальной теории раздаточной экономики, определяет квазирынок как «любой рынок, где внешне присутствуют все атрибуты рыночного хозяйства (частная собственность, отношения купли-продажи, свободное ценообразование), но сущностные, глубинные свойства не соответствуют типичным рыночным отношениям» [7]. Следует подчеркнуть, что речь не идет о простом смешении или переплетении рыночных и нерыночных форм; суть в том, что рыночные отношения внедряются (искусственно) в нерыночную по своей «естественной» природе сферу. Высшее образование как раз и представляет собой нерыночную систему исторически развивающихся социальных норм, ценностей, традиций, стереотипов поведения, образа мыслей, деятельности и общения людей [8]. Конкуренция в такой системе неизбежно носит квазирыночный характер, проявляющийся на практике в усилении формальных процедур контроля в рамках нового публичного менеджмента, формализации и бюрократизации высшего образования, оптимизации и демотивации профессорско-преподавательского состава. Выход – в разработке и внедрении образовательных практик и методов управления, альтернативных неолиберальной политике.

Список литературы

1. Образование в цифрах: 2021: краткий статистический сборник / Л.М. Гохберг, О.К. Озерова, Е.В. Саутина. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 132 с. – DOI: 10.17323/978-5-7598-2384-11.
2. Melianova E., Parandekar S., Patrinos H. A., Volgin A. Returns to education in the Russian Federation: Some new estimates // World Bank Policy Research Working Paper. – 2020. – No. 9387. – URL: <https://www.worldbank.org/en/research/brief/world-bank-policy-research-working-papers>.
3. Джойс Э.А., Симаков А.А. Актуальные проблемы развития высшего образования России // Образование. Наука. Научные кадры. –2020. – № 1. – С. 145–148. DOI 10.24411/2073-3305-2020-10036.
4. Губа К., Макеева А., Соколов М., Цивинская А. Как работает Рособрназор: анализ открытых данных о контрольно-надзорной деятельности в сфере высшего образования. – СПб: ЦИАНО ЕУСПб, 2018. – 24 с.

5. Вольчик В.В., Жук А.А., Корытцев М.А. Конкурентная среда рынка высшего образования Ростовской области // Terra Economicus. – 2017. – Т. 15. № 3. – С. 178–196. – DOI: 10.23683/2073-6606-2017-15-3-178-196.
6. Покусаенко М.А., Вольчик В.В. Качество высшего образования в контексте институциональных изменений // Journal of Economic Regulation. 2019. – Т. 10. – № 2. – С. 121–131. – DOI: 10.17835/2078-5429.2019.10.2.121-131.
7. Довбыш О.С. Контрактация и квазирынок как форма взаимодействия государства и медиа в российских регионах // Мир экономики и управления. – 2017. – Т. 17. – № 1. С. 41–56.
8. Кусургашева Л.В., Муромцева А.К. Образование как категория современной экономической науки // Экономика образования. – 2020. – № 3. – С. 4–12.

Колтунов Даниил Викторович, студент гр. ГЭБО-05-17
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Оценка предполагаемого риска для планируемой деятельности является непростой задачей, она требует высокой квалификации работника и понимания многообразия системы рисков.

Выполнение такого расчета возможно только при наличии соответствующих знаний в области теории вероятностей, статистики и экономики. Несмотря на это оценка будущих потерь может быть доступна и обычному предпринимателю.

Первый шаг при оценке риска – выявление момента или времени потерь.

Под моментом потерь нужно понимать не только событие, могущее стать причиной потерь, но и вероятный объем возможных потерь по данному конкретному событию. Пока причина неизвестна, нельзя установить размер экономических рисков, потери от которых могут серьезно сократить активы предприятия.

Изучение вероятности рисковых ситуаций позволяет руководству предприятия получить представление о взаимосвязи и взаимовлиянии потенциальных рисков. Каждый единичный риск может вызвать дополнительные рисковые потери. В этом случае возникает участок экономических рисков.

Определение цены возможных потерь должно проводиться в пределах каждого участка потерь с последующим выявлением их общей цены [2].

Таким образом, в основе оценки экономических рисков лежит нахождение зависимости между определенными размерами потерь предприятия и вероятностью их возникновения. Эта зависимость находит выражение в строящейся кривой вероятностей возникновения определенного уровня по-

ть. Для построения кривой вероятностей возникновения определенного уровня потерь (кривой риска) применяются различные способы (таблица 1):

- Статистический;
- Анализ целесообразности затрат;
- Метод экспертных оценок;
- Аналитический способ;
- Метод аналогий.
- Индексация

Таблица 1 – Методы оценки и управления рисками предприятия

| | |
|--------------------------------|---|
| Статистический | <p>Изучение статистики потерь и прибылей, имевших место на данном или аналогичном производстве. При этом устанавливаются величина и частотность получения той или иной экономической отдачи, составляется наиболее вероятный прогноз на будущее.</p> <p>Основными инструментами статистического метода расчета экономического риска являются показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вариация – изменение количественных показателей при переходе от одного варианта результата к другому; • дисперсия – мера отклонения фактического знания от его среднего значения; • стандартное (среднеквадратическое) отклонение. |
| Анализ целесообразности затрат | <p>Ориентировано на идентификацию потенциальных зон риска. Это, в свою очередь, предоставляет возможность выявить «узкие» места с точки зрения рисков, а потом разработать пути их ликвидации.</p> <p>Метод целесообразности затрат позволяет определить критический объём производства или продаж, т.е. нижний предельный размер выпуска продукции, при котором прибыль равна нулю.</p> |
| Метод экспертных оценок | <p>Обычно реализуется путем обработки мнений опытных предпринимателей и специалистов. Он отличается от статистического лишь методом сбора информации для построения кривой риска. Экспертные оценки основываются на учете всех факторов финансового риска, а также статистических данных. Реализация способа экспертных оценок затруднительна, если количество показателей оценки велико.</p> |
| Аналитический способ | <p>Позволяют определить вероятность возникновения потерь на основе математических моделей и используются в основном для анализа риска инвестиционных проектов. Возможно использование таких методов, как анализ чувствительности, метод корректировки нормы дисконта с учетом риска, метод эквивалентов, метод сценариев.</p> |
| Метод аналогий | <p>Метод аналогий необходим при анализе риска нового проекта. При использовании этого метода исследуются данные о последствиях воздействия неблагоприятных факторов финансового риска на другие аналогичные проекты других конкурирующих предприятий</p> |
| Индексация | <p>Способ сохранения реальной величины денежных ресурсов (капитала) и доходности в условиях инфляции. В основе ее лежит использование различных индексов. Например, при анализе и прогнозе финансовых ресурсов необходимо учитывать изменение цен, для чего используются индексы цен. Индекс цен - показатель, характеризующий изменение цен за определенный период времени.</p> |

Среди них следует выделить особо распространенные три: статистический способ, метод экспертных оценок, аналитический способ.

Рассмотренные способы оценки экономических рисков являются достаточно сложными и предполагают соответствующую квалификацию специалистов-аналитиков, а также применение специальных программ.

Для оценки финансового риска создаётся модель комплексной балльной оценки риска финансовой несостоятельности предприятия. Содержанием модели является классификация финансового состояния предприятия и на этой основе – оценка возможных негативных последствий рискованной ситуации в зависимости от значений факторов-признаков и рейтингового числа (рисунок 1).

| Показатели финансового состояния | Условия снижения критерия | Границы классов согласно критериям | | | | |
|---|---------------------------|-------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | | 1 класс | 2 класс | 3 класс | 4 класс | 5 класс |
| 1. Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,01 п. – 0,3 балла | $\geq 0,70 = 14$ баллов | 0,69-0,50 = 13,8 -10 баллов | 0,49-0,30 = 9,8 -6 баллов | 0,29-0,10 = 5,8 -2 баллов | $< 0,10 = 1,8 -0$ баллов |
| 2. Коэффициент «критической» оценки | 0,01 п. – 0,2 балла | $\geq 1 = 11$ баллов | 0,99-0,80 = 10,8 -7 баллов | 0,79-0,70 = 6,8 -5 баллов | 0,69-0,60 = 4,8 -3 баллов | $< 0,59 = 2,8 -0$ баллов |
| 3. Коэффициент текущей ликвидности | 0,01 п. – 0,3 балла | $\geq 2 = 20$; 1,7-2,0 = 19 баллов | 1,69-1,50 = 18,7 -13 баллов | 1,49-1,30 = 12,7 -7 баллов | 1,29-1,00 = 6,7 -1 баллов | $< 0,99 = 0,7 -0$ баллов |
| 4. Доля оборотных средств в активах | - | $\geq 0,5 = 10$ баллов | 0,49-0,40 = 9 -7 баллов | 0,39-0,30 = 6,5 -4 баллов | 0,29-0,20 = 3,5 -1 баллов | $< 0,20 = 0,5 -0$ баллов |
| 5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами | 0,01 п. – 0,3 балла | $\geq 0,5 = 12,5$ баллов | 0,49-0,40 = 12,2 -9,5 баллов | 0,39-0,20 = 9,2 -3,5 баллов | 0,19-0,10 = 3,2 -0,5 баллов | $< 0,10 = 0,2$ балла |
| 6. Коэффициент капитализации | 0,01 п. – 0,3 балла | $< 0,7-1,0 = 17,5-17,7$ баллов | 1,01-1,22 = 17,0-10,7 баллов | 1,23-1,44 = 10,4-4,1 баллов | 1,45-1,56 = 3,8-0,5 баллов | $\geq 1,56 = 0,2-0$ баллов |
| 7. Коэффициент финансовой независимости | 0,01 п. – 0,4 балла | $\geq 0,50-0,60 = 9,0-10,0$ баллов | 0,49-0,45 = 8,0-6,4 баллов | 0,44-0,40 = 6,0-4,4 баллов | 0,39-0,31 = 4,0-0,8 баллов | $< 0,30 = 0,4-0$ балла |
| 8. Коэффициент финансовой устойчивости | 0,1 п. снижения – 1 балл | $\geq 0,80 = 5$ баллов | 0,79-0,70 = 4 балла | 0,69-0,60 = 3 балла | 0,59-0,50 = 2 балла | $< 0,49 = 1-0$ баллов |
| Границы классов | | 100-97,6 балла | 93,5-67,6 балла | 64,4-37 балла | 33,8-10,8 балла | 7,6-0 балла |
| Оценка риска финансового состояния | | 1 класс | 2 класс | 3 класс | 4 класс | 5 класс |
| | | Безрисковая зона | Зона допустимого риска | Зона критического риска | Зона высокого риска | Зона катастрофического риска |

Рисунок 1– Модель комплексной балльной оценки риска финансового состояния

Факторами-признаками в модели являются финансовые коэффициенты, характеризующие ликвидность (платежеспособность) и финансовую устойчивость и независимость предприятия. Для данных показателей в отечественной экономической литературе определены рекомендуемые (нормативные) значения [3].

Порядок построения модели классификации финансового состояния предприятия и на этой основе построение шкалы оценки негативных последствий рискованной ситуации включают определение состава и ранжирование показателей по степени их важности в оценке финансового состояния. Назначение чувствительности и присвоение количества баллов за единицу оценки каждого показателя. Установление классов финансового состояния и назначение диапазона и количества баллов по каждому из показателей за нахождение в данном классе. Суммирование баллов и назначение диапазона балльных оценок каждому классу финансового состояния. Интерпретацию содержания каждого класса финансового состояния предприятия и установление уровня риска.

Недостаточно только оценить риск. Нужно еще уметь управлять им.

Методы управления предпринимательскими рисками – это способы активного воздействия на факторы риска и способы защиты от них объектов риска (рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные методы реагирования на выявленные риски

Многообразие применяемых в предпринимательской деятельности методов управления риском можно разделить на 4 группы. Первая группа – методы уклонения от рисков. Вторая группа – методы локализации рис-

ков. Третья группа – методы диверсификации рисков. Четвертая группа – методы компенсации рисков.

Методы уклонения от риска наиболее распространены в хозяйственной практике, ими пользуются предприниматели, предпочитающие действовать наверняка [4].

Методы уклонения от риска можно разделить на четыре подвида. Во-первых, отказ от ненадежных партнеров; отказ от участия в проектах, связанных с необходимостью расширить круг партнеров; отказ от инвестиционных и инновационных проектов, уверенность в выполнимости или эффективности которых вызывает сомнения.

Во-вторых, отказ от рискованных проектов, т.е. отказ от инновационных и иных проектов, реализуемость или эффективность, которых вызывает сомнение.

В-третьих, страхование рисков, основной прием снижения риска. Правда, трудно использовать механизм страхования при освоении новой продукции или новых технологий, так как страховые компании не располагают в таких случаях достаточными данными для проведения расчетов.

В-четвертых, поиск гарантов, как и при страховании, целью является перенос риска на какое-либо третье лицо. Функции гаранта могут выполнять различные субъекты (различные фонды, государственные органы, предприятия), при этом необходимо соблюдать принцип равной взаимной полезности.

Методы локализации рисков подразделяются на различные подвиды – от распределения риска по времени до создания венчурных предприятий.

При распределении риска во времени улучшается наблюдаемость и контролируемость этапов проекта, что позволяет при необходимости сравнительно легко их корректировать [5].

При использовании диверсификации возможны такие ее направления как: диверсификация видов деятельности и зон хозяйствования (увеличение числа применяемых технологий, расширение ассортимента выпускаемой продукции или оказываемых услуг, ориентация на различные социальные группы потребителей, на предприятия различных регионов)

При создании венчурных предприятий рискованная часть проекта локализуется в дочернем предприятии, при этом сохраняется возможность использования научного и технического потенциала материнской компании. В целях создания механизмов предупреждения опасности рисков используются так называемые методы компенсации рисков – стратегическое планирование, прогнозирование внешней обстановки, мониторинг среды и создание системы резервов. Они более трудоемки и требуют предварительной аналитической работы для их эффективного применения.

Стратегическое планирование деятельности, как метод компенсации риска, дает положительный эффект, если разработка стратегии охватывает все сферы деятельности предприятия. Этапы работы по стратегическому планированию могут снять большую часть неопределенности, позволяют

предугадать появление узких мест при реализации проектов, заранее идентифицировать источники рисков и разработать компенсирующие мероприятия, план использования резервов.

Мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды предполагает отслеживание текущей информации о соответствующих процессах. Полученные данные позволят уловить тенденции развития взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, дадут время для подготовки к нормативным новшествам, предоставят возможность принять соответствующие меры для компенсации потерь от новых правил хозяйственной деятельности и скорректировать оперативные и стратегические планы [6].

Создание системы резервов предполагает определенное «внутреннее» страхование деятельности предприятия. На предприятии создаются страховые запасы сырья, материалов, комплектующих, резервные фонды денежных средств, разрабатываются планы их использования в кризисных ситуациях, не задействуются свободные мощности.

Применение на практике этих методов и принципов позволит избежать указанных рисков и предотвратить возможные убытки.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы реализации потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. Монография. Москва: Изд-во «Креативная экономика», 2012. 283 с.
2. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. – 2020. – Т. 2. – № 1 (118). – С. 207-210.
3. Коряков А.Г., Жемерикин О.И. Организационно-методические аспекты повышения эффективности управления на предприятиях российского химпрома // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 9 (62). – С. 37-42.
4. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 3. – С. 63-76.
5. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. – 2017. – № 4 (29). – С. 9-15.
6. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика». – 2019. – С. 304-309.

Леонтьева Алена Алексеевна, студент
Научный руководитель – Никулина Светлана Николаевна, к.э.н., доцент
(КГСХА, г. Курган)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭЛЕВАТОРА

Каждая коммерческая организационная структура, связанная с производством продукции или предоставлением услуг, желает оставаться устойчивой и конкурентоспособной. Агропромышленные организации не являются исключением. Другими словами, они заинтересованы в увеличении роста прибыли, так как от ее уровня зависит эффективность работы и укрепление конкурентной позиции на рынке [7].

Основная задача элеватора – безопасное хранение урожая зерновых культур. В процессе хранения предпринимаются действия для предотвращения порчи зерна в результате высоких или низких температур, избыточной влажности, поражения микроорганизмами и т.п., а также для достижения зерном оптимального, кондиционного состояния.

Выпуск готовой продукции для организаций является основным элементом предпринимательской деятельности и одним из основных этапов достижения цели такой деятельности – получение прибыли. Основной функцией деятельности организации считается именно превращение сырья и материалов в готовую продукцию. Объем выпуска готовой продукции является основным показателем, характеризующим деятельность хозяйствующего субъекта. Завершающей стадией процесса кругооборота средств хозяйствующего субъекта является реализация продукции, в результате чего готовые изделия превращаются в денежные средства.

Элеваторы помогают решить комплекс задач по хранению урожая зерна. ООО «Макушинский элеватор» зарегистрировано 2 июля 2014 года по адресу 641600, Курганская область, Макушинский район, г. Макушино, ул. Элеваторная 1. Представляет собой зерновой элеватор, сооружение для хранения больших партий зерна и доведения его до кондиционного состояния; высокомеханизированное зернохранилище силосного типа.

Основными видами деятельности элеватора являются: производство, хранение и реализация зерновых и бобовых культур; производство овощей открытого грунта; обслуживание сельского хозяйства. В организации на протяжении последних лет объем мощностей для хранения зерна составляет 75 тысяч тонн.

Для того чтобы организация долгое время могла оставаться работоспособной и рентабельной, необходимо отслеживать спрос на производимую продукцию и принимать определенные управленческие решения, чтобы повышать свою деловую активность. Поэтому учет и контроль готовой продукции, анализ ее производства занимают одно из ведущих направлений в деятельности агропромышленной организации [1, 2].

Состав и структура продаж/предоставления услуг ООО «Макушинский элеватор» за период 2018-2020 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Состав и структура продаж, предоставления услуг обществом

| Вид продукции | 2018 г. | | 2019 г. | | 2020 г. | |
|---|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | сумма, тыс. р. | уд. вес, % | сумма, тыс. р. | уд. вес, % | сумма, тыс. р. | уд. вес, % |
| Продукция растениеводства (не очищенная) | | | | | | |
| Зерноотходы | 92,63 | 0,14 | 136,70 | 0,12 | 139,60 | 0,12 |
| Зерноотходы греч | 8,95 | 0,01 | 698,74 | 0,60 | 500,80 | 0,41 |
| Пшеница | 800,00 | 1,25 | 703,33 | 0,61 | 851,25 | 0,70 |
| Пшеница 3 кл. | 1735,02 | 2,71 | - | - | 2565,20 | 2,12 |
| Пшеница 4 кл. | 5698,88 | 8,91 | 3397,81 | 2,94 | 3561,35 | 2,94 |
| Пшеница кормовая | 11911,19 | 18,63 | 50415,37 | 43,63 | 55025,45 | 45,38 |
| Ячмень | 1186,86 | 1,86 | 8693,17 | 7,52 | 8524,56 | 7,03 |
| Гречиха | 3495,09 | 5,47 | - | - | 3845,23 | 3,17 |
| Прочие услуги | | | | | | |
| Аренда | 474,98 | 0,74 | 153,54 | 0,13 | 565,45 | 0,47 |
| Взвешивание | - | - | 1,99 | 0,002 | 2,36 | 0,02 |
| Обеспечение функционирования оборудования | 96,6 | 0,15 | 96,6 | 0,08 | 96,6 | 0,08 |
| Услуги автотранспорта | 1097,78 | 1,72 | 251,71 | 0,22 | 352,58 | 0,29 |
| Услуги по обработке посевов гербицидами | - | - | 63,6 | 0,06 | 72,4 | 0,06 |
| Товары зерно (очищенное) | | | | | | |
| Овес | 269,32 | 0,42 | - | - | 351,24 | 0,29 |
| Отходы | 55,47 | 0,09 | 80,91 | 0,07 | 92,31 | 0,08 |
| Пшеница 3 кл. | 2391,38 | 3,74 | 1624,88 | 1,41 | 1754,24 | 1,45 |
| Пшеница 4 кл. | - | - | 2811,75 | 2,43 | 3004,89 | 2,48 |
| Пшеница кормовая | 18807,93 | 29,41 | 27371,69 | 23,69 | 28564,65 | 23,56 |
| Ячмень | 1057,49 | 1,65 | 148,58 | 0,13 | 245,68 | 0,20 |
| Услуги по зерну | | | | | | |
| Анализ зерна | 6,9 | 0,01 | - | - | 7,2 | 0,01 |
| Взвешивание | 16,5 | 0,03 | 14,0 | 0,01 | 16,7 | 0,01 |
| Обеззараживание, руб. | 123,5 | 0,19 | 30,5 | 0,03 | 46,6 | 0,04 |
| Отгрузка вагонами | 3767,7 | 5,89 | 1292,4 | 1,12 | 2514,14 | 2,07 |
| Отгрузка машинами | 1366,7 | 2,14 | 7006,9 | 6,06 | 8542,2 | 7,05 |

Наибольший удельный вес в структуре доходов организации в период с 2018 по 2020 год имели такие виды продаж как: реализация пшеницы кормовой не очищенной в пределах 18-45% от всей выручки. И реализация зерна кормовой пшеницы очищенной в пределах 23-29%. В пределах 1-11% удельного веса от общей выручки составляют реализация неочищенного ячменя, пшеницы кормовой, предоставление услуг по отгрузке маши-

нами и сушке зерна. Наименьший удельный вес в структуре доходов имеют услуги: аренда, анализ зерна, взвешивание, обеззараживание, переоформление, реализация зерноотходов. С 2019 года элеватор начал предлагать потребителям услуги по обработке посевов гербицидами. Отмечен небольшой рост реализации зерноотходов.

В настоящее время сельскохозяйственным организациям, фермерским хозяйствам необходима такая услуга, как хранение зерна. Поэтому мы считаем, что для укрепления конкурентной позиции на рынке ООО «Макушинский элеватор» целесообразно повышать предоставление такой услуги. В среднем 1 т. хранения зерна в месяц обойдется организациям 60-70 руб. Увеличение на 15 тыс. т. в год приведет к повышению выручка обществ на 11700 тыс. рублей.

Кроме того, предлагаем наращивать производство зерна кормовой пшеницы как очищенной, так и не очищенной. Наблюдается рост спроса на зерноотходы – это положительная тенденция для элеватора, так как отходы производства приносят дополнительный доход.

В то же время необходимо наладить управленческий учет и контроль за затратами [3, 4, 6, 8], а также проводить оценку поставщиков [5], так как от поставляемых материалов для лабораторных исследований зависит качество продукции.

Таким образом, при соблюдении организацией наших рекомендаций, уровень конкурентоспособности элеватора на сельскохозяйственном рынке значительно увеличится.

Список литературы

1. Белова А.А. Бухгалтерский учет готовой продукции по федеральному стандарту / А.А. Белова, С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 6. – С. 447-455.
2. Гущина А.И. Бухгалтерский учет и контроль готовой продукции / А.И. Гущина, С.Н. Никулина // Вопросы устойчивого развития общества. - 2020. – № 3-1. – С. 273-281.
3. Дернова С.С. Учет затрат на производство и порядок расчета себестоимости готовой продукции / С.С. Дернова, С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 6. – С. 378-387.
4. Никулина С.Н. Бухгалтерский учет накладных расходов и их распределение / С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 1. – С. 492-500.
5. Никулина С.Н. Оценка поставщиков в аналитической системе организации / С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 7. – С. 437-447.
6. Речапова Д.А. Совершенствование управленческого учета в организации малого бизнеса / Д.А. Речапова, С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 4. – С. 314-322.

7. Рознина Н.В. Оценка финансовой устойчивости и деловой активности коммерческой организации /Н.В. Рознина, М.В., Карпова, Е.М. Поверина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 4.

8. Шахматова А.В. Зарубежный метод управления себестоимостью / А.В. Шахматова, С.Н. Никулина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 2. – С. 160-169.

Литвина Дарья Павловна, студент гр. ЭОб-181
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ «УМНОГО» ПРЕДПРИЯТИЯ

Значение конкурентоспособности предприятий в современных условиях во многом определяется их цифровой трансформацией в сторону «умного» производства. Цифровизация все более выступает фактором долгосрочного конкурентного преимущества, оказывающим существенное влияние на конкурентоспособность любого предприятия. Новые вызовы, стоящие перед агентами цифровой экономики, требуют особого внимания исследователей и практиков к этому новейшему фактору конкурентоспособности. Понятие конкуренции остается, по нашему мнению, основой цифровой экономики как экономики рыночной. Конкуренция по-прежнему представляет собой главную движущую силу развития взаимоотношений экономических агентов, действующих в цифровой среде. Поэтому повышение конкурентоспособности «умного» предприятия приобретает особую актуальность.

Что же такое «умное» предприятие? Несмотря на ускоренное развитие современных когнитивных процессов производства, до сих пор не сформировано единого понятия «умного» предприятия. Рассмотрим несколько различных формулировок этого понятия.

«Умное производство (англ. Smart Manufacturing) – это максимально интенсивное и всеобъемлющее использование сетевых информационных технологий и киберфизических систем на всех этапах производства продукции и её поставки» [2]. Здесь упор сделан на сетевизацию, информатизацию, киберфизическую ориентацию производства и поставки продукта.

«Умное» предприятие использует результаты цифровых фабрик (как входящий продукт) и предполагает производство без участия человека на основе искусственного интеллекта и гибкой интеграции (как между подразделениями внутри, так и с внешними партнёрами)» [6]. В этом определении авторы опираются на искусственный интеллект, а также интеграцию производителей и других участников процесса. Несомненную научно-практическую ценность представляют, по нашему мнению, основные критерии «умного» предприятия, к которым авторами отнесены [6]:

- сбор данных с помощью сенсоров и датчиков, подключение механизмов к интернету;
- хранение данных в облачных сервисах;
- обработка информации на основе алгоритмов больших данных;
- наличие человеко-машинных интерфейсов и цифровой платформы, которая включает общую базу данных и инструменты управления производственным циклом и составляет экосистему;
- безлюдное производство;
- формирование кастомизированной бизнес-модели, когда управление предприятием осуществляется в реальном времени и продукция производится по индивидуальным заказам потребителей, что обеспечивает экономию ресурсов и повышает удовлетворённость покупателей. Как видно, критерии охватывают и технико-технологические, и организационно-управленческие аспекты, достаточно полно характеризуют новое предприятие в целом.

«Умное производство» представляет собой конвергенцию, где сходятся возможности сразу нескольких составляющих. Его главная цель – повышение производительности и эффективности» [1]. Достоинство данного определения, на наш взгляд, – указание на целеполагание, безусловно, необходимое в производственном процессе и обусловленное саморегуляцией в рыночной экономике [7]. Предприятия с «умным» производством используют комплекс организационных подходов, с помощью которых значительно повышается продуктивность, снижаются затраты на материалы, энергию, трудовые ресурсы и растёт качество производимой продукции. Таким способом достигаются основные цели производства на предприятии.

Экономический смысл «умного» производства – углубление там существующего разделения труда, при заметном увеличении длины и гибкости отраслевых производственных цепочек. Это снижает издержки производства и стоимость выпускаемой продукции. Кроме того, конечные потребители получают возможность приобретать соответствующую личным предпочтениям продукцию по более низкой цене.

Для общества в целом значение «умного» производства выражается в (1) потреблении меньшего количества ограниченных ресурсов и (2) ощущением снижения негативного воздействия на окружающую среду. Учитывая, что конкурентоспособность предприятия в общем плане выражается в умении его руководства приспособляться к новым реалиям общества и, прежде всего, в условиях кризисной экономики, усугубляемых пандемией ковида, можно в основном положительно оценить становление «умных» предприятий.

Есть множество преимуществ у «умного» производства. Основные из них: постоянный контроль производства благодаря непрерывному сбору и анализу данных; анализ накопленных данных, прогнозирование за счёт этого будущих событий; эффективное планирование производства; сниже-

ние количества ошибок, связанных с человеческим фактором; рост качества выпускаемой продукции; оптимизация использования ресурсов; сокращение времени и повышение качества обслуживания клиентов за счет своевременной обратной связи. Благодаря этим преимуществам значительно сокращаются производственные издержки и повышается прибыльность производства.

В России экспертами отмечается довольно низкий уровень конкурентоспособности «умных» предприятий, хотя многие предприятия перешли на автоматизированное производство, где процесс, ранее создаваемый и осуществляемый человеком, теперь выполняется роботизированными механизмами при помощи информационных систем. Многократное повышение конкурентоспособности возможно при комплексном использовании новейших технологий «Индустрии 4.0», в том числе и в управлении [4; 3]. Оно включает массовое внедрение IT-технологий в промышленность, масштабную автоматизацию бизнес-процессов и распространение искусственного интеллекта, предполагает и более новый, парадигмальный, подход к управлению предприятием [5] и организации производства.

Сейчас Россия проходит еще только этап создания предприятий с отдельными элементами цифровизации. В настоящее время современные цифровые решения внедрены только в крупные компании: ПАО «Газпром», НК «Роснефть», ПАО «Сбербанк», Госкорпорация «Ростех» и другие. ПАО «Ростелеком» и Госкорпорация «Роскосмос» предложили собрать ассоциацию, которая будет содействовать развитию промышленного интернета, а значит и виртуальных компаний. Данное событие – важный шаг перехода России к цифровой экономике, где и будут конкурировать между собой «умные» предприятия.

Для Кузбасса как ресурсодобывающего региона особый интерес представляет программа ПАО Газпрома «Цифровое месторождение», что предполагает внедрение новых информационных технологий и полную автоматизацию производства. Руководители многих предприятий отмечают, что реализация принципов виртуальной компании на практике оказывается значительно сложнее, чем это выглядит в теории, создание цифровых платформ и применение аддитивных технологий отличаются высокими ценами и дают нередко эффект, меньший, чем прогнозируемый [6]. Для успешного преодоления трудностей создания конкурентного «умного» предприятия специалисты рекомендуют проведение следующих мероприятий:

- введение платформ для сетевого взаимодействия предприятий друг с другом, а также правовое регулирование работы российских и зарубежных платформ для достижения необходимых требований экономической безопасности;

- изменение нынешних государственных стандартов по принципу концепции «умного» предприятия;

- оказание финансовой поддержки для максимальной модернизации производств;
- проведение автоматизации и оцифровывания промышленных предприятий на государственном уровне;
- переход от модели выполнения всех производственных операций с использованием собственных мощностей к гибридной модели распределенного автоматизированного производства;
- обновление программы подготовки в области IT-технологий, программирования и робототехники. Это напрямую касается и КузГТУ.

Таким образом, создание в условиях «Индустрии 4.0» конкурентоспособных «умных» предприятий в России потребует серьёзных изменений во всех управленческих, производственных и образовательных процессах.

Список литературы

1. Брендл Д. «Умное» производство: конвергенция различных составляющих // Control Engineering Россия. – 2016. – № 6. – С. 26-29.
2. Головков В.Г., Пашко С.А. УМНОЕ ПРОИЗВОДСТВО [Электронный ресурс] // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» – 2018. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018004664>.
3. Жернов Е.Е. Роль управления знаниями в повышении конкурентоспособности фирмы // Конкуренция и монополия. Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. Кемерово, 2020. С. 120-124.
4. Жернов Е. Е. Управление знаниями на предприятии 4.0: стандарт и человек // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – Т. 5. – № 2. – С. 214–221. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-2-214-221>.
5. Калязина Е.Г. Актуальность конкурентоспособности организации в условиях современного рынка // Лидерство и менеджмент. – 2020. – Т. 7. – № 1. – С. 21-32. doi: 10.18334/lim.7.1.100009.
6. Капустина Л.М., Кондратенко Ю.Н. К вопросу о понятии «умного предприятия» в цифровой экономике // Вопросы управления. – 2020. – № 4. – С. 33-43.
7. Шутько Л.Г. Управление конкуренцией и механизмы саморегуляции в современной экономике России // Конкуренция и монополия: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово,

15-16 октября 2019 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. Кемерово, 2019. С. 200-205.

Лубкова Эльмира Миннулловна, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой финансов и кредита
Ермолаева Галина Сергеевна, старший преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АПК ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ

Обеспечение населения страны продовольствием это одна из стратегических задач государства в целом и регионов его образующих. Сегодня социально-экономическая политика государства должна быть сконцентрирована не только на повышении качества и доступности продовольствия для населения, но и на развитии экономики на инновационной основе. Социальная стабильность в стране во многом зависит от уровня и полноты решения данных вопросов, что в свою очередь существенно влияет на качество жизни населения.

Вопрос необходимости разработки и внедрения инновационных технологий в АПК в промышленных регионах не вызывает сомнения, однако остается открытым вопрос усовершенствования механизма взаимодействия субъектов системы продовольственного обеспечения населения региона. Принятие в 2020 году новой Доктрины продовольственной безопасности РФ предопределило необходимость совершенствования механизма государственной поддержки АПК регионов на инновационной основе. Выявленные ранее условия и факторы социально-экономического положения регионов [3], в том числе Кемеровской области – Кузбасса [1], подтверждают необходимость разработки инструментария внедрения высокотехнологичных производств в АПК. В условиях недостаточного финансирования и имеющегося дефицита инвестиций в АПК [4] регулирование развития АПК на инновационной основе со стороны региональных органов власти становится первостепенной задачей.

В новой Доктрине продовольственной безопасности РФ отмечается, что «органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации во взаимодействии с федеральными органами исполнительной власти реализуют с учетом региональных особенностей единую государственную социально-экономическую политику в области обеспечения продовольственной безопасности» [5].

В регионах промышленного типа возможности увеличить объем производства сельскохозяйственной продукции ограничены, в этих условиях необходимо развивать переработку сельскохозяйственного сырья. В промышленных регионах актуализируется вопрос переработки пищевого и

технического сырья, что позволит обеспечить комплексность решения данного вопроса [2].

Динамика производства сельскохозяйственной продукции в Кемеровской области – Кузбассе имеет положительную динамику, однако произошло сокращение объемов производства продукции животноводства. Увеличение было обеспечено за счет роста объемов производства продукции растениеводства (рисунок 1).

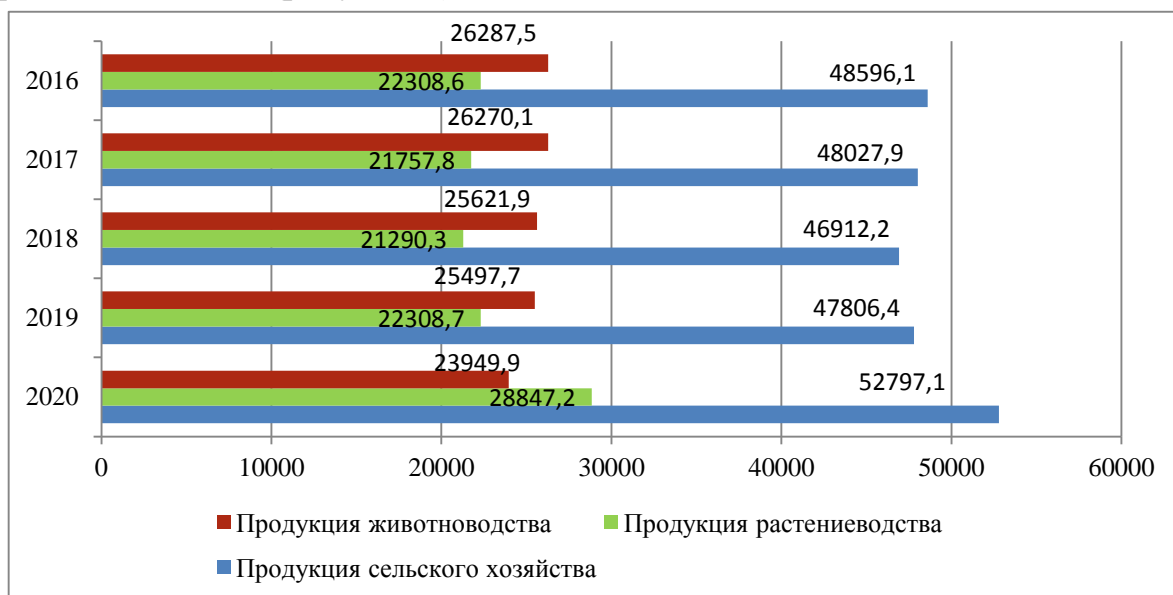


Рисунок 1 – Производство сельскохозяйственной продукции в Кемеровской области – Кузбассе в 2016-2020 гг., млн. руб.

Динамика производства отдельных видов продукции подтверждает разнонаправленность развития сельского хозяйства Кемеровской области – Кузбасса. Сельское хозяйство региона характеризуется неоднозначностью некоторых показателей растениеводства и животноводства (рисунок 2).

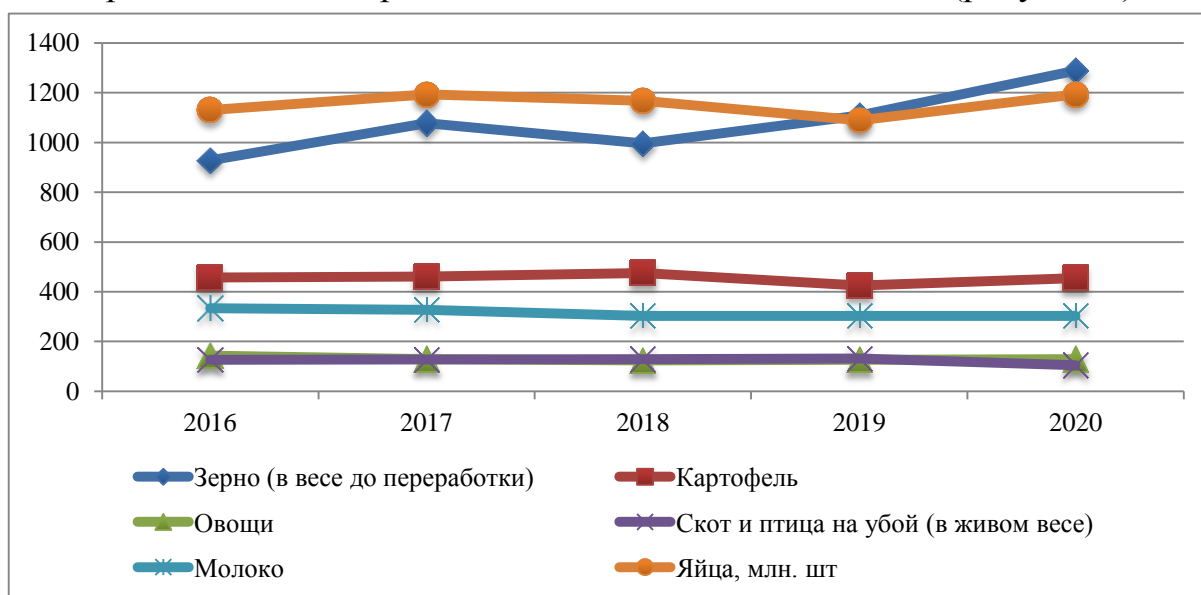


Рисунок 2 – Производство основных видов сельскохозяйственной продукции (в хозяйствах всех категорий) в 2016-2020 гг. в Кемеровской области – Кузбассе, тыс. т.

Так, объемы производства таких видов продукции растениеводства, как картофель и овощи, сократились, однако это сокращение компенсировалось за счет увеличения производства зерновых более чем на треть за период. Снижение объемов производства продукции животноводства во многом предопределено динамикой основных его подотраслей: свиноводства и птицеводства, и, обусловлено сокращением объемов производства скота и птицы на убой (в живом весе) более чем на 15% за период. Кроме того на изменение объемов производства продукции животноводства негативно повлияло сокращение объема производства молока, составившее около 10%. Однако, необходимо отметить увеличение объема производства яйца, что положительно отразилось на состоянии животноводства, хоть и не позволило нивелировать сокращение по другим показателям. В современных условиях функционирования АПК промышленного региона для дальнейшего эффективного его развития необходимо внесение изменений в систему мер его государственного регулирования как регионального, так федерального уровня. Сегодня от методов, форм и инструментария которые будут положены в основу дальнейшего развития АПК Кемеровской области – Кузбасса во многом зависит эффективность взаимодействия субъектов продовольственного обеспечения населения региона.

На наш взгляд, данные вопросы могут быть решены за счет усовершенствования механизма развития АПК на инновационной основе. Именно у промышленных регионов имеется научный, инвестиционный и технологический потенциал. Аккумулированные ресурсы, направленные на разработку и внедрение в производство современных технологий, позволят улучшить экологическую ситуацию в регионе, будут способствовать созданию новых рабочих мест, а также позволят сохранить сельский образ жизни, что повысит качество жизни населения региона.

Список литературы

1. Bereznev S., Lubkova E., Zonova O. The innovative strategy of social and economic development of mining region // The 1st scientific practical conference “International innovative mining symposium (in memory of prof. Vladimir Pronoza)” – 0,49 п.л. DOI: 10.1051/e3sconf/20171504002
2. Шелковников С.А. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции по цене производителя в промышленном регионе (на примере Кемеровской области) / С.А. Шелковников, Э.М. Лубкова, А.Э. Шилова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2019. – № 6. – С. 22-27.
3. Семенова Е.В. Рейтинговая оценка социально-экономической эффективности регионов / Е.И. Семенова // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – № 2. – С. 36- 41.

4. Тю Л.В. Совершенствование государственной поддержки инвестиций в сельское хозяйство / Л.В. Тю // АПК: экономика, управление. – 2019. – № 11. – С. 23-30.

5. Указ Президента РФ 21.02.2020 № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности РФ». – URL: <http://docs.cntd.ru/document/564161398> (дата обращения: 07.10.2021.). – Текст: электронный.

Луценко Татьяна Андреевна, студент гр. ЭОб-181
Научный руководитель – Жернов Евгений Евгеньевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ЭТИКА КОНКУРЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Наш мир меняется ежедневно калейдоскопически и с большой скоростью. Цифровые технологии охватывают всё больше и больше областей повседневной жизни. Функционирование всевозможных сфер жизни уже нельзя представить без помощи электронных, цифровых, компьютерных и множества иных автоматизированных технологий. Постепенно всё переходит в цифровую среду – от приобретения различных товаров и виртуального общения между людьми до управления собственной компанией.

Такой феномен, как «цифровая экономика» повсеместно входит в жизнь всего мира и нашей страны. Под этим словосочетанием, как правило, понимают следующее. Цифровая экономика – это глобальная и локальная экономическая деятельность, базирующаяся на цифровых технологиях. Её атрибуты: 1) связанность с электронным бизнесом и электронной коммерцией, 2) с цифровыми товарами и услугами, которые те производят и продают. Цифровая экономика пронизывает все без исключения аспекты жизни общества, взаимодействия людей во всех сферах, включая даже науку и образование, что требует рассмотрения этических аспектов процесса [7].

Если говорить простым языком, то цифровая экономика – это общий термин для всех экономических явлений и процессов, которые происходят с внедрением цифровых технологий. На сегодняшний день цифровая экономика революционизирует такие области жизни, как образование, здравоохранение, экономика и бизнес, культура и искусство, государственное управление и многие другие.

Цифровые технологии становятся неотъемлемой повседневной частью деятельности хозяйствующих субъектов России. Наша страна проходит прогрессивный этап развития экономики современной цивилизации в непростое время пандемии коронавирусной инфекции 2019. Для него как никогда актуальны доминирование наук, технологий и обмен информацией во всех сферах жизни. В последние годы цифровая экономика в России получила весьма мощный импульс для своего стремительного развития.

В контексте развития цифровой экономики задача сохранения и повышения конкурентоспособности [2] выходит на первый план у предприятий и организаций. Результат конкуренции на цифровом рынке, как и на рынке инноваций, имеет временный характер: успешная деловая организация (фирма) может в определенный период приобрести значительную экономическую власть, но с большой долей вероятности она может стать уязвимой для получения цифровой ренты в следующем цикле инноваций.

Конкуренция на цифровых рынках носит особый отличительный характер и часто принимает весьма характерную форму. Во-первых, конкуренция между бизнес-моделями или платформами обычно более важна, чем конкуренция в конкретной бизнес-модели. Другими словами, доминирование или даже монополия интернет-платформ практически всегда приносит успех бизнесу. Во-вторых, цифровые рынки часто характеризуются сильным сетевым эффектом и эффектом масштаба, которые усиливают эту конкурентную черту за счет доминирующего положения. В-третьих, многие цифровые рынки двусторонние, поэтому как минимум две группы пользователей получают выгоду от использования цифровой платформы. В-четвертых, цифровые рынки характеризуются высокими темпами инвестиций и инноваций, что ведёт к быстрому технико-технологическому прогрессу в отрасли [1].

В современном, столь бурно развивающемся мире появление и развитие цифровых технологий порождает принципиально новые формы взаимодействия экономических акторов. Поэтому так важно выработать адекватные подходы к их правовому и нравственному регулированию. Эти подходы должны обязательно учитывать широкий круг конкурентов и новейшие формы их взаимодействия в цифровой экономике. Глава компании должен разработать ответственную стратегию для удержания лидирующих позиций своей организации среди конкурентов на рынке.

Однако довольно часто руководители организаций в стремлении к лидерству на рынке забывают о морали, которая в цивилизованном обществе XXI века должна быть императивом экономики [6]. Они нередко прибегают к неэтичным поступкам по отношению к своим конкурентам. По этому поводу в экономической теории существуют две противоположные точки зрения.

Первая точка зрения говорит о том, что этические ценности могут быть реализованы в деятельности компании. Например, если дискриминация одним человеком других людей является примером безнравственности, то дискриминация, практикуемая предприятием или фирмой, так же аморальна [2]. Особенно наглядно в цифровой экономике это проявляется в такой технологии как управление знаниями [8].

Вторая же точка зрения гласит, что к фирмам не применимы этические ценности. Так, по известному мнению Г. Саймона и М. Фридмена, фирмы и организации не относятся к субъектам морали, поскольку их деятельность регулируется особыми законами. Также, по их мнению, фирмы

не несут моральную ответственность, и их не следует оценивать с позиции морали [11]. Вместе с тем широко используемый в теории фирмы антропоморфный прием [5] требует последовательности: распространять на фирмы морально-этические принципы, принятые в цивилизованном обществе, частью которого является цифровая экономика.

В настоящее время стандарты, юридические нормы и правила деловой этики находятся у нас в процессе становления: они представляют собой сочетание устаревших стереотипов поведения эпохи тотального заимствования западной деловой культуры и не полностью сформированных «правил игры», ещё только складывающихся в процессе перехода к подлинно рыночной экономике [3], какой остается экономика цифровая.

Роль этических правил и норм в цифровом бизнесе архиважна. Формирование комплаентного сознания хозяйствующих субъектов признается важным этапом в развитии конкуренции в российской экономике [12, с. 203]. В настоящий момент всё больше и больше исследователей понимают взаимосвязь между принципами морали, предпринимательской этики и прибыльностью бизнеса [4; 9]. Данными проблемами давно и плодотворно занимаются такие российские авторы, как В.С. Автономов, И.Н. Герчикова, В.В. Радаев, Ю.С. Осипов и многие другие. Среди зарубежных авторов выделяется программная работа Ф.Х. Найта «Этика конкуренции» [10].

В заключение можно сделать вывод, что цифровая экономика – это новейший тип экономических отношений, пронизывающий практически все отрасли мирового рынка. Конкуренция в этой сфере уже сейчас находится на достаточно высоком уровне, но этика конкуренции проходит лишь стадию становления, а цифровые технологии – стадию нравственной апробации.

Список литературы

1. Азизкулов Д. М. Цифровая экономика: понятие, особенности и перспективы на российском рынке. – URL : https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32751051_95455453.pdf.
2. Анучин А.А. Перехват клиента. Борьба за продажи в условиях жесткой конкуренции: Питер, Санкт-Петербург, 2009.
3. Боголюбов С.А. Право и этика конкуренции: учебное пособие / С. А. Боголюбов, Г. М. Волков, Б. А. Геренрот; Федеральное агентство по образованию, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Московский государственный институт электроники и математики (технический ун-т). – Москва: Московский гос. ин-т электроники и математики, 2009. – 115 с.
4. Давыдов В.А. Этика предпринимательской деятельности / В.А. Давыдов // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2014. – № 3-5. – С. 64-72.
5. Жернов Е.Е. Антропоморфизм фирмы: за и против // Экономист. – 2016. – № 11. – С. 36-46.

6. Жернов Е.Е. Нравственная экономика: идентификация и сопоставление теоретических подходов // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11. – № 2-1. – С. 190-208.
7. Жернов Е.Е., Кочергин Д.Г. Этические проблемы цифрового образования // Профессиональное образование и занятость молодежи: XXI век. Подготовка кадров для цифровой экономики. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Департамент образования и науки Кемеровской области, Отделение профессионального образования Российской академии образования, Академия педагогических наук Казахстана, Кузбасский региональный институт развития профессионального образования, Кузбасский региональный институт повышения квалификации и переподготовки работников образования, Кемеровский государственный университет. Кемерово, 2019. С. 161-163.
8. Жернов Е.Е. Этические аспекты управления знаниями: антропный подход // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Москва, 2017. – С. 324-330.
9. Кононенко Р. Коммерческая этика, недобросовестная конкуренция и товарные знаки: опыт США / Р. Кононенко // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2011. – № 12. – С. 31-40.
10. Найт Ф.Х. Этика конкуренции: пер. с англ. / Ф. Х. Найт. – Москва: ЭКОМ, 2009. – 605 с.
11. Пороховская Т.И. Нравственные отношения и этическое регулирование в организациях // Философия хозяйства. – 2011. – № 4. – С. 239-260.
12. Шутько Л.Г. Управление конкуренцией и механизмы саморегуляции в современной экономике России// Конкуренция и монополия: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 15-16 октября 2019 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2019. С.200-205.

Лямкин Игорь Ильич, к.э.н., доцент
(КемГУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА

Одним из важнейших мероприятий, включенных в Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 года №768-р, является «проведение мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации» [1]. Поэто-

му, на наш взгляд, возникает необходимость определения показателя, отражающего состояние конкуренции на рынках Кемеровской области. Этот показатель должен учитывать основные параметры рыночного взаимодействия и рассчитываться с использованием имеющихся статистических данных. Классические показатели состояния конкуренции: индекс Лернера, индекс Херфиндаля-Хиршмана, – не отвечают указанным требованиям. Для расчета индекса Лернера необходимо знать предельные издержки фирм при оптимальном объеме производства, что весьма затруднительно. Ни предприятия, ни государственные органы статистики не рассчитывают предельные издержки при различных объемах производства товаров и услуг. Индекс Херфиндаля-Хиршмана отражает структуру рынка, но слабо учитывает динамику рыночного взаимодействия.

В связи с вышеизложенным, полагаем, что исходя из доступной статистической информации в качестве измерителя состояния рыночной конкуренции на товарных рынках можно использовать индикатор, основанный на двух показателях: средние размеры предприятий в отрасли и норма входа. Средние размеры предприятий предлагаем определять как отношение оборота хозяйствующих субъектов по видам экономической деятельности за период к количеству предприятий, осуществляющих данный вид деятельности в этот период. Средние размеры предприятий достоверно характеризуют структуру рынка. Их увеличение свидетельствует о росте рыночной власти и повышении степени монополизации товарного рынка.

Норма входа может быть определена как количество вновь зарегистрированных в течение рассматриваемого периода предприятий в расчете на единицу общего их количества, осуществляющих на конец анализируемого периода данный вид экономической деятельности. Норма входа, на наш взгляд, адекватно оценивает рыночные барьеры входа-выхода и отражает динамику рыночного взаимодействия. Уменьшение нормы входа свидетельствует об увеличении барьеров входа-выхода и ограничении конкурентных отношений.

Ниже в таблице 1 представлены результаты расчета норм входа и среднего размера предприятий по видам экономической деятельности в соответствии с данными Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области-Кузбассу за январь-июль 2021 года [2].

Как показывают проведенные расчеты, представленные в таблице 1, наибольший средний размер предприятий сложился в 2021 г. в Кемеровской области-Кузбассе по следующим видам экономической деятельности:

- добыча полезных ископаемых (1487,75 млн. руб./ед.);
- обеспечение электрической энергией, газом и паром (339,45 млн. руб./ед.);
- обрабатывающие производства (179,4 млн. руб./ед.).

Наименьший средний размер предприятий выявлен в следующих видах экономической деятельности:

- образование (1,85 млн. руб./ед.);
- деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (3,57 млн. руб./ед.);
- деятельность профессиональная, научная и техническая (6,31 млн. руб./ед.).

Таблица 1 – Нормы входа и средние размеры организаций по видам экономической деятельности в Кемеровской области-Кузбассе в 2021 г.

| № п/п | Виды экономической деятельности | Норма входа, % | Средний размер организации, млн. руб./ед. |
|-------|---|----------------|---|
| 1 | Раздел А.Сельское, лесное хоз-во, охота, рыболовство и рыбоводство | 1,87 | 17,49 |
| 2 | Раздел В.Добыча полезных ископаемых | 3,72 | 1 487,75 |
| 3 | Раздел С.Обрабатывающие пр-ва | 3,91 | 179,40 |
| 4 | Раздел D.Обеспечение электрической энергией, газом и паром | 1,17 | 339,45 |
| 5 | Раздел E.Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений | 2,52 | 49,57 |
| 6 | Раздел F.Строительство | 4,84 | 14,68 |
| 7 | Раздел G.Торговля оптовая и розничная; ремонт автотр-ных средств и мотоциклов | 3,74 | 80,91 |
| 8 | Раздел H.Транспортировка и хранение | 4,74 | 57,44 |
| 9 | Раздел I.Деят-ть гостиниц и предприятий общественного питания | 3,89 | 7,20 |
| 10 | Раздел J.Деят-ть в области информации и связи | 3,38 | 21,12 |
| 11 | Раздел L. Деят-ть по операциям с недвижимым имуществом | 1,67 | 6,33 |
| 12 | Раздел M. Деят-ть профессиональная, научная и техническая | 4,14 | 6,31 |
| 13 | Раздел N. Деят-ть административная | 2,84 | 7,25 |
| 14 | Раздел P.Образование | 0,40 | 1,85 |
| 15 | Раздел Q. Деят-ть в области здравоохранения и социальных услуг | 2,56 | 3,57 |
| 16 | Раздел R. Деят-ть в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений | 2,67 | 29,90 |

Самые высокие нормы входа в 2021 г. в Кемеровской области-Кузбассе в следующих видах экономической деятельности:

- деятельность в области строительства (норма входа – 4,84 %);
- транспортировка и хранение (норма входа – 4,74 %);
- профессиональная, научная и техническая деятельности (норма входа – 4,14%).

Самые низкие рыночные барьеры в Кемеровской области-Кузбассе в 2021 году:

- в образовании (норма входа – 0,4 %),
- в обеспечении электрической энергией, газом и паром (норма входа – 1,17 %),
- в операциях с недвижимым имуществом (норма входа – 1,67%).

Полученные оценки структуры рынков на основе показателя средние размеры предприятий и рыночных барьеров входа-выхода на базе показателя норма входа объединим путем построения карты конкурентной среды. Числа в подписях данных на карте соответствуют номеру вида экономической деятельности в таблице 1. Для наглядности в связи с ограниченностью объема доклада деятельность по добыче полезных ископаемых на карте не представлена.

Карта конкурентной среды на рисунке 1 наглядно представляет состояние конкуренции по видам экономической деятельности в Кемеровской области-Кузбассе. Чем правее и выше на карте конкурентной среды отражены результаты оценки состояния конкуренции вида экономической деятельности, тем выше степень монополизации соответствующего рынка.

Как видно из карты конкурентной среды, наибольшее ограничение конкуренции в Кемеровской области-Кузбассе в 2021 году наблюдается в обрабатывающей промышленности и обеспечении электрической энергией, газом и паром.

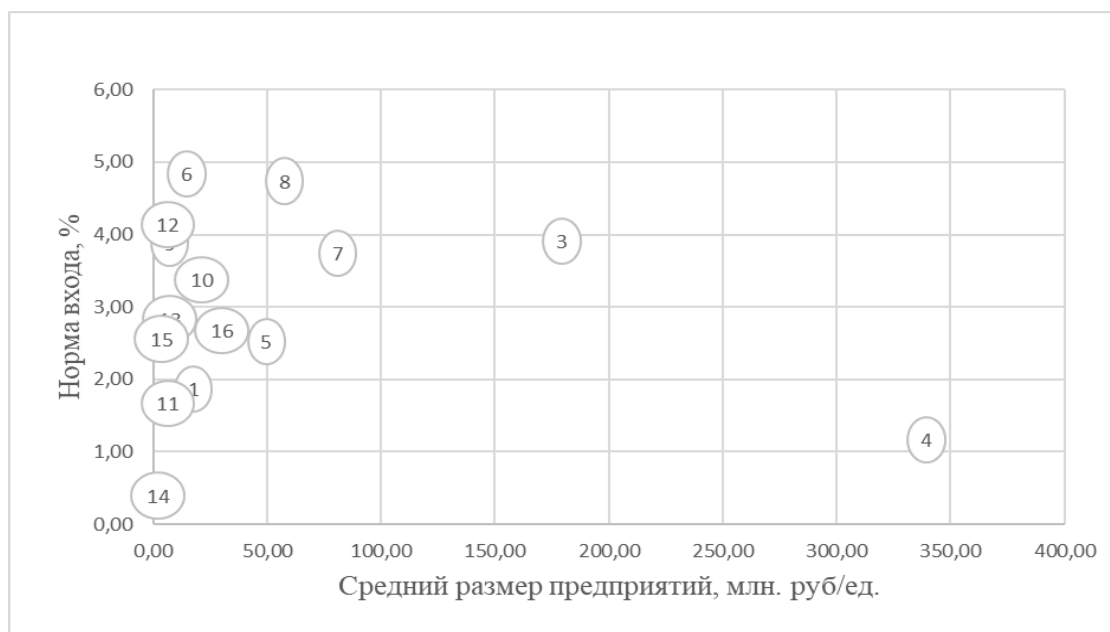


Рисунок 1 – Карта конкурентной среды

На основании предложенной методики оценки конкурентной среды совершенствование государственной конкурентной политики может быть осуществлено по следующему алгоритму:

- 1) Определение среднего размера предприятий по виду экономической деятельности или более узкому рынку.
- 2) Расчет нормы входа для вида экономической деятельности или конкретного товарного рынка.

3) Построение карты конкурентной среды для рассматриваемых видов экономической деятельности или товарных рынков.

4) Разработка мероприятий по снижению степени монополизации рынков в зависимости от оценки конкурентной среды.

5) Осуществление разработанных мероприятий.

6) Мониторинг результатов осуществления мероприятий и внесение необходимых корректировок.

Список литературы

1. Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://study.garant.ru>. – [04.10.2021].

2. Статистический ежегодник «Кузбасс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://service.kemerovostat.gks.ru/bgd/EJEGOD/Main.htm>. – [04.10.2021].

Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
Фиофилактова Вероника Александровна, магистрант гр. СУмоз-201
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Пищевая промышленность – это группа организаций, которая занимается производством пищевых продуктов для удовлетворения естественных потребностей населения. Значительное влияние на качество и производственные возможности различных отраслей пищевой промышленности оказывает сельское хозяйство страны. Пищевая промышленность имеет тесную связь с сельским хозяйством, так как оно является прямым поставщиком сырья для производства продукции [1, 5].

На сегодняшний день многое зависит от вкусов и интересов потребителей и так как они имеют тенденцию постоянно изменяться, организации начинают работать в различных направлениях, подстраиваясь под потребителей, что бы удовлетворить их потребности [6, 7].

Множество новых тенденций появляется постоянно, так как меняются вкусы и интересы потребителей, и чтобы их удовлетворять организации разрабатывают и производят новые пищевые продукты и напитки [3].

В 2020 году в связи с пандемией многие люди пересмотрели свое отношение к своему здоровью и пищевым привычкам и решили употреблять более полезной продукции, что дает организациям пищевой промышленности огромную возможность для введения нововведений в свое производство [2]. Так пищевая компания ADM определила список ключевых тен-

денций, которые будут главными в 2021 году в области пищевой промышленности.

Экспертами ADM был выделен список из 5 наиболее важных тенденций, с помощью которых будут простимулированы инновации при производстве продуктов питания.

Первой тенденцией является более активный подход к питанию тела и ума. Исследования компании показали, что 50% потребителей отдают предпочтение продуктам питания и напиткам, которые естественным образом содержат полезные ингредиенты, а 31% покупают больше товаров, специально предназначенных для особенностей их здоровья [4].

Значительное влияние на потребительский спрос стали оказывать следующие факторы – вкус и цвет. Для потребителей наиболее привлекательной является продукция, которая является необычной, разноцветной, а также упакована в яркие, приметные упаковки, мимо которых они не в силах пройти.

Также очень часто отдается предпочтение продуктам со вкусом цитрусов, так как потребитель уверен, что в данном продукте присутствует витамин «С», который является наиболее важным для здоровья.

Второй тенденцией является желание потребителей заботиться об окружающей среде. Экспертами было выявлено, что 65% потребителей выбирают продукцию с экологичной (биоразлагаемой) упаковкой, а также приготовленную особыми способами, позволяющими сохранить окружающую среду. Данный факт подтверждается возрастанием спроса на продукцию организаций, использующих различные технологии в производстве для сохранения окружающего нас мира.

Например, специализированный корм, который значительно снижает выбросы метана в животноводстве, позволяет удовлетворить интерес потребителей к более экологичным источникам белка. Также, на сегодняшний день, используются новые методы ведения сельского хозяйства, например, такие как регенеративное земледелие для обогащения почв. С помощью данных методов значительно сокращаются выбросы углерода в окружающую среду, и происходит улучшение водного цикла. Кукурузный крахмал или морские водоросли, будучи возобновляемыми растительными материалами, появляются в потребительской упаковке. Это приводит к уменьшению количества отходов на свалках.

Большее внимание потребителей на свое здоровье является третьей тенденцией. Около 25% потребителей мира имеют заболевания пищеварительной системы, при чем 50% из них утверждают, что заболевания данного рода оказывают умеренное или сильное влияние в целом на состояние их здоровья. В связи с этим изменяется спрос данных покупателей на различные продукты. Пандемия значительно ускорила интерес человечества к своему здоровью, к его поддержанию, а также интерес к пищевой продукции, позволяющий поддерживать их здоровье в отличном состоянии.

Исследователям удалось доказать, что продукты, нацеленные на микробиом, значительно помогают решать проблемы с метаболизмом, а также следить за весом и возможность его привести в нормальное для организма состояние, еще они способствуют поддержанию иммунитета.

Следующая тенденция в пищевой промышленности связана со значительным повышением спроса на растительную белковую пищу, которую люди употребляют как альтернативу привычным белковым продуктам. В число данных продуктов входят морепродукты, различные белковые закуски, растительные сыры и многое другое.

Альтернатива молочных продуктов раньше всех была представлена в качестве инновации на рынке растительного питания. На данный момент их ассортимент расширяется, поэтому производители пытаются охватить и другие форматы, такие как йогурт, мороженое, масло, спреды и сливки.

Последней тенденцией, выделенной экспертами ADM является прозрачность в укреплении доверия потребителей. В настоящее время большинство покупателей доверяют товарным этикеткам, размещенных на продукции, считают, что там только достоверная информация о составе, сроках годности и т.д. Потребители отдают предпочтение местным организациям, так как они имеют представление о том, из какого сырья производится данная продукция.

На основе вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что современные тенденции дают возможность организациям пищевой промышленности разрабатывать и производить какую-либо новую продукцию, соответствующую запросам потребителей.

По оценке ADM сегодня современные технологии позволяют пищевым компаниям удовлетворять любые потребительские предпочтения.

Список литературы

1. Кузьмина А.О. Современное состояние и тенденции развития пищевой промышленности России / А. О. Кузьмина, А. С. Жерноклеева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 17 (255). – С. 149-152. – URL: <https://moluch.ru/archive/255/58540/> (дата обращения: 11.09.2021).
2. Малюгин А.Н. Конкурентные возможности малых городов // Конкуренция и монополия: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – КузГТУ: Кемерово, 2020. – С. 181-187.
3. Малюгин А.Н. Распознавание ключевых компетенций при разработке стратегии развития организации / А. Н. Малюгин, И. Ю. Зарубин // Сборник материалов XI Всероссийской научно-прак. конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; – Кемерово. – 2019. <http://science.kuzstu.ru/wp->

content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/ Articles/80333.pdf (дата обращения: 12.09.2021).

4. ТОП-5 глобальных трендов пищевой промышленности 2021 года URL: <https://www.dairynews.ru/news/top-5-globalnykh-trendov-pishchevoy-promyshlennost.html> (дата обращения: 11.09.2021).

5. Управление инвестиционным потенциалом развития города: монография / В.В. Герасимов, А.П. Пичугин, Б.С. Сивирин, А.Н. Малюгин. – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2012. – 254 с.

6. Управление развитием региональных объектов недвижимости: монография / В.В. Герасимов, А.П. Пичугин, С.В. Шарыбар, А.Н. Малюгин. – Новосибирск: Новосибирский государственный аграрный университет, 2009. – 250 с.

7. Шутько Л.Г., Муромцева А.К., Малюгин А.Н. Развитие конкуренции, монополизм и монополизация в пореформенной России: теоретические и практические аспекты // Научные исследования и разработки. Экономика. - 2020. – Т. 8. – № 4. – С. 61-68.

Мартыненко Илья Вадимович, студент гр. ГЭБО-03-17
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

В Российской Федерации рынок строительной отрасли находится в стадии стабилизации после спада в 2015 году. Доля всего объема рынка составляет около 3 % от Валового внутреннего продукта (ВВП) страны. Российская экономика в целом сегодня характеризуется снижением инвестиционной активности за счет оттока иностранного капитала, а также сокращения инвестиционных программ отечественных финансовых организаций. Высок уровень инфляции. Экспертами предполагается частичное замещение западных инвестиций азиатскими, однако такие прогнозы выглядят излишне оптимистично [1], [2].

Текущее положение рынка капитального строительства характеризуется снижением темпов инвестиционной активности, в том числе за счет оттока капитала из отрасли. Такое положение на рынке капитального строительства обусловлено рядом причин. Так, например, на ситуацию в отрасли повлияли инфляционные процессы в экономике, сокращение инвестиционных программ, недостаточная поддержка государства, рост ставок по кредитам. Все это привело к снижению уровня рентабельности деятельности строительных организаций.

В таблице 1 представим основные показатели рынка капитального строительства за период с 2013 по 2019 гг. на основании данных из источ-

ников [3], [4]. Отметим, что данные будем приводить для частного рынка, без учета государственных компаний и государственного строительства.

Таблица 1 – Динамика рынка капитального строительства в России в частном секторе

| Год / Показатель | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Количество частных строительных организаций, тыс. шт. | 201 | 214 | 223 | 219 | 202 | 210 | 214 |
| Количество рабочих мест в строительстве, млн. чел. | 2,7 | 3,5 | 3,8 | 3,7 | 2,8 | 3,1 | 3,2 |
| Введено в действие объектов капитального строительства, млн.м. кв. м | 76,1 | 80,5 | 84,1 | 80,1 | 72,1 | 73,8 | 74,1 |
| Объем работ, млрд. руб. | 5624,3 | 6109,5 | 6175,2 | 5735,2 | 5721,0 | 5992,3 | 6002,6 |

Динамика показателей рынка капитального строительства в частном секторе России в целом положительна. За период с 2013 по 2019 гг. наблюдается колебания основных показателей отрасли, вследствие кризисных явлений на рынке капитального строительства в период 2015-2016 гг. За последние два года наблюдается рост показателей, что свидетельствует о стабилизации отрасли. В целом за рассматриваемый период наблюдаются следующие тенденции:

- на 6,46 % выросло количество частных строительных организаций;
- на 18,51 % выросло количество трудовых ресурсов, занятых в сфере капитального строительства;
- на 2,62 % снизился ввод в действие объектов капитального строительства;
- на 6,72 % увеличился объем строительных работ.

Далее рассмотрим динамику роста рынка капитального строительства в разных странах мира. Для этого сопоставим объемы рынка с величиной ВВП каждой из стран. Данные представим за период с 2017 по 2019 гг. (рисунок 1).

Наибольшая доля капитального строительства в ВВП страны присутствует в Китае (7,3 % от ВВП в 2019 г), где ежегодно растет количество частных строительных организаций и объемы строительного рынка в среднем на 2–3 % в год. В США наблюдается снижение доли капитального строительства в ВВП страны. В остальных странах наблюдается рост показателя, что свидетельствует о росте рынка капитального строительства в масштабах страны. При этом в России наблюдается один из самых низких значений. Максимальное значение доли капитального строительства в ВВП страны за последние 20 лет достигало только отметки 3,1 %.

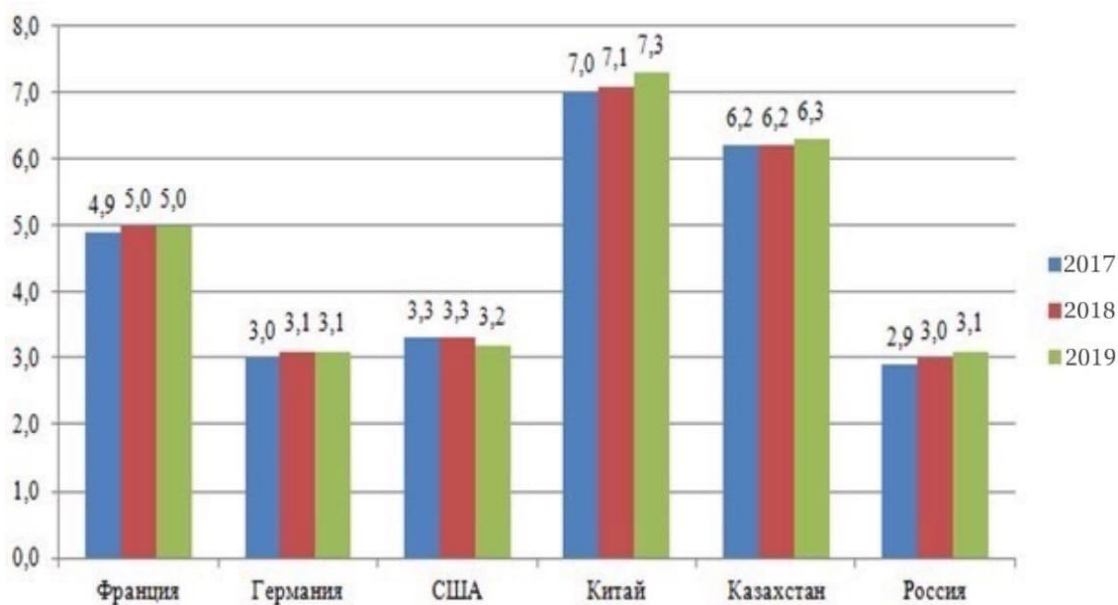


Рисунок 1 – Доля капитального строительства в ВВП стран, %

Рассмотрим какие есть барьеры и ограничивающие факторы на отечественном рынке капитального строительства, которые сдерживают развитие отрасли.

1. Обязательное условие функционирования компании на рынке – лицензирование деятельности и вступление в Саморегулируемую организацию. Это усложняет процесс открытия компании и повышает уровень бюрократизации отрасли. Но данный фактор является не только сдерживающим, но и гарантирующим качество производимых работ.
2. Нехватка высококвалифицированных кадров в отрасли. Большая часть основного состава сотрудников строительных организаций — это мигранты из стран дальнего и ближнего зарубежья [5].
3. Недостаточно высокое качество отечественных строительных материалов. Это увеличивает себестоимость работ, так как компаниям приходится покупать материалы в иностранных компаниях.
4. Нехватка инвестиций в отрасли. Большой срок окупаемости инвестиций делает эту область менее приоритетной для инвесторов.
5. Высокий уровень налогообложения в стране и недостаточная поддержка государства отрасли частного капитального строительства [6].

Для ликвидации этих значимых ограничений и поддержки строительной отрасли Правительством РФ была разработана и принята Стратегия инновационного развития строительной отрасли РФ на период до 2021 г. Данная стратегия направлена на создание условий для развития отрасли, повышения темпов строительства и качества работы, повышение рентабельности отрасли, притока инвестиций, повышение конкурентоспособности отечественных строительных компаний.

Далее обозначим перспективы развития отрасли капитального строительства в России и за рубежом. Для этого рассмотрим какие сегодня существуют инновации в данной области, поскольку именно они определяют

вектор развития отрасли, позволяют упрощать и ускорять процесс строительства, снижать его стоимость, повышать жизненный цикл строительных объектов.

В отечественной практике капитального строительства существует большое количество инноваций как в области создания и использования новейших технологий, так и в области использования инновационных строительных материалов.

Также отметим, что современными тенденциями в области капитального строительства являются:

1. Использование экологичных материалов (со специальной маркировкой) при строительстве. В России с каждым годом все больше компаний, которые проходят сертификацию по международным экологическим стандартам в области строительства: LEED и BREEAM. Доля строительства по экостандартам в России составляет 3 % от вновь возводимых зданий. С каждым годом число компаний, производящих строительные работы по международным экостандартам становится все больше. На 2020 год таких компаний насчитывается всего 4, в их число входят такие крупные Московские компании как ООО «АйСиЭм Гласс Калуга», группа компаний «Технониколь» и др.

2. Строительство ресурсосберегающих зданий. Использование энергосберегающих материалов с оптимальной теплоизоляцией на вводимых строительных объектах позволяет экономить потребление ресурсов на этапе эксплуатации зданий и сооружений. Пример такого энергосберегающего строительного объекта – дом Green Balance в поселке Назарьево в Московской области.

3. Внедрение принципов и основ Бережливого производства в капитальное строительство, что позволяет сократить издержки и повысить рентабельность деятельности строительных организаций.

4. Внедрение IT-систем для автоматизации деятельности компаний строительной отрасли.

Рассмотрим ситуацию на рынке капитального строительства в других странах. Так, например, в Японии стоимость строительства разного рода объектов является достаточно дорогостоящим. Стоимость 1 кв.м. практически вдвое превышает стоимость жилых и не жилых помещений в США или других странах. Причиной этому является необходимость сертификации любой японской или ввозимой иностранной техники, материалов и т.д. в соответствии с Японским промышленным стандартом (JIS). Данная процедура является достаточно дорогостоящей.

Также в Японии (как и в других странах, например в США, Китае и др.) повсеместно используется BIM-технологии (Building Information Modeling) при проектировании, строительстве и дальнейшей эксплуатации строящихся объектов. Так, например, японская компания Nikken Sekkei использовала технологию BIM при строительстве аэропорта Narita.

Еще одной инновацией в строительстве разных стран является использование ИКТ – Информационно-коммуникационных технологий. Примером ИКТ является 3D-печать, аддитивные технологии в дизайне и проектировании. В Японии с использованием ИКТ были построены такие здания, как Kawasaki Toshiba Building, NBF Osaka и др.

Также в мировой практике капитального строительства активно разрабатывают и внедряют инновационные материалы. В США группой ученых создан самый легкий строительный материал (плотность 0,9 мг на 1 см³).

Поскольку основным видом деятельности анализируемой нами компании ООО СК «Интерпол» является обустройство промышленных бетонных полов, рассмотрим какие есть инновации в области изготовления бетона. На сегодняшний момент самой инновационной технологией при производстве бетона является применение частиц нано размера для создания высокопрочного бетона, который бы обладал высокой степенью долговечности (по разным расчетам в среднем это значение может достигнуть 500 лет эксплуатации). Передовыми зарубежными компаниями, которые работают в данной сфере являются Швейцарская компания «Zika», немецкая фирма «BASF», норвежская компания «Elkem» и др. В рамках своей деятельности строительная компания «Интерпол» активно сотрудничает с компанией «BASF» и использует в своей деятельности только качественные и современные материалы.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. – 2018. – № 4. – С. 16-27.
4. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. К вопросу о методическом обеспечении идентификации региональных кластеров // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 2 (46). – С. 147-154.
5. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. – 2017. – № 4 (29). – С. 9-15.
6. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 3 (51). – С. 73-86.

Медведева Анастасия Николаевна, студентка гр. Э-б-о 186
(Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь)

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Под цифровой экономикой понимается система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на применении цифровых информационно-коммуникационных технологий [1]. Цифровизация вынуждает совершать комплекс изменений в каждой сфере человеческой жизни, включая экономику. В связи с инновационным развитием глобальной экономики возникает необходимость совершенствования и адаптации антимонопольного регулирования рыночных отношений.

Адаптация антимонопольного регулирования к нуждам цифровой экономики – это фундаментальный вопрос выживаемости российской экономики в новом технологическом укладе.

На законодательном уровне пути адаптации антимонопольного регулирования к цифровой экономике закреплены в Приказе ФАС России от 18.03.2020 № 289/20 «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года (I этап – 2020–2024 годы)» и включают в себя следующие мероприятия [2]:

1. Законодательное закрепление таких понятий, как «сетевой эффект» и «цифровая платформа», принятие нормативно-правовых актов, которые определяют порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, где взаимодействие покупателей и продавцов происходит при помощи цифровых платформ при наличии сетевых эффектов;

2. Обеспечение расширения полномочий антимонопольных органов при осуществлении контроля исполнения предписаний;

3. Разработка новых подходов для определения экономической концентрации на законодательном уровне;

4. Обеспечение отмены иммунитетов для злоупотреблений доминирующим положением, картелей и ограничивающих конкуренцию соглашений, связанных с осуществлением прав на интеллектуальную собственность.

Рынок информационных технологий обладает несколькими особенностями, которые необходимо учитывать при анализе состояния конкуренции на рынке.

Так, интеллектуальный продукт следует рассматривать как товар, а сферу его обращения в качестве товарного рынка. На цифровых рынках предоставление права использования инновационного продукта может осуществляться безвозмездно на основе лицензионного договора. Однако,

следует отметить, что законодательство признает такую передачу прав собственности законной, так как по лицензионному договору лицензиат обязуется уплатить обусловленное договором вознаграждение лицензиару [3].

Еще одной особенностью является то, что географические границы в информационном секторе являются глобальными. Программы для ЭВМ и товары интеллектуальной собственности могут продаваться без дополнительных затрат, так как не требуют расходов на транспортировку, в любой точке мира.

Цифровая экономика представляет собой вызов для регулирования конкуренции. Конкуренция между компаниями в цифровой сфере с каждым годом становится более жесткой, поэтому государству необходимо принимать своевременные меры во избежание возникновения монополии на рынке.

Владимир Путин, в своем выступлении на Всемирном экономическом форуме в январе 2021 г., отметил, что: «все более значимую роль в жизни общества стали играть современные технологические и прежде всего цифровые гиганты, [и хотя] с точки зрения самих компаний их монопольное положение оптимально для организации технологических и бизнес-процессов... у общества возникает вопрос: насколько такой монополизм соответствует именно общественным интересам?» [4].

Одно из основных нововведений, которые необходимо принять в сфере антимонопольного регулирования – это увеличение параметров фиксации контроля сделок предприятий. Компании, ведущие свою деятельность на рынке информационных технологий совершают сделки на достаточно большие суммы, которые в некоторых случаях несоизмеримы даже с масштабными проектами. Исходя из этого, помимо того, что ФАС необходимо учитывать размер активов и оборота товаров, антимонопольному органу также необходимо принимать во внимание размер совершаемых сделок.

Также, эффективным новшеством является создание электронной подачи документов, в том числе это будет касаться и государственных закупок. Электронные процедуры позволят снизить вероятность мошеннических действий или сговоров между заказчиками и участниками.

В национальной программе «Цифровая экономика в РФ» принятой Указом Президента РФ от 09.05.2017 «О стратегии развития информационного общества в РФ» [5], [6] выделены ряд мероприятий, которые обеспечат ликвидацию власти в сфере антимонопольного регулирования.

Также в данных документах описаны ряд правил, которые будут применимы к цифровой экономике, а именно:

1. Снижение, с последующей возможностью полного снятия, барьеров для входа на рынок цифровой экономики для начинающих предприятий;

2. Уточнение методов определения географических и товарных границ в условиях экономики;

3. Внедрение контроля, способствующего противодействию злоумышленников и мошенников.

Одной из ключевых проблем эффективного применения действующего антимонопольного регулирования является то, что в современной рыночной экономике основополагающими понятиями являются цифровые технологии, информационные и цифровые платформы, информация. Для исправления данной ситуации необходимо ввести в законодательство правила, позволяющие использовать инструменты антимонопольного регулирования с учетом современных вызовов.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что антимонопольная политика в России требует достаточных изменений с учетом требований цифровизации. Исходя из того, что цифровая экономика является глобальной системой, для увеличения эффективности деятельности ФАС необходимо сотрудничество с антимонопольными органами других стран, которые также сталкиваются с подобного рода проблемами по поводу стимулирования экономического развития, в условиях цифровой экономики.

Список литературы

1. Развитие цифровой экономики в России, Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/en/events/2016/12/20/developing-the-digital-economy-in-russia-international-seminar-1> (дата обращения: 24.09.2021).
2. Приказ ФАС России от 18.03.2020 № 289/20 «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года (I этап – 2020–2024 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_355698/ (дата обращения: 26.09.2021).
3. ГК РФ Статья 1235. Лицензионный договор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/640cbca01ece35bc535ffe5e6d96b7988d2daf6b/ (дата обращения 26.09.2021).
4. Сессия онлайн-форума «Давосская повестка дня 2021» // Официальный сайт Администрации Президента России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/64938> (дата обращения: 26.09.2021).
5. Указ Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения 27.09.2021).
6. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения 27.09.2021).

Мухина Полина Александровна, студент гр.1
Научный руководитель – Гуценская Наталья Дмитриевна, к.э.н., доцент
(ФГБОУ ВО Курганская ГСХА, г. Курган)

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Экономическая конкуренция (от лат. *conspicere* – сталкиваться, состязаться) – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров [1].

Можно выделить следующие виды конкуренции (разновидности совершенной и несовершенной конкуренции):

1. чистая;
2. олигополистическая;
3. монополистическая.

Монополистическая конкуренция – это рыночная ситуация, при которой сравнительно большое, но ограниченное количество производителей реализуют большому количеству потребителей схожую, но не стандартизированную продукцию [6].

Впервые понятие «монополистическая конкуренция» ввел американский экономист Эдвард Чемберлен.

Теория монополистической конкуренции была разработана в 30-е гг. XX в. Чемберленом совместно с английским экономистом Джоаном Робинсоном.

Модель Чемберлена предполагает структуру рынка, в которой соединены элементы конкуренции (большое число фирм, их независимость друг от друга и свободный доступ на рынок) с элементами монополии (покупатели отдадут явное предпочтение ряду продуктов, за которые они готовы платить повышенную цену) [5].

Барьеры для входа на рынок и выхода из него часто относительно невысоки. Любая компания, обладающая достаточным запасом ресурсов, при желании может предложить свой продукт широкой аудитории. При этом очевидно, что новый продукт должен не просто появиться на рынке, но и привлечь внимание потребителей других продуктов, что может быть сложной задачей за счет жесткой неценовой конкуренции.

Товары и услуги, предлагаемые на таких рынках, являются привлекательными для потребителя. Дифференцированная продукция на рынке монополистической конкуренции предоставляет широкую возможность выбора продукта под четкие запросы, сильная конкуренция удерживает уровень цены на минимально приемлемом уровне, а рыночная власть отдельной компании сравнительно мала и не может диктовать свои условия [4].

Примерами монополистической конкуренции являются следующие компании:

- мобильная связь – Мегафон, МТС, Мотив, Билайн и др.;
- продовольственные товары – шоколад: Alpen Gold, Milka, Nestle, Dove, Аленка и др.;
- общественное питание – McDonald's, Burger King, KFC, Subway и др.

Все участники монополистической конкуренции действуют в собственных интересах и имеют право повышать или понижать цену, исходя из собственных целей. Рыночная власть производителей ограничивается достаточно большим количеством субъектов, создающих схожую по характеристикам продукцию. Конкурентным преимуществом может выступать свойство товара, бренд, дополнительное обслуживание и т.д.

На рынке монополистической конкуренции динамика спроса отличается от других моделей. Если цена на товар поднимется у одной фирмы, то покупатели просто уйдут к другому производителю, поэтому спрос эластичен. В долгосрочном периоде в отрасль будут приходить новые фирмы, при условии, что товар пользуется спросом. Предложение будет расширяться до тех пор, пока последняя фирма не получит экономической прибыли [3].

В краткосрочном периоде

В условиях данной структуры до определенного момента спрос является достаточно эластичным по отношению к цене. Однако расчет оптимального уровня производства, позволяющего максимизировать доход, похож на монополистический.

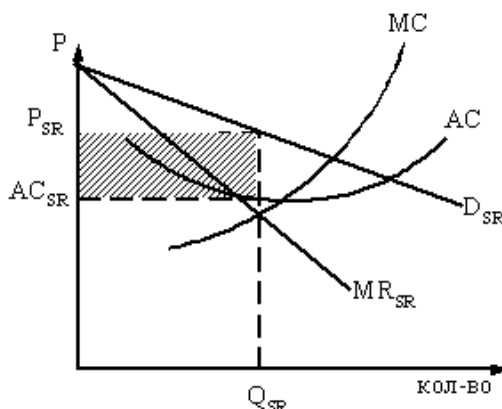


Рисунок 1 – Рынок монополистической конкуренции в краткосрочном периоде

Линия спроса на некий товар DSR обладает более крутым наклоном. Оптимальный объем изготовления продукции QSR , позволяющий получить максимальный доход, находится в точке пересечения маржинального дохода и затрат. Оптимальный уровень цены PSR соответствует заданному объему изготовления продукции, отражает спрос DSR , поскольку эта цена покрывает средние издержки, а также обеспечивает определенную прибыль.

В долгосрочной перспективе на размер прибыли начинают влиять другие компании, вступившие на рынок. Это приводит к тому, что совокупный покупательный спрос распределяется между всеми компаниями,

количество товаров-субститутов возрастает, и спрос на продукцию конкретной фирмы снижается. В попытке увеличить уровень продаж существующие компании расходуют средства на рекламу, продвижение, улучшения качества товаров, следовательно, возрастают и издержки.

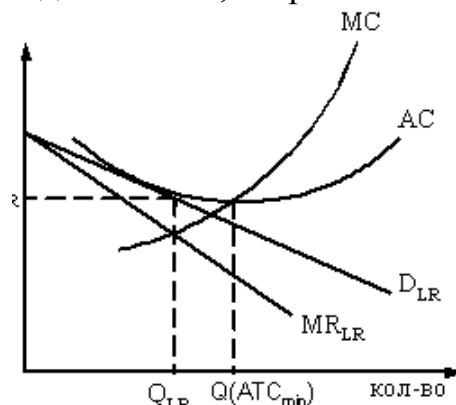


Рисунок 2 – Рынок монополистической конкуренции в долгосрочном периоде

Такая рыночная ситуация продлится до того момента пока не исчезнет потенциальная прибыль, привлекающая новые компании. В результате фирма остается как без убытков, так и без дохода.

Экономическая эффективность и недостатки

Рынок монополистической конкуренции является самым благоприятным вариантом для покупателей. Дифференциация товаров предоставляет огромный выбор товаров и услуг для населения, а уровень цен определяется потребительским спросом, а не предприятием. Равновесная цена в монополистической конкуренции выше маржинальных издержек, в отличие от уровня цен на продукцию, которые устанавливаются на конкурентном рынке. То есть цена, которую заплатят потребители дополнительных товаров, превысит затраты на их изготовление.

Основным недостатком монополистической конкуренции является размер существующих предприятий. Быстрое возникновение убытков от увеличения масштабов производства значительно ограничивает размер фирм. А это обеспечивает нестабильность и неопределенность рыночных условий и развития малого бизнеса. В случае незначительного спроса фирмы могут понести большие финансовые потери и обанкротиться [2].

Список литературы

1. Конкуренция. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://foxford.ru/wiki/obshchestvoznanie/konkurenciya> [25.09.2021].
2. Монополистическая конкуренция. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/11733-monopolisticheskaya-konkurenciya> [25.09.2021].
3. Монополистическая конкуренция в российской экономике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/ekonomika/osobennosti_monopolisticheskoy_konkurencii_i_ih_proyavlenie_v_rossiyskoy_ekonomike/ [25.09.2021].

4. Монополистическая конкуренция. Part 1: разбор явления. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/2760-monopolisticheskaya-konkurenciya> [23.09.2021].
5. Теория монополистической конкуренции Э. Чемберлена. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/15_6139_teoriya-monopolisticheskoy-konkurencii-echemberlena.html [25.09.2021].
6. Тумашев А.Р. Экономическая теория в двух частях. Часть I. Введение в экономическую науку. Микроэкономика / А.Р. Тумашев, С.Н. Котенкова, М.В. Тумашева. – Казань: Казан. Ун-т, 2011. – 204 с.

Наседкина Любовь Владиславовна, студент гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Куманеева Мария Константиновна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА

Одним из самых ключевых критериев развития экономики страны, является конкурентная борьба между хозяйствующими субъектами в процессе производства продукции, оказания услуг и выполнения работ.

В связи с этим, в сфере исключительных прав на средства индивидуализации, проявляется активное и масштабное расширение конкурентной среды, что в свою очередь явилось серьезным основанием для свободного применения приемов недобровольной конкуренции.

У потребителей, в процессе приобретения и пользования исключительного права на средства индивидуализации возникает немаловажный вопрос, какие именно действия или бездействия, и в каких случаях являются недобросовестной конкуренцией.

Согласно ст. 14.4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг. Положения ГК РФ, посвященные защите средств индивидуализации [3], по сути, расширяют эту норму. Расцениваться, как акт недобросовестной конкуренции, может приобретение и использование исключительного права, только в тех случаях, когда цель использования и приобретения, а соответственно и дальнейшее последствие могут причинить вред конкурентам, даже если приобретение этого исключительного права произошло по закону.

Дело в том, что судебная практика по делам об отмене решения Роспатента государственной регистрации товарного знака значительно отличается. В некоторых случаях суды указывают на то, что решение не может быть признано недействительным из-за отсутствия решения антимонопольного органа о наличии в действиях лица нарушений антимонопольного законодательства. Может быть и такое, что оспаривание предоставле-

ния правовой охраны товарного знака значит оспаривание решения Роспатента о госрегистрации и основанного на ней признания исключительного права на этот знак. А значит нет необходимости решения о наличии в действиях хозяйствующего субъекта признаков недобросовестной конкуренции от антимонопольного органа.

Характер и ориентация действий, является одним из главных критериев верного разграничения конкуренции добросовестной от недобросовестной. Пользуясь средствами индивидуализации иного юридического лица, субъект развивается и популяризируется. Действия недобросовестного хозяйствующего субъекта вводит в заблуждение потребителей.

Несмотря на формальное соблюдение требований закона, хозяйствующий субъект заведомо нарушает принципы справедливости, добропорядочности, разумности, таким образом нарушая установленные порядки гражданских прав, указанные в ст. 10 ГК РФ.

В сложившейся российской практике считается, что факт приобретения прав на объекты интеллектуальной собственности, и является причиной недобросовестной конкуренции, при использовании хозяйственным субъектом средств индивидуализации. Для того, чтобы расценивать такие действия, как нарушение ч. 1 ст. 14.4 Закона о защите конкуренции, необходимо не просто приобретение исключительного права на средства индивидуализации, а именно намерение для присвоения себе результата от его потребления в процессе предпринимательской деятельности [3]. Это значит, с нацеленностью на недобросовестную конкуренцию. Для того, чтобы обвинить конкурента в недобросовестной конкуренции, нарушающего ст. 14.8 Закона, антимонопольному органу, который лишь приобрел исключительное право на средства индивидуализации, требуются доказательства, что такие действия имеют все признаки недобросовестной конкуренции, указанные в ч. 9 ст. 4.

Понятие «недобросовестная конкуренция» можно изложить в следующем определении: «недобросовестная конкуренция – это любые действия/бездействие или их совокупность хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности. Которые, причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации, а также, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости».

Для примера можно рассмотреть следующий случай. В адрес УФАС поступило обращение от предпринимателя — собственника известного ресторана по факту подачи заявления на регистрацию товарного знака, совпадающего с названием данного заведения. А компания, которая подала заявку, никакого отношения к ресторану не имела.

Согласно предоставленным документам приложенных к обращению следовало, что логотип и название заведения созданы по инициативе за-

явителя в 2014 г. и в тоже время начали использоваться как обозначение ресторана при изготовлении документов и продвижении бизнеса при помощи рекламы. Заявитель, предоставил данные о том, что до того как была подана заявка на регистрацию товарного знака другим лицом, активно продвигал свой товарный знак при помощи рекламы в различных средствах массовой информации.

В своем заявлении предприниматель потребовал прекратить недобросовестные действия, со стороны другой компании, которые на момент его обращения в антимонопольную службу выражались лишь в том, что иное лицо направило заявку на регистрацию товарного знака, сходного с названием заведения, которым он владеет.

В результате УФАС России приняло решение отказать в возбуждении дела, так как не усмотрело признаков нарушения антимонопольного законодательства.

Во время подачи и рассмотрения заявления компания, которая не имела дело к ресторану, еще не зарегистрировала товарный знак, на который подала заявку. Право на обращение в органы государственной власти и местного самоуправления — неотъемлемое право человека и гражданина в РФ, закрепленное, в том числе в Конвенции о защите прав человека и основных свобод. К тому же нарушение исключительных прав возможно лишь при наличии свидетельства на товарный знак (ст. 1504 ГК РФ), а не поданной заявки на его регистрацию (ст. 1492 ГК РФ).

Кроме того, существует п. 171 Постановления № 10. содержание которого гласит, о том, что признание действий лица по регистрации товарного знака, в том числе по подаче заявки, злоупотреблением правом или недобросовестной конкуренцией в случаях, предусмотренных данным пунктом, осуществляется исходя из поданного заявления в Роспатент. При этом, только представление в Роспатент недостоверных документов при подаче заявления на регистрацию товарного знака, может свидетельствовать о недобросовестности [4].

Следовательно, если УФАС не уполномочен защищать права на товарные знаки, то для восстановления нарушенных прав, владельцу ресторана нужно подать возражение или жалобу в Роспатент, либо обратиться непосредственно в суд.

Так же необходимо обратить внимание на обеспечение института правовой охраны средств индивидуализации товаров, работ и услуг. Существует и другая судебная практика, которая говорит о том, что правовую охрану исключительных прав на товарный знак осуществляет федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Основанием является заявление от заинтересованного лица, и решение антимонопольного органа о нарушении положений об использовании и приобретении исключительного права на средства индивидуализации [3]. В связи с этим, оспаривание недействительности предоставления правовой охраны происходит во внесудебном порядке.

Недопущение нарушения прав добросовестных правообладателей при оспаривании правовой охраны в административном порядке – это один из самых неразработанных и распространенных вопросов, в нынешнем механизме признания недействительной регистрации исключительного права на товарные знаки.

В Определении от 02.10.2003 № 393-О Конституционный Суд РФ указал на п. 2 ст. 11 ГК РФ, в соответствии с которым принятое во внесудебном порядке решение может быть обжаловано в суде [1], что, означает последующий судебный контроль, за аннулированием регистрации исключительного права в административном порядке, который осуществляет непосредственно арбитражный суд.

Конституционный суд РФ пришел к выводу о том, что оспариваемые заявителем законоположения не препятствуют защите конституционных прав и свобод в последующем судебном порядке. Но в судебной практике разрешение заявленных требований зачастую приводит к тому, что предоставление правовой охраны на средства индивидуализации признают недействительным ещё до того момента, когда суд рассмотрит и примет свое решение по заявлению заинтересованного лица о признании решения антимонопольного органа недействительным.

Очевидно, что механизме признания недействительным предоставления правовой охраны товарных знаков, есть над чем поработать. Существует судебная практика, которая для отмены правовой охраны товарных знаков, считает необходимым, в первую очередь, признать действия такого «правообладателя» актом недобросовестной конкуренции, однако антимонопольный орган далеко не всегда может счесть такие действия нарушением антимонопольного законодательства.

При защите своих исключительных прав, правообладателю нужно быть очень внимательным, и в обязательном порядке вовлекать к участию в деле, федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Вдобавок положенную защиту товарного знака может вполне обеспечить именно Роспатент. Следовательно, нужно регистрировать исключительное право безотложно, с момента его возникновения. Регулирование вопросов в сфере признания действий лица актом недобросовестной конкуренции, в части регистрации, использования исключительного права на средства индивидуализации, несовершенно, данный факт порождает правовые коллизии.

Поможет разрешить данные вопросы более подробное регламентирование в антимонопольном и гражданском законодательстве процедуры установления о действиях хозяйствующих субъектов недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и последующим использованием товарных знаков конкурентов, которые используют аналогичное обозначение в течение довольно долгого срока.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Российская газета. – 08.12.1994. – № 238-239.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) / Российская газета. – 08.12.1994. – № 238-239.
3. Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Российская газета. – 27.07.2006. № 162.
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Никифорова Ольга Алексеевна, к.б.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОЧЕМУ В РОССИИ ОТСУТСТВУЕТ ЧЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ?

В настоящей статье мы будем говорить о честной (здоровой, функциональной) конкуренции, ориентированной на результат, а не о деструктивной, основанной на лоббировании частных интересов за счет других, на самопрезентации и нарушении этических и корпоративных стандартов.

То, что честная конкуренция в России отсутствует понятно и простому обывателю, и специалистам. Это признают и госструктуры. На данный факт на заседании Государственного совета России [3] указал Владимир Путин, отметив, что в стране игнорируются антимонопольные законы, количество картельных сговоров ежегодно увеличивается, госструктуры и госкомпании картелизируют конкурентные сферы экономики, вытесняют малый и средний бизнес, монополизируют рынки. Неудовлетворительное состояние конкуренции косвенно подтверждают целевые показатели ФАС, представленные во второй части Национального плана развития конкуренции, рассчитанного на 2021–2025 годы [1].

Отсутствие института «нормальной» конкуренции в стране порождается множеством причин, среди которых – *монополизм и отсутствие перспектив в развитии малого и среднего бизнеса*, забота о котором обеспечивается государством чаще работой проверяющих органов и структур налогового надзора. Государственные монополии и закрытый рынок существовали и в доперестроечный период в Советском Союзе, но цены были стабильными, и население, имея относительный достаток, уверенно планировало распределение своих доходов. Однако отсутствие конкуренции в тот период порождало хронический дефицит востребованных товаров и подпольную спекуляцию.

В настоящее время государство не заинтересовано в либерализации рынка, предполагающей отмену государственного контроля за ценами и заработной платой, снижение налогов и таможенных пошлин, развитие иностранной конкуренции на российском рынке и т.д. Малому бизнесу власть не предоставляет возможность занять перспективные экономические ниши, арендовать недорогую муниципальную недвижимость, приобрести низкопроцентные кредитные ресурсы и т.п.

Малый бизнес не нужен и крупным производителям, которые, используя дилеров-оптовиков, работают по своим сетям сбыта, устраняя ненужную конкуренцию. *Большой капитал* предпочитает *сотрудничать с государством* – главным капиталистом и владельцем экономических рычагов в стране. Примерно 90% крупных российских компаний получают наибольшие доходы, выполняя госконтракты и реализуя государственные проекты. Эксперты Высшей школы экономики подсчитали, что в 2019 году доля неконкурентных госзакупок составила примерно 64% и продолжает расти, а наибольший объем прямых закупок у единственного поставщика приходится на контракты по актам президента или правительства у естественных монополий (в 2018 г. – 67%) [5].

Ректор Сколковского института науки и технологий А. Кулешов обозначает еще одну проблему, сопровождающую отсутствие конкуренции в стране: *«утечка мозгов»*. «Раз нет конкуренции, то и умные люди не нужны, ... нет нужды в идеях, инновациях, способных людях» - говорит он. [6]. Главный ученый секретарь Российской академии наук Н. Долгушкин констатировал, что количество высококвалифицированных специалистов и ученых-исследователей, покинувших Россию, за последние десять лет увеличилось в 5 раз.

Признаем, что и *конкурентоспособность высшего образования* сегодня не обеспечена институциональными предпосылками и условиями: вузы не имеют со стороны экономики стабильного массового заказа, а доминирование добывающего сектора не способствует развитию инновационности образования. Развитие конкуренции и противодействие монополизму в сфере образования должно являться обязательной функцией Министерства науки и высшего образования, и соответствующих министерств субъектов Российской Федерации. По мнению Рубина Ю.Б. [2], наделение Министерства полномочиями и ответственностью как гаранта соблюдения добросовестной конкуренции в системе образования будет способствовать повышению эффективности и конкурентоспособности российского образования.

Нет конкуренции и в сфере *юридических услуг*. Антимонопольная служба не является конкурентной структурой, т.к. отсутствует конкурентное поле в государственных институциях. Получается, что антимонопольная служба является монополией по борьбе с монополизмом.

Подобная ситуация наблюдается и в других сферах.

2021 год объявлен в России Годом науки и технологий, что предполагает, в том числе, активизацию инновационного развития отраслевых рынков, основанного на функциональной конкуренции.

В сентябре 2021 г. Правительство приняло *план развития конкуренции, рассчитанный на 2021–2025 годы* [1], являющийся программным документом для антимонопольной службы. План фиксирует накопившиеся проблемы в сфере конкуренции в экономике, увязан с национальными целями и содержит перечень конкретных мероприятий, необходимых для повышения конкуренции. Экспертное сообщество данный план повышения конкуренции в целом оценивает положительно, отмечая конкретные целевые показатели плана и соответствие потребностям бизнеса и государства. При этом эксперты обеспокоены противоречивостью мер развития конкуренции, в частности - усилением протекционизма в экономике. Не обозначены в документе и зоны ответственности, не очевидны целевые показатели плана.

Тем не менее, данная дорожная карта ставит перед ведомствами масштабные задачи по развитию малого бизнеса, дерегулированию сфер государственных монополий, созданию равнозначных условий для государственных и частных акционерных обществ, по дигитализации антимонопольного и тарифного регулирования, повышению конкуренции на рынках финансовых услуг и в госзаказе и др. Будем надеяться, что реализация данного плана будет способствовать развитию здоровой конкуренции и обеспечит рост российской экономики.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2021 г № 2424-р «Национальный план («дорожная карта») развития конкуренции в Российской Федерации на 2021-2025 годы».
2. Рубин Ю.Б. Конкуренция в российском образовании: теория и противоречивые реалии // Университетское управление: практика и анализ. – Том 21. – № 5. – 2017. – С.17-30.
3. В России нет честной конкуренции. Кто виноват и что делать? // Бизнес сегодня - <https://biztoday.ru/economics/v-rossii-net-chestnoj-konkurentsii-kto-vinovat-i-chto-delat.html>.
4. В экономику возвращают конкуренцию // Газета «Коммерсантъ» № 163 от 10.09.2021. С. 2. – <https://www.kommersant.ru/doc/4978148>.
5. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: Новости 9 августа 2019. – <https://fcs.hse.ru/news/301553802.html>.
6. Об инвестициях в науку и «утечке мозгов» из России // Forbes. – <https://www.forbes.ru/forbeslife/429685-raz-net-konkurencii-i-umnye-lyudi-nenuzhny-rektor-skolteha-ob-investiciyah-v>.

Осинкин Сергей Юрьевич, студент гр. УУмоз-191
Научный руководитель – Понкротова Тамара Алексеевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РАСХОДОВ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ

Электроэнергетическая отрасль экономики относится к высокомонополизированной, поэтому главной задачей отрасли, является снижение расходов. Несмотря на огромное количество трудностей в деятельности энергокомпаний, при переходе к планированию развития ЕЭС России в соответствии с принципами интегрированного планирования ресурсов в плюсе оказываются все заинтересованные стороны. Энергокомпании эффективнее ориентируются в технологических достижениях, в особенностях используемого топлива и в вопросах нормативного регулирования. Ввиду этого минимизируют или вовсе исключают нецелесообразный рост своих затрат, проектов по вводу нового оборудования. При этом увеличивается значительная гибкость и деловая активность за счет новых источников получения прибыли и снижения неэффективных капиталовложений, а также значительное увеличение эффективности при использовании имеющегося оборудования.

Потребители в свою очередь получают более дешевую электроэнергию на значительно длительный срок без потери ее качества и надежности электроснабжения. Доступ к новейшим энергоэффективным технологиям, сокращающим их расходы. У энергопотребителей повышается общая прибыльность и возможность расширения действующих предприятий и создания новых.

Регионы получают возможность повышать свою экономику, путем снижения импорта электроэнергии. Повышать деловую активность, расширять действующие предприятия и создавать новые рабочие места. Тем самым улучшать социальную и экологическую обстановку в регионе.

По мнению многих экспертов, переход на интегрированное планирование позволит значительно быстрее выйти из кризиса. Оздоровить электроэнергетическую отрасль, стабилизировать финансовое состояние энергокомпаний, повысить их эффективность и экономику в целом.

Перечисленные положительные стороны интегрированного планирования, характерны для естественных монополий в электроэнергетической отрасли. В условиях либерализации и дезинтеграции электроэнергетических компаний процесс интегрированного планирования усложняется и существенно трансформируются, однако достоинства этого метода во многом сохраняются.

Для реализации вышеуказанных стратегических задач в компании разработан и непрерывно функционирует комплекс деловых процедур. Они обеспечивают организацию и последовательное выполнение работ по

надежному управлению электроэнергетическим режимом ЕЭС России, подготовке точных прогнозов, формированию планов перспективного развития ЕЭС России, систематизации и анализу причин аварий в ЕЭС России. Обеспечению функционирования и развития оптовых рынков электроэнергии и мощности.

В соответствии с Законом об электроэнергетике основная деятельность компании заключается в оказании на возмездной договорной основе услуг по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике субъектам электроэнергетики и потребителям электрической энергии. Деятельность по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике осуществляется в условиях естественной монополии. В силу монопольного характера деятельность отделена от других видов коммерческой деятельности и находится под контролем государства. Оплата предоставляемых услуг осуществляется на основе цен (тарифов), регулируемых в соответствии с принципами и методами государственного регулирования цен (тарифов) в электроэнергетике.

Тарифы (предельные цены) на услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике (тарифы) устанавливаются Регулирующим органом методом экономически обоснованных расходов (затрат) в соответствии с Основами ценообразования в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике.

При применении метода экономически обоснованных расходов (затрат) тарифы рассчитываются на основе размера необходимой валовой выручки (далее – НВВ), достаточной компании для осуществления регулируемой деятельности, и расчетного объема услуг на период регулирования. Включение расходов в НВВ, определение объема услуг и расчет тарифа производится в соответствии с методическими указаниями по расчету цен (тарифов) и предельных (минимальных и (или) максимальных) уровней цен (тарифов) на услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике, утвержденными уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

В расчеты НВВ, направляемые в Регулирующий орган в составе заявлений об открытии дел об установлении тарифов на услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике (тарифная заявка), включаются расходы, планируемые к осуществлению в регулируемый период.

Необходимость и целесообразность приобретения товаров, работ, услуг, их стоимость, состав и размер иных расходов подтверждаются прилагаемыми к тарифной заявке обосновывающими документами и расчетами по каждой закупке, виду расходов и выплат. Расходы на инвестиции включаются в тарифную заявку на основании Инвестиционной программы, утверждаемой Министерством энергетики Российской Федерации по согласованию с Федеральным органом исполнительной власти (далее – ФОИВ).

Заявленные операционные, инвестиционные и прочие плановые расходы оцениваются Регулирующим органом, а также привлекаемыми им независимыми экспертными организациями, на предмет их производственной необходимости и целесообразности, экономической обоснованности и эффективности, направленности на обеспечение надежности функционирования ЕЭС России. Оценка экономической обоснованности производится в соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере налогообложения, бухгалтерского учета, Основами ценообразования в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике. Производственная необходимость определяется в первую очередь соответствием нормативным правовым актам Российской Федерации, стандартам и иным требованиям, устанавливающим функции, задачи, состав услуг по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и порядок их оказания. Экспертиза оценивает также достоверность представленных данных, финансовое состояние организации, величину прибыли, необходимую для эффективного функционирования организаций.

При установлении тарифов на услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике Регулирующий орган принимает меры, направленные на исключение из расчетов экономически необоснованных расходов. Кроме того, учитывают неиспользованные средства и экономически обоснованные расходы, не учтенные при установлении тарифов, за предшествующий период регулирования (в том числе средства экономии от проведения мероприятий по снижению затрат), а также суммы дополнительных доходов или недополученных доходов по результатам предшествующего периода по строке «Выпадающие/излишние доходы (расходы) прошлых лет» в последующие периоды тарифного регулирования.

При утверждении тарифов на услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике Регулирующий орган принимает во внимание задачи, поставленные Правительством Российской Федерации по ограничению роста тарифа, снижению расходов естественных монополий, повышению эффективности производственно-хозяйственной и инвестиционной деятельности государственных компаний.

Расходы, в том числе на финансирование инвестиционных расходов, принятые для расчета тарифа, утверждаются приказом Регулирующего органа на регулируемый период, и признаются экономически обоснованными, обусловленными производственной необходимостью, соответствующими требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации и критериям эффективности и целесообразности.

Бизнес-процесс повышения инвестиционной и операционной эффективности и снижения расходов ориентирован на реализацию текущих и стратегических целей и имеет своей целью финансовое обеспечение деятельности и стратегическое развитие на основе принципа недопущения снижения надежности и безопасности работы ЕЭС России, качества оказываемых услуг.

Исходя из выше изложенного, вытекает необходимость разработки стратегического документа в области информационных технологий. Результатом разработки должен явиться – стратегический документ, предназначенный для дальнейшего планирования конкретных мероприятий в эксплуатации информационных технологий, инвестиционного и бизнес-планирования деятельности компании. Документ должен включать:

1) Методические указания по расчету индекса технико-функционального состояния оборудования информационных технологий, предназначенные для формализованной оценки потребностей в объемах реновации оборудования информационных технологий с учетом сроков службы и доступности технической поддержки и запасные части, инструменты, принадлежности с целью обеспечения требуемой надежности функционирования критичного специализированного программного обеспечения и оборудования информационных технологий;

2) Политику обеспечения непрерывности и восстановления информационных технологий, предназначенную для определения методических основ и систематизации процессов в области информационных технологий, а также нормативно-методического обеспечения деятельности в области поддержания непрерывности информационных технологий.

Таким образом, решение многих проблем эффективной организации управленческого учета и анализа по эксплуатации программного обеспечения и оборудования информационных технологий состоит в разработке и введении в действие в компании стратегического документа в области информационных технологий.

Список литературы

1. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «О естественных монополиях» [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578/ (дата обращения 27.09.2021).
2. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об электроэнергетике» [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41502/ (дата обращения 02.09.2021).
3. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 № 854 (ред. от 30.01.2021) «Об утверждении Правил оперативно-диспетчерского управления в электроэнергетике» [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51028/ (дата обращения 02.09.2021).
4. Постановление Правительства РФ от 01.12.2009 № 977 (ред. от 30.01.2021) «Об инвестиционных программах субъектов электроэнергетики» (вместе с «Правилами утверждения инвестиционных программ субъектов электроэнергетики», «Правилами осуществления контроля за реализацией инвестиционных программ субъектов электроэнергетики»).

тики») [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94518/ (дата обращения 29.09.2021).

5. Постановление Правительства РФ от 29.12.2011 № 1178 (ред. от 21.07.2021) «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике» (вместе с «Основами ценообразования в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике», «Правилами государственного регулирования (пересмотра, применения) цен (тарифов) в электроэнергетике») [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_125116/ (дата обращения 05.10.2021).

6. Друри К. Управленческий и производственный учет: Вводный курс: учебник / К. Друри; под ред. Л.В. Речицкая; пер. В.Н. Егоров. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 735 с.

7. Дуйшеналиева, А.М. Внедрение управленческого учета на предприятии: цели, задачи и этапы // Интерактивная наука – 2017. – № 1 (11). – С. 170-173.

8. Дымова И.А., Кучерова Е.В. Трансформация труда работников учетно-аналитического профиля в условиях развития цифровых технологий // Управленческий учет. – 2021. – № 6-2. – С. 469-476.

9. Котова К.Ю., Балеевских В.Г. Управленческий учет в России: предпосылки становления и перспективы развития // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 14 (349). – С.16-29.

10. Филиппов М. Р. Управленческий учет его цели и задачи / М.Р. Филиппов. – М.: Лаб.

11. Хасанова Н.Н., Галустов В.У. Исторические аспекты возникновения и развития управленческого учета // Учет и статистика. – 2015. – № 1 (37). – С. 27-35.

12. Хорнгрен Ч. Т. Управленческий учет: [пер. с англ.] / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар. – Санкт-Петербург: Питер. Кн. 2., 2014. – 373 с.

Паутова Анастасия Ивановна, аспирант
Научный руководитель – Парфенова Людмила Борисовна, д.э.н., профессор
(ЯрГУ им. П.Г. Демидова, г. Ярославль)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Пандемия коронавирусной инфекции Covid-19 – один из факторов цифровых изменений, который привел к формированию новой экономической реальности. Наблюдалась неоднозначная ситуация: глобальное замедление экономического роста в одних отраслях экономики и ажиотажный спрос в других. Основным инструментом взрывного роста являлось преоб-

разование всей экономики, называемая экспертами «цифровой мобилизацией».

В условиях пандемии Covid-19 изменился некоторый режим граждан: большая часть населения перешла на удаленную работу, самоизоляцию или карантин, что привело к значительному росту использования электронных средств коммуникации. Развитие информационных технологий, увеличение процента населения, постоянно использующего мобильные устройства и персональные компьютеры, введенные ограничения, связанные с пандемией коронавирусной инфекции (запрет работы торговых точек, развлекательных центров, общественных мест и т.д.) спровоцировали модификацию рекламы и ее переход в сферу Интернета.

Реклама в рамках современных условий цифровой экономики - не просто инструмент продвижения товаров, работ и услуг, но и условие успешного ведения бизнеса, получения прибыли. Кардинальный взрыв в условиях цифровой экономики привел к тому, что традиционные формы рекламы в сфере потребления оказались недостаточными. На сегодняшний день наиболее актуальным инструментом является интернет-реклама по различным видам: контекстная, таргетированная и баннерная реклама, SEO-оптимизация, SMM и E-mail – рассылка. Подтверждением данного тезиса являются итоги развития рекламного рынка России за 2020 год, подведенные Комиссией экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России. Данное исследование отражает динамику изменения рекламного рынка за период пандемии Covid-19 в России.

Таблица 1 – Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году [5]

| сегменты | 2020 год, млрд руб. | динамика, % |
|--|------------------------|-------------|
| Телевидение | 169.0 | -3% |
| <i>в т.ч. Основные каналы</i> | <i>161.4</i> | <i>-4%</i> |
| <i>Тематические каналы</i> | <i>7.6</i> | <i>5%</i> |
| Радио | 11.2 | -30% |
| Пресса | 8.0 | -47% |
| <i>в т.ч. Газеты</i> | <i>2.8</i> | <i>-50%</i> |
| <i>Журналы</i> | <i>5.1</i> | <i>-45%</i> |
| Out of Home* | 32.2 | -27% |
| <i>в т.ч. Наружная реклама</i> | <i>27.1</i> | <i>-22%</i> |
| <i>Транзитная реклама</i> | <i>3.4</i> | <i>-38%</i> |
| <i>Indoor-реклама</i> | <i>1.4</i> | <i>-50%</i> |
| <i>Реклама в кинотеатрах</i> | <i>0.3</i> | <i>-75%</i> |
| Интернет | 253.0 | 4% |
| <i>в т.ч. Search</i> | <i>104.5</i> | <i>1%</i> |
| <i>Видео (инструм)*</i> | <i>19.8</i> | <i>5%</i> |
| <i>Прочее</i> | <i>127.7</i> | <i>6%</i> |
| ИТОГО по сегменту рекламы в медиа | 473.4 | -4% |
| ИТОГО по сегменту маркетинговых услуг | 90.9 | -25% |

Подведенные итоги развития рекламного рынка России за 2020 год показали, что Интернет стал самой популярной площадкой для распространения рекламы. Так, *прирост рекламирования в сети Интернет намного выше аналогичных показателей в отношении традиционных способов рекламирования* (итоговый показатель в 2020 году вырос на 4% по сравнению с 2019 годом). Реклама через сегменты телевидение, радио, пресса, out of home имеет отрицательную динамику за рассматриваемый период.

Карантинные меры и период самоизоляции оказал значительное влияние на рост числа интернет-заказов. Именно в период пандемии Covid-19 в России существенно увеличилась покупательская активность в интернете. Согласно данным оператора фискальных данных одной из платформ, которая обрабатывает значительный объем онлайн-торговли в России резкий рост электронной коммерции произошел в марте-апреле. Только за 3 месяца режима изоляции в российскую интернет-торговлю, по некоторым оценкам аналитиков, было дополнительно вовлечено как минимум 10 миллионов новых покупателей. Доля e-commerce в общем обороте розничной торговли в России составила 10,9 % в 2020 году против 6,1% в 2019 году. Сильнее всего вырос спрос на продукты питания (на 670%), товары для дома (118%) и одежду и обувь (на 117%). Заметный рост показали также продажи техники (74%) и товаров для спорта и отдыха (70%) [6]. На указанный рост онлайн-заказов особое влияние оказал реклама, размещенная через сеть Интернет.

Одним из основных источников трафика для рекламы стали социальные сети. Так, количество рекламных постов на Facebook выросло на 50% к среднему объему. 98% денежных поступлений Facebook — выручка от рекламной деятельности [8]. Значительное количество неправомерной и недостоверной рекламы на Facebook наблюдалось при рекламе масок, дезинфицирующих средств для рук, дезинфицирующих салфеток для поверхностей и наборы для тестирования на наличие COVID-19, а также реклама с использованием терминологии или изображением коронавируса.

Таким образом, интернет перестал быть только лишь площадкой для получения информации, общения, он выходит на новый уровень и принимает статус площадки для заработка. На сегодняшний день реклама в интернете очень разнообразна и зачастую содержит недобросовестные и ненадежные рекламные материалы, мошенничество, пропаганду терроризма и экстремизма, незаконную рекламу алкоголя, наркотических средств, психотропных веществ и других запрещенных продуктов и услуг, клевету и т.д.

Историческая ретроспектива и современная экономическая действительность показали объективную необходимость регулирования и защиты от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей в заблуждение или нанести им вред. Центральным звеном

нормативно-правового поля в области регулирования данной сферы является Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ [1], являющийся неотъемлемой частью конкурентного законодательства. Закон регулирует особые правоотношения субъектов рекламной деятельности с целью обеспечения сбалансированности их интересов с интересами государства, общества и отдельных потребителей.

Данный Закон регулирует рекламу в Интернете, так как данный вид рекламы попадает под определение в статье 3 Федерального закона № 38-ФЗ, а также на рассматриваемый вид рекламы распространяются общие правила распространения рекламы в средствах массовой информации. Положения статьи 18 указанного Закона применимы к интернет-рекламе, так как интернет представляет собой информационно-телекоммуникационную сеть. Однако, не всегда и не на каждый вид рекламы действуют положения действующего Закона.

Интернет на сегодняшний момент является глобальной платформой для обмена информацией. В данных условиях правовое регулирование распространения рекламы в сети «Интернет» посредством применения норм о рекламе в телекоммуникационных сетях или применения в отношении рекламы только общих правил распространения рекламы недопустимо. Например, указанный Закон не распространяется на «онлайн-рекламу» товаров, работ или услуг, которая доступна на сайтах этих производителей. Вызывает сомнение также правомерность рекламы в электронных школьных дневниках в интернете. Поскольку в Федеральном законе о рекламе четко не указывается форма школьных дневников, в которых запрещается реклама, то в данном случае реклама находится не во вкладке «Дневник», а на главной странице сайта, а также на других страницах.

Антимонопольное законодательство в сфере распространения интернет-рекламы в настоящее время находится на ступени формирования [7]. На данный момент отсутствует эффективная нормативно-правовая база для рекламы в интернете. В рамках данной сферы регулирования разработаны лишь общие правовые стандарты. Необходимо разработать и внедрить нормативно-правовые акты для более четко регулирования рекламной деятельности. Отсутствие нормативно-правового поля наносит значительный вред развитию общественных отношений во многих областях, например, в социальной, этической, электронной коммерции, личной безопасности и т.д. Необходимо на начальном этапе законодательного уровня в сфере регулирования интернет-рекламы определить сам предмет законодательства – обозначить список показателей, которые четко идентифицируют информацию, распространяемую в интернете, как рекламу и образуют четкую концептуальную основу.

Также одна из значимых проблем - несовершенство нормативной базы, касающейся ответственности за нарушения законодательства о рекламе в интернете. На сегодняшний день нарушения в данной сфере признаются

административными и наказываются штрафами, сумма которых часто относительно небольшая. Важно отметить, что при этом интернет-рекламы намного эффективнее и ее возможности значительно больше, чем у традиционных рекламных носителей.

Исходя из указанного положения, ответственность за нарушение правил, касающихся интернет-рекламы, должна быть более жесткой, а значит и сумма административного штрафа существенно выше. Также следует обратить внимание на то, что в настоящее время законодатель смягчает условия, при которых нарушитель привлекается к административной ответственности, в частности при нарушении конкурентного законодательства в сфере рекламы в первый раз, нарушителю выдается предупреждение, то есть на него не накладываются штрафные санкции. Данное положение следует изменить, так как чаще всего предупреждение не является действенной мерой, и нарушители, несмотря на воздействие со стороны системы антимонопольных органов, совершают противоправные действия. Законодатель, напротив, должен ужесточить нормы антимонопольного права и налагать штрафные санкции при первом нарушении, возможно, не такой большой суммой денежных средств как при повторном нарушении.

На сегодняшний день интернет-реклама - наиболее простой и в то же время массовый, эффективный способ рассказать о себе, поскольку затрагивает огромное количество людей всего мира различного возраста: от малолетнего до пенсионного возраста. Рекламные действия, произведенные в сети «Интернет», порой наказываются в несоразмерном последствием объеме или вообще остаются безнаказанными. Необходимо решить проблему со своевременным обновлением законодательной базы, разработать строгие и упорядоченные процедуры регистрации пользователей сети Интернет, ужесточить существующие меры ответственности за правонарушения, несущие наиболее серьезную общественную опасность.

На сегодняшний день в России нет четкого, конкретного нормативного акта, который регулирует порядок предоставления услуг связи в сети «Интернет». Нормативное регулирование данной области опирается только на общие нормы гражданского права, Федерального закона «О связи», а также общепринятые нормы международной и российской практики саморегулируемых организаций в области интернета [7]. Таким образом, для совершенствования государственного регулирования интернет-рекламы следует разработать и внедрить раздел об особенностях распространения рекламы в сети «Интернет» и его включение в Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, следует подчеркнуть, что антимонопольное регулирование рекламной деятельности имеет принципиальное значение, поскольку в условиях цифровой экономики произошла интенсификация рекламного предложения и, как следствие, потери потребителей от недобросовестного предложения. В этой связи предложены изменения нормативно-правовой базы в соответствии с вызовами современной экономики.

Список литературы

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.
2. Абалевич К.Ю. Антимонопольное регулирование как государственный механизм защиты конкуренции / К.Ю. Абалевич // Academy. – № 2 (53). – 2020. – с. 9-12.
3. Демидбаева А. Ж., Толочкова Н. Г. Проблемы правового регулирования рекламной деятельности в сети Интернет / А. Ж. Демидбаева, Н. Г. Толочкова // Евразийский союз ученых. – 2017. – № 5-1 (38). – с. 117-121.
4. Доклад ФАС России «О состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2020 год». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/b-n-3609af5f-7476-4122-bb77-d04c49d96ca7>.
5. «Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9555.
6. Платформа ОФД. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://platformaofd.ru/>.
7. Рубцова Н.В. К вопросу о правовом регулировании интернет-рекламы в России / Н.В. Рубцова // Baltic Humanitarian Journal. – 2019. – № 1 (26). – с. 348 – 350.
8. Irina Bystrova 29 мар в 20:20 «Как Covid-19 меняет рынок онлайн-рекламы». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/116044-kak-covid-19-menyaet-rynok-onlayn-reklamy>.

Пегова Валентина Ивановна,
начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы
(Пензенский УФАС России, г. Пенза)

ТОРГИ В АНТИМОНОПОЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ И ПРИ КВАЛИФИКАЦИИ КАРТЕЛЬНЫХ СОГЛАШЕНИЙ

На сегодня картель остается одним из самых сложно и долго доказуемых нарушений антимонопольного законодательства. Федеральная антимонопольная служба России и ее территориальными органами выявляются и доказываются преимущественно картели на торгах. И это, прежде всего, связано с заключением большого объема договоров именно через эту процедуру.

Конкурентные процедуры проводятся не только государственными заказчиками, но и юридическими лицами в порядке Федерального закона от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».

При рассмотрении очередного дела о картеле Пензенским управлением были рассмотрены, в том числе, процедуры, проводимые заказчиком в соответствии с 223 Федеральным законом.

16 января 2019 года Комиссия Пензенского УФАС России приняла решение о признании в действиях ООО «М...», ООО «П...», ООО «И...», ООО «Л...», выразившихся в заключении и участии в соглашении между хозяйствующими субъектами-конкурентами, которое привело (могло привести) к поддержанию цен на торгах, нарушения пункта 2 части 1 статьи 11 Закона РФ о конкуренции. Соглашение установлено при проведении 3 аукционов и 20 запросов цен.

При обжаловании в суде основным доводом ответчиков стало то, что процедуры «Запросы цен» не являются торгами. Заявители ссылались на то, что из системного толкования нормы статей 11 и 17 Закона РФ о защите конкуренции следует, что законодатель разделяет понятия торгов и запроса котировок цен на товары, запроса предложений. В статье 11 Закона РФ о защите конкуренции при этом идёт речь только о торгах. Также сам Заказчик в извещениях о проведении данных процедур указывал, что они не являются торгами.

Согласно пункту 4 статьи 447 ГК РФ торги (в том числе электронные) проводятся в форме аукциона, конкурса или в иной форме, предусмотренной законом. Форма торгов определяется собственником продаваемой вещи или обладателем реализуемого имущественного права, если иное не предусмотрено законом.

ГК РФ не даёт определение торгам. При этом на практике торги, как правило, - это форма торговли, при которой покупатель объявляет конкурс для продавцов с определенными технико-экономическими характеристиками.

Немного теории. В учебной литературе можно встретить различные термины и понятия торгов. Например, под торгами понимается один из способов заключения договоров, сущность которого состоит в том, что договор заключается организатором торгов с лицом, выигравшим торги.

Данное определение, несмотря на его видимую краткость, очень ярко подчеркивает целевое назначение торгов - направленность на заключение гражданско-правовых договоров. Однако данное определение не лишено и недостатков, связанных с определенным сокрытием содержательной стороны понятия торгов.

В связи с этим более удачным является следующее понятие: торги - это способ заключения договора, имеющий в своей основе конкуренцию между субъектами гражданско-правовых отношений на право быть стороной договора.

Следует отметить, что с качественной точки зрения торги представляют собой ряд определенных элементов, упорядоченное взаимодействие которых позволяет достичь некой социально значимой цели, как установление договорной связи между участниками гражданско-

правовых отношений. Поэтому в вышеупомянутом аспекте под торгами следует понимать не только способ, но и механизм заключения договора.

Кроме того, торги – это все же гражданско-правовой институт, включающий совокупность правовых норм, регулирующих соответствующий вид общественных отношений.

Таким образом, торги можно определить в трех составляющих, а именно: это заключение договора; это выявление победителя на конкурентной и равной основе; это гражданско-правовой институт.

Торги – это универсальная модель приобретения различного рода прав. Торги выступают специальной юридической процедурой, опосредующей процесс предоставления какого-либо права, включая право на заключение договора.

Сущность предназначения торгов определяется:

– субъективным юридически значимым интересом одного лица (продавца, действующего по поручению государства) устроить соревнование по заранее определенным правилам между двумя и более лицами (претендентами) с тем, чтобы только лишь одному из них предоставить особое право на заключение такого договора, одновременно выявив наиболее предпочтительные его условия;

– наличием двух и более претендентов, желающих заключить данный договор и готовых к состязательности (соперничеству) друг с другом.

Состязательность (соперничество) - конститутивный признак любых торгов, объективно определяющий их сущность. В отсутствие состязательности торги утрачивают всякий смысл.

По смыслу действующего законодательства проведение торгов является, по сути, одной из форм поиска контрагента, что отвечает признакам предпринимательской деятельности в контексте статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Из Закона о защите конкуренции следует выделить следующие запреты антимонопольного законодательства, связанные с торгами:

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 11 Закона РФ о конкуренции устанавливается одновременно и определение понятия «картель» и запрет. А именно, запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, то есть между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, или между хозяйствующими субъектами, осуществляющими приобретение товаров на одном товарном рынке, если такие соглашения приводят или могут привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах.

Аналогично и в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 11 Закона РФ о конкуренции запрещаются согласованные действия хозяйствующих субъектов-конкурентов, если такие согласованные действия приводят к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах.

Антимонопольные требования к торгам в антимонопольном законодательстве установлены в статье 17 Закона РФ о конкуренции. Установлены. При это такие процедуры как запрос котировок цен на товары, запрос предложений, выделены как иные процедуры.

В рамках судебного обжалования Пензенским УФАС России была приведена судебная практика, отражающая возможность отнесения конкурентных процедур к торгам: а именно, как запреты антимонопольного законодательства, связанные с торгами (статьи 17, 18.1), распространяются на иные конкурентные процедуры (как их определяет часть 4 статьи 447 ГК РФ – иная форма, предусмотренная законом). А также проанализирована судебная практика, отражающая случаи, когда суды не признают процедуру торгами.

Приведенная судебная практика отражала:

1. как запреты антимонопольного законодательства, связанные с торгами, распространяются на иные конкурентные процедуры (как их определяет часть 4 статьи 447 ГК РФ – иная форма, предусмотренная законом): А78-261/2019, А76-18225/2018, А76-32442/2017, А40-37003/2016-145-321, А49-2158/2019.

В соответствии с позицией ВАС, изложенной в определении от 21.05.2014 № ВАС-5634/14, требования статьи 18.1 Закона РФ о защите конкуренции распространяются на все закупочные процедуры (торги). Положения указанной нормы права допустимо применять в совокупности с иными нормативными правовыми актами, регулирующими проведение закупок (торгов).

2. в каких случаях суды не признают процедуру торгами:

- по делу № А40-37651/16 суды пришли к выводу о том, что проводимая процедура «запрос цен» в соответствии с положениями о закупках не предусматривала обязанность Заказчика заключать договор по результатам такой процедуры;

- по делу № А42-5881/2012 суды пришли к выводу о том, что проводимая процедура «запрос цен» в соответствии с положениями о закупках не предусматривала обязанность Заказчика заключать договор по результатам такой процедуры. Отменяя решение суда первой инстанции, апелляционный суд указал, что заказчик в извещении о проведении запроса цен, указал, что запрос цен не является торгами по законодательству РФ и организатор имеет право, но не обязанность заключить договор с победителем. Таким образом, поскольку у заказчика, разместившего извещение о проведении запроса цен, отпала необходимость в заключении договора, ООО «К...» имело право отказаться от заключения договора.

В результате убедительной позиции Пензенского УФАС России Арбитражный суд по делу № А49-4257/2019 пришел к следующим выводам: Рассматриваемые запросы цен проводились в соответствии с Единым отраслевым стандартом закупок, действующих на момент проведения конкурентных процедур. В соответствии с Единым отраслевым

стандартом закупок (Положением о закупке) при проведении процедур «Запрос цен» Заказчик не вправе отказаться от заключения договора по результатам закупки, за исключением случаев, предусмотренных Стандартом и законодательством РФ (п. 1 статьи 9.4 в редакциях 83, 84, 86, 89 и 93, и пункт 28.5. в редакции № 75). В свою очередь перечень случаев является исчерпывающим. В силу части 1 статьи 11 Закона о конкуренции настоящий Федеральный закон определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, к которым относит предупреждение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Поэтому положения статьи 11 должны рассматриваться с точки зрения обеспечения целей антимонопольного законодательства. Для обеспечения добросовестной конкуренции понятие торгов должно, применительно к статье 11 Закона РФ о защите конкуренции, рассматриваться как закупочные процедуры, носящие конкурентный характер.

Таким образом, для отнесения той или иной конкурентной процедуры к торгам нужно обращаться не к ее названию, а анализировать её существо и природа.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008, № 7-ФКЗ, от 05.02.2014, № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 04.07.2020, № 4, ст. 130.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // Собрание законодательства РФ, 03.08.2020, № 31, ст.5010.
3. Федеральный закон от 26.06.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 24.04.2020) // Собрание законодательства РФ, 27.04.2020, №3, ст.2718.
4. Петров Д.А. Антимонопольные требования к торгам: запреты и их правовая квалификация / Д.А. Петров // Право и экономика. – 2010. – № 6. – С. 4-13.
5. Турсунова Ю.С. Торги как способ заключения договора: дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Турсунова Юлия Сансезбаевна. – М., 2005. – 181 с.

Перов Иван Андреевич магистрант гр. МУмз-191
Научный руководитель – Востриков Константин Валерьевич,
к.пол.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА КУЛЬТУРЫ В КУЗБАССЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Развитие рынка культуры является одной из главных систем в комплексе специальных видов деятельности. При этом может возникнуть проблема того, каким образом возможна координация этих процессов. Регулирование данного направления становится одной из важнейших для Министерства культуры и его подведомственных структур. Трудности возникают в связи с проблемой «управления культурой», так как речь идет о необходимости разработки особого «управленческого алгоритма», позволяющего учитывать специфику культуры, сущностными характеристика которой являются свобода и творчество [1].

В сфере культуры управления организации работают в области, как развития производителей, так и совершенствования вкуса и интереса потребителей, и удовлетворения их спроса на интеллектуальную собственность и духовные запросы. В этой сфере, по мере удовлетворения потребностей людей, выявляется закон роста и взаимосвязи их интересов, спроса и потребления. Организация – это группа людей, деятельность которых сознательно координируется и регулируется для достижения общей одной или нескольких целей исходя из материальных или иных интересов [4]. В Российской Федерации большинство организаций в сфере культуры являются юридическими лицами, которые имеют регистрацию в органах власти и налоговых органах, расчетные счета в банке, печать, юридический адрес, устав деятельности, учредительный договор, финансовую самостоятельность.

В современной системе управления и контроля от органов управления культурным пространством требуется инновационный подход к управлению, знания основ маркетинга и статистики, новых организационных навыков и компетенций в использовании социально-культурных ресурсов. Эта задача становится ещё более сложной в системе организации управления сферой культуры, где локализована масса творческих организаций. Существование полноценного и самостоятельного Министерства культуры представляется целесообразным в контексте национальных традиций государственного управления. Это обеспечивает сфере культуры лучшее финансирование, а также – определенное равенство с другими отраслями в государственном механизме и дает свободу инициативы [2].

Министерство необходимо, так как региональный орган в культуре сохраняет свое значение, в ведении которого находится большинство учреждений культуры. Органы региональной власти в пределах своей

компетенции, в соответствии с федеральным законодательством, могут быть учредителями организаций культуры. Исполнительным органом государственной власти региона является «Министерство культуры и национальной политики Кузбасса», который осуществляет выполнение государственной политики в сфере культуры, в том числе библиотечной, музейной и культурно-досуговой деятельности, профессионального искусства, кинематографии, народного творчества, художественного образования, а также в сфере межнациональных отношений.

Постановлением Правительства Кемеровской области – Кузбасса от 12.05.2020 № 274) была утверждена Государственная программа Кемеровской области - Кузбасса «Культура Кузбасса» на 2014 - 2024 годы. В рамках Государственной программы были указаны реализуемые проекты: «Культурная среда», «Творческие люди», «Цифровая культура». Основными задачами Министерства культуры и национальной политики Кузбасса являются:

- реализация государственной политики в сфере культуры и искусства, в том числе в сфере библиотечной, музейной и культурно-досуговой деятельности, профессионального искусства, народного творчества, кинематографии, художественного образования, а также в сфере межнациональных отношений;

- обеспечение и защита конституционных прав граждан на свободу творчества, участие в культурной жизни и пользование учреждениями культуры, доступ к культурным ценностям;

- содействие развитию культурной деятельности, профессионального искусства, кинематографии, музейного и библиотечного дела, народного творчества и народных художественных промыслов, образования и науки в сфере культуры;

- повышение эффективности использования культурного потенциала Кемеровской области - Кузбасса;

- содействие сохранению и развитию национальных культур народов и этнических общностей, проживающих на территории Кемеровской области - Кузбасса, в том числе коренных малочисленных народов, укреплению межнациональных связей;

- реализация мер государственной поддержки отдельным категориям работников культуры, членам региональных и местных творческих общественных объединений, региональных и местных отделений всероссийских творческих общественных объединений;

- обеспечение эффективной деятельности государственных учреждений культуры и искусства, в том числе государственных образовательных организаций культуры и искусства;

- осуществление межрегиональных и международных культурных связей;

- информирование населения через средства массовой информации о мерах по реализации государственной культурной политики и государ-

ственной национальной политики на территории Кемеровской области – Кузбасса[3].

Для эффективной поддержки программы развития культурной деятельности, Министерство культуры и национальной политики Кузбасса привлекает к реализации культурной политики ведущих представителей общественности региона. При министерстве работает система совещательных и консультативных органов, которые должны разрабатывать рекомендации по вопросам текущего и перспективного планирования развития сферы культуры. Региональные власти могут предложить разнообразные решения актуальных проблем и вставлять их в положения культурных политик, удачно реализовать их путем культурных проектов, которые направлены на социокультурное развитие территории.

Необходимо расширять спектр культурных услуг, которые осваиваются ввиду новых принципов деятельности учреждений культуры на региональном уровне. Чтобы сохранить и развить рынок сферы культуры и услуг, необходимы принципиально иные формы развития и регулирования культурного пространства, чтобы были созданы условия для эффективного развития субъектов хозяйственной деятельности и партнерских отношений между ними.

Список литературы

1. Астафьева О. Н. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность (Лекции 1–3) // Культурологический журнал. – № 2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-politika-teoreticheskoe-ponyatie-i-upravlencheskaya-deyatelnost-lektsii-1-3/viewer> (дата обращения: 04.02.2021).
2. Лапина Н. Ю. Региональная власть и реформа российского федерализма: Сценарии политического будущего // Социологические исследования / Н. Ю. Лапина, А. Е. Чирикова. – № 4. – С. 16 – 27. [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/802/238/1217/003Lapina.pdf> (дата обращения: 04.02.2021).
3. Министерство культуры и национальной политики Кузбасса // Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://mincult-kuzbass.ru/> (дата обращения: 04.02.2021).
4. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства. – 2018. [Электронный ресурс]. URL: https://studref.com/587018/kulturologiya/menedzhment_v_sfere_kultury_i_iskusstva (дата обращения: 04.02.2021).

Полякова Юлия Александровна,
начальник отдела контроля органов власти
Дрешер Анна Константиновна, главный специалист-эксперт
отдела рекламы и недобросовестной конкуренции
(Управление Федеральной антимонопольной службы
по Кемеровской области, г. Кемерово)

ПРАКТИКА КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ: НАРУШЕНИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ, СВЯЗАННЫЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ И БЮДЖЕТНЫМ ФИНАНСИРОВАНИЕМ БЕЗ КОНКУРСНЫХ ПРОЦЕДУР

Согласно статье 16 Закона о защите конкуренции запрещаются ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия между органами власти и местного самоуправления или организациями, которые осуществляют функции указанных органов, и хозяйствующими субъектами, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Одно из нарушений органов власти или местного самоуправления – привлечение бизнеса к выполнению государственного задания с финансированием из бюджета без проведения конкурса или аукциона. Рассмотрение ситуации применительно к использованию природных ресурсов делает вопрос еще более актуальным и острым.

Например, контракт на работы по охране, защите, воспроизводству лесов с элементами купли-продажи лесных насаждений может быть заключен только по результатам торгов. Наделенные полномочиями автономные учреждения в качестве государственных заказчиков должны определять подрядчиков и исполнителей конкурентными способами по Закону о контрактной системе (44-ФЗ). С единственным поставщиком можно заключить контракт только в определенных законом случаях.

В течение трех лет Кемеровское УФАС России устанавливало нарушения статьи 16 в действиях АУ КО «Комитет лесного хозяйства» (в настоящее время ГАУ «Кемеровский лесхоз») и нескольких хозяйствующих субъектов. Разделим эти случаи на три эпизода.

1 ЭПИЗОД

В апреле 2017 года по результатам рассмотрения дела (№ 41/А-16-2016) Кемеровское УФАС России признало автономное учреждение Кемеровской области «Комитет лесного хозяйства», ООО «Яшкинский лесхоз», ООО «Сибирские леса», ООО «Юргинский лесхоз» и двух индивидуальных предпринимателей нарушившими пункт 4 статьи 16 Закона о защите конкуренции. Они заключили между собой договоры на выполнение работ по охране, защите и воспроизводству лесов, расположенных на землях лесного фонда Кемеровской области без проведения торгов.

Комиссия антимонопольного органа пришла к выводу об ограничении конкуренции в этой ситуации: согласованные действия участников дела привели к тому, что хозяйствующие субъекты, определенные на выполнение работ, получили преимущества и приоритет перед другими организациями, осуществляющими аналогичную деятельность.

Выводы управления участники дела не оспаривали в судебном порядке, добровольно признались в заключении соглашений, что стало основанием для освобождения от административного производства в целях привлечения к административной ответственности нарушителей.

Однако ситуация повторилась.

2 ЭПИЗОД

В сентябре 2019 года комиссия Кемеровского УФАС России вынесла второе решение (дело № 042/01/16-219/2019) о признании автономного учреждения Кемеровской области «Комитет лесного хозяйства», ООО «Сибирские леса», ООО «Юргинский лесхоз», ООО «Яшкинский лесхоз» и одного из индивидуальных предпринимателей нарушившими ту же норму законодательства. Речь снова шла о заключении договоров на выполнение работ по охране, защите и воспроизводству лесов, расположенных на землях лесного фонда Кемеровской области, без проведения торгов.

Управление установило, что департамент лесного комплекса Кемеровской области утвердил для АУ КО «Комитет лесного хозяйства» государственные задания на выполнение работ по охране, защите и воспроизводству лесов Кемеровского лесничества на 2017 год и на плановый период 2018 - 2020 годы. Комитет эти работы не выполнял самостоятельно, а заключал соответствующие договоры с выбранными хозяйствующими субъектами.

Денежные средства, предоставленные государственными заданиями, направлялись на оплату работ для государственных нужд.

В результате заключения незаконных договоров между Комитетом лесного хозяйства и хозяйствующими субъектами-исполнителями последние получили доступ к выполнению работ по максимально возможной цене, без участия в какой-либо конкурентной борьбе, без подачи предложений о снижении цены договора, тем самым были поставлены в преимущественное положение по сравнению с иными организациями, осуществляющими аналогичную деятельность.

Мы переходим к третьему делу, в котором уже есть отличия от предыдущих эпизодов, однако остается сам факт нарушения.

3 ЭПИЗОД

Основное отличие в деле, решение по которому вынесено в ноябре 2020 года (№ 042/01/16-195/2020), заключается в том, что Комитет лесного хозяйства намеренно разбил закупки на проведение работ по воспроизводству лесов Кемеровской области на отдельные договоры с суммой до 100 000 рублей каждая. Таким образом учреждение пыталось добиться фор-

мальной возможности непроведения конкурентных процедур и заключения контрактов с единственным поставщиком.

Фактически все договоры образуют единые сделки, искусственно оформленные самостоятельными контрактами для формального соблюдения ограничений, предусмотренных Федеральным законом № 44-ФЗ, несмотря на то, что ограничений по количеству и одноименности закупок, которые заказчик вправе осуществить в соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 93 ФЗ № 44-ФЗ, не установлено.

Заключение Комитетом лесного хозяйства договоров с единственным поставщиком и отсутствие конкурентных процедур для привлечения хозяйствующих субъектов к выполнению государственного задания, обеспеченного финансированием из бюджета Кемеровской области, способствовали созданию преимущественного положения единственного поставщика и лишали возможности других хозяйствующих субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность, реализовать свое право на заключение контракта.

Размер ущерба составил более 9 миллионов рублей. Поскольку указанная сумма не превысила размер крупного ущерба, установленного статьей 178 Уголовного кодекса Российской Федерации, следовательно, основания для направления материалов в правоохранительные органы отсутствовали.

Таким образом, действия автономного учреждения Кемеровской области «Комитет лесного хозяйства», осуществляемые с 2017 по 2020 годы привели к неэффективному использованию бюджетных средств. По сути при составлении и исполнении бюджетов участники данного процесса в рамках установленных им бюджетных полномочий должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема средств (экономности). Участники ситуаций, описанные в эпизодах из практики Кемеровского УФАС России, создали противоположную ситуацию, при которой рынок лесохозяйственной деятельности не развивался, отсутствовала возможность для других компаний, осуществляющих аналогичную деятельность, реализовать свое право на заключение договоров.

Надеемся, что решения Кемеровского УФАС России, отсылки к требованиям законодательства и выводы, озвученные комиссией управления в ходе рассмотрения дела, на сегодняшний день изменили парадигму действий автономного учреждения Кемеровской области «Комитет лесного хозяйства» (в настоящее время ГАУ «Кемеровский лесхоз») для привлечения поставщиков к работам по охране, защите, воспроизводству лесов региона.

Сегодня это подтверждает информация, согласно которой лесхоз объявил закупку в рамках Федерального закона о контрактной системе (44-ФЗ).

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»/ СПС КонсультантПлюс.
2. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»/ СПС КонсультантПлюс.
3. Указ Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 «Об утверждении Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018 – 2020 годы/ СПС КонсультантПлюс.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 02.09.2021 № 2424-р «Об утверждении Национального плана («дорожной карты») развития конкуренции в Российской Федерации на 2021 – 2025 годы/ СПС КонсультантПлюс.
5. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ/ СПС КонсультантПлюс.
6. Решение по делу № 41/А-16-2016 о нарушении антимонопольного законодательства / База решений ФАС России // Электрон. дан. – URL: <https://br.fas.gov.ru/cases/50db4cc0-4168-41cf-b139-ff7de99f6d08/>.
7. Решение по делу № 042/01/16-219/2019 о нарушении антимонопольного законодательства/ База решений ФАС России// Электрон. дан. – URL: <https://br.fas.gov.ru/to/kemerovskoe-ufas-rossii/693f0ca8-8be4-40fa-93fd-5575ef6411db/>.
8. Решение по делу № 042/01/16-195/2020 о нарушении антимонопольного законодательства / База решений ФАС России // Электрон. дан. – URL: <https://br.fas.gov.ru/cases/e15ee368-21f2-45c2-aa9d-f482d8bbb6d9/>.

Почуева Дарья Сергеевна, магистрант гр. СУмоз-201
Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА – ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкуренция – неизбежный фактор рыночной экономики. Особенно важной сегодня является проблема конкурентоспособности для предприятий строительной отрасли, которая не всегда имеет высокие барьеры для входа на рынок потенциальных конкурентов, и большое количество мелких фирм заходит на данный рынок, создавая конкуренцию для уже существующих много лет предприятий [1].

Чаще всего при входе на рынок строительства проявляются шесть барьеров: отсутствие соответствующей квалификации, стоимость участия, высокая стоимость проектов, высокая степень рисков, отсутствие репутации и связей, а также необходимость выделения больших временных ресурсов на управление. Одной из самых значимых преград для входа на ры-

нок строительства являются и расходы, связанные с участием в аукционах, а также расходы на услуги финансовых и юридических консультантов [3].

Следует отметить, что конкуренция в строительстве носит в основном региональный характер и конкурентная среда формируется на уровне региона. В строительстве невозможно существование совершенной конкуренции, так как сама строительная продукция не может быть предметом массового спроса и потребления.

Строительное предприятие ООО «Дорожно-строительное управление № 1» г. Кемерово работает на рынке более 16 лет. Предметом деятельности ООО является строительство новых и содержание существующих автомобильных дорог областного и муниципального значения, а также строительство мостов, путепроводов и других искусственных сооружений. Работая в условиях возрастающей конкуренции, предприятие за последние три года показало значительное уменьшение прибыли от продаж из-за превышения расходов над доходами, а значит и снижение конкурентных преимуществ.

Чтобы оценить платежеспособность предприятия и правильность принятия им управленческих решений, необходим более углубленный анализ финансового состояния, в том числе анализ ликвидности баланса предприятия. Проведенный расчет финансовых коэффициентов показал, что коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности ООО за последние три года не соответствуют нормативным значениям. Кроме того, коэффициент абсолютной ликвидности снизился с 0,0012 до 0,00076, что свидетельствует об увеличении краткосрочных обязательств более быстрыми темпами по сравнению с денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями.

Внутренние конкурентные преимущества, определяющие рыночные позиции любого, в том числе строительного предприятия, по мнению большинства авторов, включают в себя: конкурентоспособность продукции (работ, услуг); финансовое состояние предприятия; эффективность маркетинговой деятельности, эффективность менеджмента [2].

Повышения конкурентоспособности можно добиться путем ориентации на потребителя, постоянного поддержания качества продукции, снижения издержек, а значит и стоимости продукции (работ).

Наиболее универсальным и оперативным методом анализа внутренних конкурентных преимуществ предприятия, на наш взгляд, является SWOT-анализ, позволяющий оценить его сильные и слабые стороны в сравнении с угрозами и возможностями во внешней среде.

Проведенный анализ показал, что к сильным сторонам ООО «ДСУ № 1» относятся: наличие лаборатории для постоянного контроля за производством строительных работ; собственное производственное оборудование и строительная техника; стабильный квалифицированный персонал.

Слабые стороны предприятия - недостаток оборотных средств; не всегда эффективное использование трудовых ресурсов и, как следствие, низкие темпы роста производительности труда.

Анализ основных технико-экономических показателей за последние три года показал, что темпы роста заработной платы в ООО опережали темпы роста производительности труда более чем в 3 раза. В целом за анализируемый период средняя заработная плата в ООО «ДСУ №1» выросла на 44,3%, а производительность труда только на 12,4% (таблица 1).

Опережающий рост фонда заработной платы ППП по отношению к динамике производительности труда вызывает рост «цены производства», что приводит к снижению финансовых результатов деятельности предприятия и является демотивирующим фактором для рабочей силы.

Недостаточное качество работ, нерасторопность инженерно-технических работников, слабый контроль над исполнением работ со стороны руководителей предприятия и строительных участков, неэффективная мотивация труда – это далеко не полный перечень причин низкой производительности труда на стройках.

В анализируемом периоде среднесписочная численность работников ООО «ДСУ № 1» не изменилась.

Однако за этот период были приобретено новое оборудование, средства механизации строительных работ, современное программное обеспечение для инженерно-технических работников (ИТР), что позволило бы сократить как минимум 2-3 чел. административно-управленческого персонала.

Таблица 1 – Динамика основных показателей деятельности ООО «ДСУ №1»

| Показатели | Значение показателей | | | Темп роста, % | | |
|--|----------------------|----------|----------|---------------|-----------|-----------|
| | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2019/2018 | 2020/2019 | 2020/2018 |
| Выручка от продаж, тыс. руб. | 132992 | 135179 | 149493 | 101,64 | 110,59 | 112,41 |
| Себестоимость продаж, тыс. руб. | 137779 | 138387 | 146388 | 100,44 | 105,78 | 106,25 |
| Валовая прибыль, тыс. руб. | -4787 | -3208 | 3105 | 67,01 | 96,78 | 64,86 |
| Управленческие расходы, тыс. руб. | 1879 | 1540 | 2480 | 81,96 | 161,04 | 131,98 |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | -6666 | -4748 | 625 | - | - | - |
| Прочие доходы, тыс. руб. | 36288 | 25999 | 23572 | 71,65 | 90,66 | 64,96 |
| Прочие расходы, тыс. руб. | 28211 | 20732 | 23738 | 73,49 | 114,50 | 84,14 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 1411 | 519 | 459 | 36,78 | 88,44 | 32,53 |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 1305 | 316 | 359 | 24,21 | 113,61 | 27,51 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 150 | 150 | 150 | 100 | 100 | 100 |
| Выработка 1 работающего тыс. руб./чел. | 886,61 | 901,19 | 996,62 | 101,64 | 110,59 | 112,41 |
| Фонд оплаты труда, тыс. руб. | 44550 | 53694 | 64276 | 120,52 | 119,70 | 144,28 |
| Среднемесячная заработная плата, тыс. руб. | 24,750 | 29,830 | 35,709 | 120,52 | 119,70 | 144,28 |

Годовой фонд заработной платы двух сокращаемых ИТР, включая премиальные согласно Положению об оплате труда ООО «ДСУ № 1», составляет 1022400 руб. (таблица 2), а с учетом районного коэффициента-1329120 руб./год.

Таблица 2 – Годовой фонд зарплаты ИТР

| Занимаемая должность | Количество человек | Оклад, руб. | Премия, 42% | Фонд заработной платы за месяц, руб | Годовой фонд заработной платы, руб. |
|----------------------------------|--------------------|-------------|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Инженер отдела снабжения | 1 | 25000 | 10500 | 35500 | 426000 |
| Инженер производственного отдела | 1 | 35000 | 14700 | 49700 | 596400 |
| ИТОГО | | 60000 | 25200 | 85200 | 1022400 |

Расчет экономии на условно-постоянных расходах (по статье заработная плата) от уменьшения численности инженерно-технических работников, показал возможное снижение себестоимости работ как минимум на 1-1,5%.

Рост производительности труда имеет большое значение, как для отдельного предприятия, так и для народного хозяйства в целом. Он позволяет существенно снизить затраты на производство работ; при прочих равных условиях увеличить объем производства и реализации работ, а, следовательно, повысить финансовую устойчивость предприятия и его конкурентоспособность.

Стоит отметить, что на уровне строительных предприятий изменения пока происходят очень медленно. Реализация факторов роста производительности труда часто осложняется несогласованностью инициатив со стороны заказчиков и подрядчиков, а также в связи с недостатками рынка строительства: фрагментированностью и непрозрачностью.

Список литературы

1. Белова А.П., Бугрова С.М. Квazиконкуренция на рынке строительной отрасли// Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». – Кемерово, 2019.
2. Данилова В. Ю. Конкуренция строительной организации / В. Ю. Данилова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 44 (230). – С. 67-70. – URL: <https://moluch.ru/archive/230/53503/> (дата обращения: 24.09.2021).
3. Морозов А.С., Бакулин Г.Г. Конкуренция и барьеры входа на рынок строительства. <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-i-bariery-vhoda-na-rynok-stroitelstva>.

Поюнова Ю.А., студент гр. ОУб-191
Научный руководитель: Михайлова Я.С., ассистент
(КузГТУ, г. Кемерово)

О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В РОССИИ

Проблемы развития конкуренции наиболее важный аспект развития современной российской экономики. Для нашего государства поддержка конкурентной среды имеет большое значение, в связи с тем, что низкий уровень развития конкуренции – одна из важнейших причин спада в развитии новых технологий, предоставления услуг низкого качества, завышения цен и ограниченности потребительского выбора [1].

Основная задача государства в сфере противодействия монополизму заключается не только в формировании и развитии законодательной защиты конкуренции, но и в определении и эффективном применении механизмов, призванных стимулировать ее развитие в различных отраслях экономики.

Важно понимать, что развитие конкурентных отношений в экономике – это сложная задача, решение которой зависит именно от эффективности государственного регулирования в различных отраслях.

Главными стратегическими угрозами национальной безопасности в области экономики, согласно Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683, являются ее низкая конкурентоспособность, сохранение экспортно-сырьевой модели развития и высокая зависимость от внешнеэкономической конъюнктуры, отставание в разработке и внедрении перспективных технологий, незащищенность национальной финансовой системы от действий нерезидентов и спекулятивного иностранного капитала, уязвимость ее информационной инфраструктуры, несбалансированность национальной бюджетной системы, регистрация прав собственности в отношении значительной части организаций в иностранных юрисдикциях, ухудшение состояния и истощение сырьевой базы, сокращение добычи и запасов стратегически важных полезных ископаемых, прогрессирующая трудонедостаточность, сохранение значительной доли теневой экономики, условий для коррупции и криминализации хозяйственно-финансовых отношений, незаконной миграции, неравномерное развитие регионов [11].

Анализ экономического состояния, по мнению ФАС (Федеральная антимонопольная служба) России, позволяет выявить следующие внешние и внутренние угрозы российской экономике:

1. Глобальное изменение мировой экономики.
2. Состояние активного развития малого и среднего предпринимательства. (Принятие изменений в федеральном законе от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», которые вступили в силу с 13.07.2021 [14])

3. Нарушение конкуренции со стороны органов власти.

Структурные сдвиги в экономике происходят стремительнее, и их существование влияет на процессы, в том числе политические и социальные.

Происходящие изменения настолько значительны, что могут быть охарактеризованы как крупнейший за всю историю технологический переход, когда богатство природных ресурсов и дешевизна труда перестают быть основными факторами роста.

Цифровые преобразования на современном этапе – один из главных факторов мирового экономического роста.

Развитие цифровых технологий и усиление роли инноваций приводят к изменению экономической картины мира, стирают географические границы товарных рынков, разрушают устоявшиеся экономические связи и создают совершенно новые рынки (информационно-технологические) и совершенно новые структурные связи, характеризующиеся глобальным многосторонним характером, а также оказывающие влияние на смежные отрасли и сферы хозяйствования.

Быстрые изменения, происходящие в сфере цифровых технологий, представляют собой вызов и угрозу для задействованных в процессе участников. На рынках появляются новые, ранее не существовавшие продукты, применение которых потребителями до этого не представлялось возможным и потому их обращение до недавнего времени не подлежало контролю со стороны государства.

Доля государственного сектора составляет значительную часть российской экономики и составляет более половины национальной экономики Российской Федерации. По данным Центра стратегических разработок доля государства в экономике росла, начиная с 2000-х, и сейчас достигла «исключительно высоких значений».

Оценки, приведенные ФАС России в 2015 году, свидетельствовали о значительном вкладе государства и компаний с государственным участием в ВВП Российской Федерации. Перед кризисом 1998 года доля государства в экономике России оценивалась примерно в 25 %. В 2008 году – уже в 40-45 %. К 2013 году она превысила 50 %. В 2017 году, по многим экспертным оценкам, она могла превышать уже 60-70 %. Следует отметить, что в 2020 году ситуация существенно не изменилась [12].

Президент Российской Федерации в своем послании Федеральному собранию Российской Федерации обозначил свою позицию по указанному вопросу: «Доля государства в экономике должна постепенно снижаться» [13].

Председателем Правительства Российской Федерации замечена следующая проблема: «В настоящее время можно говорить не о сокращающемся, а даже о растущем участии государства в тех сегментах экономики, где его присутствие не является необходимым».

Отношение государства в рыночных взаимодействиях не только в качестве разработчика правил и гаранта их исполнения, но и в качестве игрока, способно оказывать существенное искажающее воздействие на конкуренцию. Государственные компании могут приобретать на рынках определенные преимущества (в переговорной позиции, выделении ресурсов), которые оказывают искажающее влияние на конкуренцию.

Среди отрицательных факторов большой доли присутствия государства в экономике называют:

- создание барьеров для развития малого и среднего предпринимательства,
- снижение общей производительности в виду более низкой производительности государственного сектора по отношению к частному,
- снижение инновационной активности и развития технологий как фактора, сопровождающего предпринимательскую инициативу [2, 4].

Издержки, вызванные высоким размером государственного сектора в экономике России, достаточно очевидны.

Это приводит к снижению эффективности функционирования рыночных механизмов – нарушению принципа равенства компаний во взаимоотношениях с государством (конфликт интересов собственника и блюстителя равных правил игры), замещению конкурентных механизмов (конкуренция через повышение эффективности или улучшение потребительских свойств выпускаемой продукции) административным ресурсом и лоббистскими возможностями. Как следствие, экономика начинает «пробуксовывать», что выражается в снижении темпов роста и в усиливающемся технологическом отставании от более успешных стран.

Одним из значимых последствий вышеуказанных процессов становится неформальное огосударствление частного сектора экономики и появление «частных государственных компаний». Одновременно происходит сужение пространства для частной инициативы, эрозия цивилизованных имущественных отношений, возможностей реализации прав частной собственности (частного бизнеса).

В целом, можно также сделать выводы о том, что после резкого роста уровня конкуренции в 2019 году – в 2020 году он несколько снизился.

Таким образом, ощущение конкуренции (ее снижение) респонденты, в особенности представляющие малый бизнес, не всегда связывают с числом конкурентов на рынках [8].

В то же время впервые с 2020 года увеличилось количество респондентов, отметивших рост числа конкурентов, а параллельно с этим увеличилась доля тех, кто ощущает слабую конкуренцию или ее отсутствие [13].

Также стоит отметить, что наиболее популярным способом повышения конкурентоспособности для российских предпринимателей традиционно стало снижение затрат на производство и реализацию продукции и услуг, новые маркетинговые стратегии и обучение персонала.

Наибольшее число трудностей для развития бизнеса по-прежнему создают высокие налоги, что также отмечено и в международных рейтингах. Причем в 2020 году значимость этого фактора снизилась после резкого роста на фоне увеличения НДС [13].

Из всего вышесказанного следует, что ключевыми направлениями государственной политики, направленной на реальное реформирование экономики, должны стать уменьшение роли государства в экономике, совершенствование нормативно-правовой базы, развитие рынков товаров и услуг, антимонопольная политика, развитие финансового сектора и, безусловно, борьба с коррупцией.

Список литературы

1. Скворцова В. А., Медушевская И. Е. Государственное регулирование конкуренции в современной экономике России // Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 450-453.
2. Доклад ФАС «О состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2018 год» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/>.
3. Официальный сайт Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ac.gov.ru>.
4. Рейтинг глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://reports.weforum.org>.
5. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
6. Указ Президента Российской Федерации от 21.12.2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» // СЗ РФ, 2017, № 52 (Часть I) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42622>.
7. Мартыненко Г. И. Российское конкурентное законодательство. Новый закон о защите конкуренции.// Право и экономика. – 2009. – С. 63. Буклет ФАС «Все о конкуренции в вопросах и ответах». [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://komi.fas.gov.ru/sites/komi.f.isfb.ru/files/analytic/2012/04/24/fas_book_quest_answers_low.pdf.
8. Доклад Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации «Оценка состояния конкурентной среды в России за 2020 год» [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/Konkurenciya_doklad_2020.pdf.
9. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной службы Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/28514>.
10. Рейтинг Международной финансовой корпорации «Ведение бизнеса» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org>.

11. Указ президента РФ от 31.12.2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/40391>.
12. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 01.03.2018 «Послание Президента Федеральному Собранию» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/.
13. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/55735>.
14. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.

Прошкин Денис Юрьевич, студент 3 курса 4 группы
Научный руководитель – Шаль Анна Викторовна, к.э.н., доцент
(ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону)

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Естественные монополии возникают, как правило, в отраслях, где достаточно низкий уровень цен возможен только в ситуации, когда есть только один производитель, с ограничением на установку цен со стороны государства, который может экономить на масштабе [1]. В данной статье я хочу затронуть естественные монополии в сфере ЖКХ, а именно в сфере водоснабжения.

Государство контролирует деятельность естественных монополий посредством осуществления государственного контроля (надзора) в сферах их деятельности и согласования действий, которые совершаются с участием или в отношении субъектов естественных монополий. Водоснабжение и водоотведение с использованием централизованных системы, систем коммунальной инфраструктуры не является исключением, и контроль осуществляют органы регулирования естественных монополий, но контроль носит финансовый характер. Но кто же осуществляет контроль качества предоставляемых услуг? Это очень важный вопрос, ведь мы рассматриваем монополию в сфере водоснабжения, ситуацию, когда потребитель не может никаким образом заменить питьевую воду, подаваемую из крана. Этот вид контроля осуществляет Роспотребнадзор, но давайте представим ситуацию: год за годом Роспотребнадзор фиксирует нарушения гигиенических нормативов для питьевой воды на уровне 30 %; место, откуда берут воду не самое чистое, но находится в установленных границах, воду можно профильтровать и её действительно фильтруют; Роскомнадзор не

фиксирует нарушений после фильтрации воды, но, пройдя долгий и тернистый путь по трубам города, вода всё также не соответствует гигиеническим нормативам. Проблема заключается в плохом качестве труб, но министерство жилищно-коммунального хозяйства спустя годы не устраняет проблему. Эта ситуация, к сожалению, не выдумана, а взята с конкретного субъекта РФ – Ростовской области. Можно ли назвать такую ситуацию проблемой функционирования сферы экономики в рамках естественной монополии? Давайте постараемся разобраться.

Действительно, как минимум, с 2013 года и до настоящего времени в Ростовской области существует проблема с качеством питьевой воды, которая регистрируется региональным отделением Роспотребнадзора в ежегодном докладе.

Таблица 1 – Доля проб питьевой воды из водопроводной сети населённых пунктов, не соответствующей гигиеническим нормативам по химическим показателям, за 2013–2020 годы [2-4]

| Год | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Доля проб, % | 33,5 | 32,0 | 30,7 | 30,1 | 29,8 | 28,8 | 29,5 | 35,2 |

За 7 лет население области научилось адаптироваться к данной проблеме, решением является покупка действительно питьевой воды. Многие населённые пункты обросли автоматами с возможностью набрать воду со стоимостью, как правило, 2-3 рубля за литр, это стало частью жизни жителей Ростовской области. Автоматы осуществляют очистку воды на месте при помощи сменных фильтров. Каждый из них обеспечивает порядка 1-3 многоквартирных домов, а вода они используют из централизованной системы водоснабжения. Легко можно сделать вывод о том, что проблема хотя бы временно могла бы быть решена при помощи подобных фильтров, ведь плохие трубы требуют замены, что приведёт к большим неудобствам в городе и огромным издержкам ЖКХ, но это первоочерёдная необходимость. И лишь в 2021 году началась реализация проекта «Чистая вода» [5], результаты которого оценить сейчас невозможно.

Система рассмотренной естественной монополии показывает проблему качества предоставляемых услуг. Существует ряд благ, которые обязаны быть качественными, услуги, которые удовлетворяют базовые потребности, такие как питьевая вода. Если же естественная монополия не справляется с этим условием, то эффективно ли её существование? На наш взгляд, для решения этой проблемы необходимо более активно привлекать частный капитал [6]. Такая система может быть организована в форме концессионных договоров с муниципалитетом, что могло бы позволить либо решить проблему качества труб до окончания реализации проекта «Чистая вода», либо позволило бы осуществить замену труб или их реконструкцию:

- в первом случае концессионный договор могли бы заключить с ТСЖ, что смотивировало бы оборудовать систему внутридомового

водоснабжения необходимыми фильтрами, обеспечило бы их замену во время действия контракта. Допустим, что такой контракт действовал бы с 2013 по 2024 год, в таком случае была бы решена проблема некачественной питьевой воды, а у ЖКХ было бы время на поиск инвестиций для замены труб. После окончания контракта проблема питьевой воды была бы решена и как следствие: снизилось бы число заболеваний, причиной которых является недоброкачественная вода; ЖКХ получали бы платежи за право пользование объектом и получили бы временное решение проблемы; рост тарифов снизился, что привело бы к снижению социального напряжения в обществе;

- во втором случае проект «Чистая вода» был бы реализован не за счёт средств ГИИС «Электронный бюджет», а за счёт средств частных инвесторов на основе концессионного договора, что позволило бы решить проблему почти сразу после её появления, потому что, как показывает практика, государство и муниципалитет не может реагировать так быстро, как хотелось бы. Примерами жизнеспособности такой системы может быть заключение договоров между: МУП Великого Новгорода «Теплоэнерго» и частной компании на модернизацию оборудования; МУП «ВКХ» г. Волгограда и частной компанией на модернизацию объектов теплового хозяйства и наружного освещения [7].

В представленных выше примерах говорится о проблемах, с которыми сталкиваются естественные монополии, их оборудование изнашивается, а ресурсов для модернизации не хватает. Модернизация оборудования может произойти спустя через целых 11 лет, как в случае с водоканалом Ростовской области. Тарифы беспощадно растут, опережая рост доходов даже при государственном регулировании тарифов, качество предоставляемых услуг оставляет желать лучшего [6]. Естественные монополии на сегодняшний день не актуальны, но стоит ли отказаться от данной концепции вовсе или необходима модернизация подобной экономической структуры?

Можно привести в пример работу Уолтера Примо, который, разбирая производство электроэнергии в США, приходит к выводу, что теория естественных монополий не состоятельна, ведь существуют примеры, когда конкурируют два производителя электроэнергии конкурируют более 80 лет, а выгоду от этого получают люди [1]. «Ценовые войны» не оказывают большого влияния как минимум, потому что производителей не много, а технический прогресс в таком случае достаточно стабилен, резкое снижение издержек только одной фирмой почти невозможно, потому что компании достаточно равны, сговор среди компаний по поводу цены регулируется антимонопольным правом. Кроме того, можно вспомнить, что концессионные договоры реализуют подрядчики, которые осуществляют это с целью получения прибыли, и они способны её получать при сохранении тарифов на основе долгосрочной формы контракта. Соответственно существуют фирмы,

которые обладают достаточной ресурсной базой и способностями, чтобы сделать ЖКХ прибыльным бизнесом с высоким качеством услуг, тогда как нынешние компании с этим не справляются. Но такие компании борются за заключение договора, что и является конкуренцией, так почему нельзя отказаться от концепции естественных монополий.

На наш взгляд, такой переход можно начинать с активной интеграции концессионных контрактов в сфере ЖКХ, которые покажут жизнеспособность частного инвестирования в данной отрасли экономики. В 2013 году на основании программы г. Москвы «Развитие коммунально-инженерной инфраструктуры г. Москвы на период 2012–2016 годы» было сделано более 70 % капиталовложений в сферу ЖКХ за счёт внебюджетных фондов. Далее же возможен переход к полному частному сектору с активным контролем со стороны государства, как отрасли, которая поставляет услуги первой необходимости. Примером такого жесткого контроля может служить Комиссия по честной торговле, которая осуществляет контроль за деятельностью чеболей и показывает прекрасные результаты [8]. Это может привести к увеличению затрат на антимонопольное регулирование, но в данном случае цель оправдывает средства, ведь регулируемая отрасль осуществляет обеспечение первоочерёдных потребностей. Но во время прихода частного сектора в сферу ЖКХ возникнет один немаловажный вопрос: «Что делать с оборудованием, принадлежащим государству?». Ответ достаточно очевиден, необходима приватизация данного имущества на аукционной основе. Банальный аукцион позволит государству получить наибольшую выгоду. Другой вопрос к данной концепции: «Обеспечит ли частный сектор бесперебойное предоставление услуг ЖКХ?». Есть основания предполагать, что ситуация, когда производители полностью покидают рынок невозможна, потому что спрос на услуги ЖКХ будет до того момента, пока у человека есть витальные потребности.

Подводя итоги исследования, можно с уверенностью сказать, что практика естественных монополий, как минимум в сфере ЖКХ, переживает кризис, с которым необходимо бороться уже проверенными способами и аккуратными попытками модернизации рынка услуг ЖКХ, что позволит повысить качество предоставляемых услуг и остановить бесконечный рост тарифов ЖКХ, что создаст баланс между интересами потребителей и производителей. Это оживит отрасль ЖКХ и позволит построить механизм развития посредством конкуренции, который прекрасно работает в электроэнергетическом комплексе США.

Список литературы

1. Дилоренцо Томас Миф о «Естественной» монополии [Электронный ресурс] // Современная конкуренция. – 2009. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mif-o-estestvennoy-monopolii>. – [22.09.2021].

2. О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения Ростовской области 2015 году: статистические данные [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.61.rospotrebnadzor.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=6563:-q-2015-q&catid=96:2009-12-30-08-03-55&Itemid=116. – [22.09.2021].
3. О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения Ростовской области 2017 году: статистические данные [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://61.rospotrebnadzor.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=7857:-q-----2017-q&catid=96:2009-12-30-08-03-55&Itemid=116.- [22.09.2021].
4. О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения Ростовской области 2020 году: статистические данные [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.61.rospotrebnadzor.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=10555:-q-----2020-q&catid=96:2009-12-30-08-03-55&Itemid=116. – [22.09.2021].
5. Региональный проект «Чистая вода»: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.donland.ru/activity/2546/>. – [22.09.2021].
6. Карсанова Н.И. Естественные монополии в сфере жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс] // Дискуссия. – 2014. – № 7 (48). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/estestvennye-monopolii-v-sfere-zhilishchno-kommunalnogo-hozyaystva>. – [23.09.2021].
7. Исупова С. Концессионные соглашения в сфере ЖКХ: алгоритм для муниципалитета [Электронный ресурс] // Ассоциация совет муниципальных образований Хабаровского края – 2021 – Режим доступа: <http://cmokhv.ru/materials/mat20210309/>. – [24.09.2021].
8. Ли Чжэ Сун Крупный семейный бизнес Республики Корея: особенности корпоративного управления и роль в развитии национальной экономики [Электронный ресурс] // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/krupnyy-semeynyy-biznes-respubliki-koreya-osobennosti-korporativnogo-upravleniya-i-rol-v-razviti-natsionalnoy-ekonomiki>. – [24.09.2021].

Радионова Елена Александровна, старший преподаватель
(КузГТУ, г. Кемерово)

Научный руководитель – Фролова Елена Александровна, д.э.н., профессор
(ТГУ, г. Томск)

ПРОБЛЕМА КОНЦЕНТРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Состоятельность государства (state capacity) определяется его способностью выстраивать и реализовывать свои цели в соответствии с наци-

ональными интересами. В экономической сфере приоритетным направлением государственной деятельности является обеспечение долгосрочного устойчивого экономического роста. Достижение социально приемлемых результатов в данной области зависит от способности государства осуществлять свои властные полномочия в соответствии с потребностями общества. Существенным препятствием на пути к этому могут стать современные тенденции к эрозии и перераспределению власти, которые проявляются в следующем [1-3]:

- Авторитет национального государства под действием глобализационных процессов снижается, что на фоне недостаточно развитого гражданского общества приводит к образованию «разрыва», заполняемого криминальными и полукриминальными структурами, проникающими в государственный аппарат и крупные корпорации (вакуум координации приводит к формированию институциональных ловушек).
- Происходит рассредоточение власти по направлению от государства к более мелким территориальным образованиям (децентрализация и сетевизация принятия решений).
- Крупные фирмы наделяются беспрецедентной по историческим меркам властью, составляя «конкуренцию» государству и направляя значительные экономические ресурсы в соответствии со своими коммерческими целями, не отвечающие потребностям общества.
- Происходит усиление территориально не обусловленных форматов власти, связанное с функционированием влиятельных интеграционных объединений, военных блоков, международных организаций, негосударственных субъектов мировой экономики, транснациональных корпораций и глобальных рынков.

Наблюдаемое формирование параллельных государству центров власти приводит к размыванию и ослаблению его регулирующих функций [3], снижает эффективность экономической политики и представляет угрозу для государственной состоятельности. Проблема монополизации экономики является частным случаем общей ситуации, связанной с эрозией и перераспределением власти. Повсеместно существующая склонность к образованию экономических монополий в условиях глобализации (концентрация и централизация) создает риски наднациональной концентрации экономической власти и формирует потребность в ее теоретическом осмыслении. Особую актуальность это имеет для российской сверхмонополизированной экономики, в которой «отсутствует свободный вход на рынок», а «мелкий и средний бизнес прозябает в отведенной ему нише по производству 10-15% ВВП» [4].

Следует отметить, что хотя с эмпирической точки зрения присутствие властных отношений в ходе осуществления хозяйственной деятельности не вызывает сомнений, теоретическое обоснование данного феномена вызывает определенные трудности. В рамках неоклассической школы единственным источником власти в условиях конкурентной экономики яв-

ляется государство. Возникновение других властных групп расценивается как отклонение от естественного состояния экономической системы, в связи с чем, концепция власти в рамках *mainstream economics* не рассматривается [5].

Принципиально иной подход используется в теории социального рыночного хозяйства: «Первой задачей национальной экономики является открытие конкретных фактов, обоснующих экономическую власть, и исследование действительного влияния экономической власти», – писал В. Ойкен [6]. Проблема власти также является актуальной для традиционного институционализма: «Начиная с современных работ Дж. Гэлбрейта, Дж. Маркинса, Р. Аверитта, У. Самуэльса, Г. Требинга и заканчивая классическими произведениями Т. Веблена и Дж. Коммонса, институционалисты подчеркивали, что экономика есть нечто большее, чем рыночная система. Экономика есть также система власти: власти, которая далеко выходит за рамки спроса и предложения на рынке; власти, которая устанавливает правила и законы, управляющие конкретными рынками; власти, которая распространяет свое влияние на выгоды, приобретаемые благодаря рынку, и тяготы, возлагаемые рынком» [Цит. по: 7]. Значительное внимание концепции власти уделяется в работах Ф. Перру, Р. Холтона, Г. Альберта, М. Олсона и др.

По В. Ойкену [6] экономическая власть находится в руках центрального органа, если речь идет о централизованном хозяйстве, и в распоряжении различных властных групп (в том числе, монополий) – в случае меновой экономики. Полное исчезновение экономической власти возможно только в условиях совершенной конкуренции. Властное положение того или иного хозяйствующего субъекта определяется его рыночным положением, а не величиной, хотя размер повышает шансы заполучить экономическую власть.

Негативная оценка феномена концентрации экономической власти в руках монополий связана с их деструктивным воздействием на экономическую систему и рыночные механизмы [6, 8, 9]:

1. Происходит нарушение механизма ценового регулирования. В условиях конкуренции цена выступает исходным параметром, в то время как монополист, пользуясь своим положением, имеет возможность самостоятельно устанавливать цену. Нарушается координация хозяйственных планов и не соблюдается принцип экономического обоснования издержек.

2. Имеет место недоинвестирование капитала, а осуществляемые инвестиции обладают низкой эффективностью. Это происходит из-за того, что монополист не заинтересован в наилучшем удовлетворении общественных потребностей – вкладывая капитал, он ориентируется на необходимость увеличения своей доли рынка. Производственный потенциал страны в такой ситуации не используется наилучшим образом.

3. Монополизация снижает открытость рынков. Монополии имеют возможность активно применять барьерные методы борьбы: блокады по-

ставщиков, заблокированные патенты, забастовки, предоставление исключительных прав и скидок, демпинг и т.п. Нередко целью такой борьбы является практически полное «закрытие» рынка.

4. Монополия несовместима с построением правового государства. «Закрытые» рынки ограничивают личную свободу, свободу выбора профессии, свободу перемещения, проживания и др.

5. Политическая воля государства в условиях монополизации экономики трансформируется под влиянием частного права, созданного экономикой; происходит вытеснение государственного права. Практические действия монополистов, применяющих меры недобросовестной конкуренции, лишают силы государственные законы. В договорных отношениях это приводит к ущемлению интересов одной из сторон в пользу монополиста (захват власти).

6. Происходит торможение инновационной активности. Длительная монополизация меняет характер предпринимательства – «подвижный» тип предпринимателя, получающего прибыль благодаря созданию принципиально нового продукта или услуги, замещается «чиновничим» типом, чья прибыль определяется господствующим положением на рынке, а не осуществляемыми нововведениями. Поскольку в условиях экономики знаний повышение производительности обеспечивается инновационной деятельностью, подобная тенденция приводит к невозможности обеспечения устойчивого экономического роста.

7. Нарушение принципа результативности, согласно которому более высокая прибыль может быть получена только за лучшие результаты труда, приводит к уменьшению адаптивности экономической системы, искажению и разрушению рыночных механизмов, снижению общей производительности. Однако здесь есть одно исключение из общего правила – это естественные монополии, существование которых экономически обосновано действием эффекта масштаба.

Перечисленные эффекты существенно подрывают состоятельность государства по нескольким направлениям. Социально-политические последствия монополизации являются неприемлемыми в связи с разрушением основ правового государства, экономические – приводят к искажению рыночных механизмов и нарушению конкурентного порядка.

Исследователи отмечают отсутствие объективного встроенного механизма регулирования монополий – монополизм никогда не будет ограничивать себя самостоятельно, а его процветание идет вразрез с общественными и национальными интересами, препятствуя свободной экономической активности [10]. Рыночная экономика не обеспечивает устойчивости одним фактом своего существования: «Свободный естественный порядок не возникает сам по себе. Он возникает тогда, когда на это ориентирована экономическая политика» [11].

Вопрос о содержании антимонопольной политики является актуальным, но дискуссионным. В. Ойкен [6] полагал, что государственная поли-

тика по сдерживанию монополий обречена на неудачу и следует вести речь о политике формирования конкурентного порядка, создающего условия, в которых деятельность монополий невозможна в принципе.

В. Гутник, адаптируя опыт построения социального рыночного хозяйства в Германии по отношению к современной России отмечает, что борьба с монополиями в лучшем случае обеспечит удержание цен и тарифов от несоразмерного роста [4]. Поэтому, целях обеспечения высокого уровня государственной состоятельности управляющее воздействие должно быть направлено на создание и поддержание конкурентного порядка. Главным критерием, позволяющим оценить успешность осуществляемой политики, будет являться наличие свободного конкурентного порядка и «последовательное вытеснение таких явлений, как погоня за привилегиями для отдельных групп и продвижение особых интересов» [8].

Список литературы

1. Cox R. W. The Retreat of the State? (review article) // International journal. – 1997. – vol. 52. – No. 2. – p. 366-369.
2. Göksel N. K. Globalisation and the State [Electronic resource]. – Mode of access: <http://sam.gov.tr/pdf/perceptions/Volume-IX/march-may-2004/1.-NiluferKaracasuluGoksel.pdf> (accessed 15.09.2021).
3. Шишков Ю. Государство в эпоху глобализации // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 1. – с. 3-13.
4. Гутник В. П. Политика хозяйственного порядка в Германии: теория и практика : дисс. ... д-ра эк. наук : 00.00.00 / Гутник Владимир Петрович. – М., 2002. – 417 с.
5. Bowles S., Gintis H. Power in economic theory. In: Arestis P., Sawyer M. (eds.), The Elgar Companion to Radical Political Economy. Aldershot, Edward Elgar, 1994. – 492 с.
6. Ойкен В. Основы национальной экономики: Пер. с нем. / Общ. ред. В. С. Автономова, В. П. Гутника, К. Херрманн-Пиллата. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
7. Дементьев В. Экономическая власть и институциональная теория // Вопросы экономики. – 2004. – № 3. – С. 50-64.
8. Социальное рыночное хозяйство – основоположники и классики / Ред.-сост.: К. Кроуфорд, С. И. Невский, Е. В. Романова; предисл. К. Кроуфорд; Фонд Конрада Аденауэра в России. М.: Издательство «Весь мир», 2017. – 416.
9. Смородинская Н. В., Катуков Д. Д., Малыгин В. Е. Шумпетерианская теория роста в контексте перехода экономических систем к инновационному развитию // Журнал институциональных исследований. – 2019. – Т. 11, № 2. – С. 60-78.
10. Аджемоглу Д. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты / Д. Аджемоглу, Дж. А. Робинсон; пер. с англ. Д. Литвинова, П. Миронова, С. Сановича. – М.: Издательство АСТ, 2019. – 693 с.

11. Ойкен В. Основные принципы экономической политики: Пер. с нем. / Общ. ред. Л. И. Цедилина и К. Херрманн-Пиллата, вступ. сл. О. Р. Лациса. – М.: Прогресс, 1995. – 496 с.

Райс Валерия Александровна, Черница Ксения Ивановна, студ. гр. БЭс-191
Научный руководитель – Куманеева Мария Константиновна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОЦИАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Важнейшей составляющей экономической безопасности является социальная безопасность области. От ее состояния и развития зависит уровень функционирования всей экономической системы региона.

Для того, чтобы социальная безопасность находилась достойном уровне и обеспечивала развитие всей социальной сферы, необходимо разработать правильную и эффективную социальную политику.

Социальная политика – это политика региона, общества, социальных институтов в отношении общественного благосостояния, удовлетворения материальных, социальных, интеллектуальных потребностей людей, создание обстановки стабильности.

Целью социальной политики является создание и поддержание того уровня и качества жизни населения, который считается необходимым для полноценного развития каждого, вне зависимости от того, в какую социальную группу он входит.

Под социальной безопасностью понимают способность государства обеспечить создание условий по устранению опасности негативного воздействия и системы отношений, при которой реализуются социальная стабильность и обеспечиваются жизненно важные интересы личности, общества и государства.

К субъектам социальной политики относятся государство, органы местного самоуправления и крупные хозяйственные образования.

Существует ряд угроз, способный привести социальную безопасность к дестабилизации, ухудшив ее основные показатели. К ним можно отнести:

- Естественную убыль населения;
- Снижение демографии;
- Снижение доходов населения;
- Рост безработицы;
- Увеличение бедности.

По данным Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области за последние 3 года, можно отметить продолжающийся рост естественной убыли населения (превышение числа умерших над числом родившихся), что отрицательно сказывается на социальной

безопасности области (таблица 1). Убыль населения Кемеровской области сохраняется с 1991 года. За это время численность региона сократилась на 467 242 человека, в том числе за последние три года на 51 110 человек.

Таблица 1 – Демографические показатели Кемеровской области-Кузбасса и РФ за 2018 - 2020 гг. [1,2]

| Год | Кемеровская область – Кузбасс | | | РФ | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------|--------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Родившихся | 26475 | 24158 | 22545 | 1604,3 тыс.чел. | 1484,5 тыс.чел. | 1435,8 тыс.чел. |
| На 1000 чел. населения | 9,8 | 9,1 | 8,5 | 10,9 | 10,1 | 9,8 |
| Умерших | 38601 | 38028 | 42795 | 1828,9 тыс.чел. | 1800,7 тыс.чел. | 2124,5 тыс.чел. |
| На 1000 чел. населения | 14,4 | 14,3 | 16,2 | 13,0 | 12,3 | 14,5 |
| Естественный прирост/убыль чел | -12126 | -13870 | -20250 | -224,6 тыс.чел. | -316,2 тыс.чел. | -688,7 тыс.чел. |
| На 1000 чел. населения | -4,6 | -5,2 | -7,7 | -1,6 | -2,15 | -5,3 |

Из таблицы видно, что естественная убыль населения Кемеровской области в 2020г. составила 20250 человек, что составило 7,7 на 1000 чел. населения против 4,6 в 2018 г. по Кемеровской области и 5,3 по РФ в 2020г. В течение последних трех лет отмечается значительное снижение числа родившихся с 26475 в 2018 г. до 22545 в 2020 г. На 1000 чел. населения цифра за 2020 год составляет 8,5, что значительно меньше Российского показателя – 9,8. Основной причиной естественной убыли остается сокращение рождаемости. Подобные процессы в демографической системе, могут привести к сокращению населения, будут тормозить рост экономики области, приведут к сокращению спроса и предложения на рынке.

На рисунке 1 представлены данные о том, как менялись естественный рост, рождаемость и смертность населения за последние 3 года в Кузбассе.

Показатель смертности на 1000 чел. населения по Кемеровской области в 2020 году – 16,2, что также значительно превышает российский показатель 2020 года – 14,5. На рост смертности в 2020 году, безусловно, повлияла новая COVID-19 инфекция. Но в условиях продолжающейся эпидемии в мире, не стоит ожидать значительного снижения показателей смертности в ближайшее время.

В качестве основной проблемы рынка труда Кемеровской области необходимо отметить рост демографической нагрузки на население трудоспособного возраста как следствие увеличения удельного веса населения

моложе трудоспособного возраста и старше трудоспособного. В 2019 году коэффициент демографической нагрузки вырос до 842 человек на 1000 лиц трудоспособного возраста. Для сравнения: в Российской Федерации –804. Значение коэффициента превышает среднероссийский уровень начиная с 2010 года. Сокращение численности трудоспособного населения и увеличение коэффициента демографической нагрузки обуславливает угрозу роста дефицита рабочей силы на рынке труда и увеличение социальной нагрузки на бюджет.

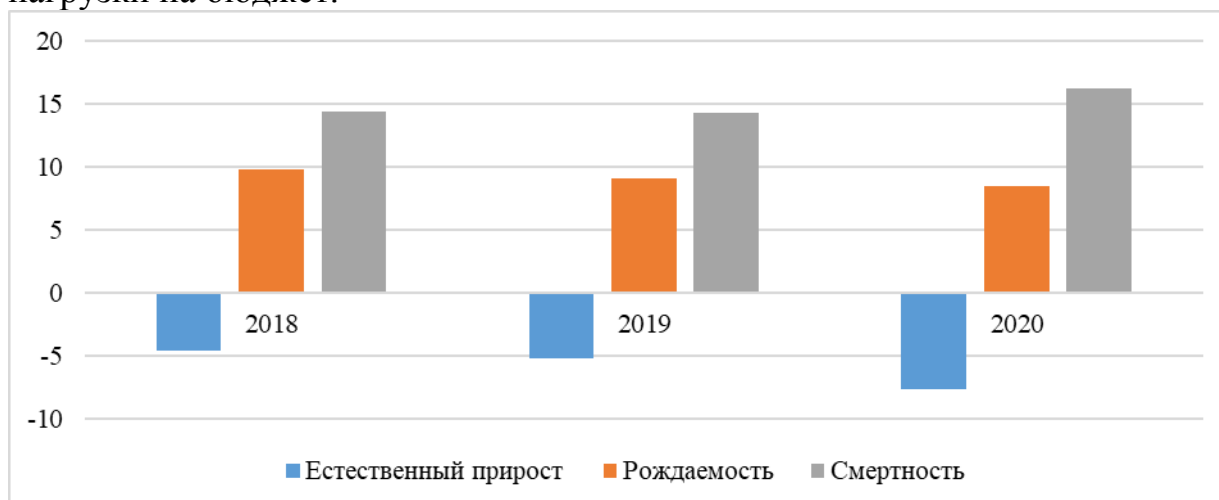


Рисунок 1 – Показатели естественного прироста, рождаемости и смертности за 2018 – 2020 гг. на 1000 чел. населения Кемеровской области [1]

Уменьшение трудоспособного населения увеличит нагрузку на работающих граждан по содержанию пенсионеров. Пенсионная реформа (поэтапное увеличение пенсионного возраста) позволит только отсрочить проблему на несколько лет. Решить проблему сокращения трудоспособного населения может только рост рождаемости.

Еще одной не менее важной угрозой является уровень доходов населения. Основным источником денежных доходов населения Кемеровской области является заработная плата, которая составляет 61,3% в структуре доходов всего населения. Соответственно, динамика реальных денежных доходов населения Кузбасса находится в непосредственной зависимости от колебаний ее уровня, которые в рассматриваемый период фиксировались следующим образом. Номинальный размер среднемесячной заработной платы в Кузбассе в 2019 году составил 41770 рублей и вырос на 9,9% по сравнению с уровнем 2018 года, в 2020г. 42390, что выше 2019 г. всего на 1,5 %. Для сравнения: в России среднее значение составило в 2020 г. 51083 рубля, прирост на 6,3% . Разрыв между уровнем средней заработной платы в Кузбассе и средним значением по России по итогам 2020 года составил 17,1 % . В 2019 г. в Красноярском крае – 49,9 тыс. рублей, прирост на 9,4%; в Иркутской области –46,4 тыс. рублей, прирост на 8,8%; в Томской области –45,5 тыс. рублей, прирост на

8,6%. По размеру заработной платы Кемеровская область заняла 4-е место в СФО и 26-е в Российской Федерации.

В таблице 2 представлены данные о том, как оценивается труд в разных видах экономической деятельности, из которой наглядно видно, какие отрасли оцениваются выше, а какие ниже средней заработной платы по Кемеровской области (Кузбассу).

Таблица 2 – Среднемесячная начисленная заработная плата по видам экономической деятельности в Кемеровской области за 2018-2020 гг., руб.

| Отрасль | 2018 | 2019 | 2020 | Абсолютное отклонение | | | Темп роста, % | | |
|---|-------|-------|-------|-----------------------|-----------|-----------|---------------|-----------|-----------|
| | | | | 2019/2018 | 2020/2019 | 2020/2018 | 2019/2018 | 2020/2019 | 2020/2018 |
| Всего: | 38023 | 41770 | 42390 | 3747 | 620 | 4367 | 109,8 | 101,4 | 111,4 |
| В том числе по видам деятельности: сельское и лесное хоз-во, охота | 22643 | 26206 | 27656 | 3563 | 1450 | 5013 | 115,7 | 105,5 | 122,1 |
| Добыча полезных ископаемых | 57868 | 61396 | 58635 | 3528 | -2761 | 767 | 106 | 95,5 | 101,3 |
| Обрабатывающие производства | 38146 | 41879 | 43061 | 3733 | 1182 | 4915 | 109,7 | 102,8 | 112,8 |
| Обеспечение электроэнергией, газом, паром; кондиционирование воздуха | 36829 | 38962 | 39381 | 2133 | 419 | 2552 | 105,7 | 101 | 106,9 |
| Строительство | 36603 | 43512 | 42070 | 6909 | -1442 | 5467 | 118,8 | 96,6 | 114,9 |
| Оптовая и розничная торговля; | 30014 | 34096 | 34137 | 4082 | 41 | 4123 | 113,6 | 100,1 | 113,7 |
| Гостиницы и рестораны, предприятия общественного питания | 20009 | 22092 | 21542 | 2083 | -550 | 1553 | 110,4 | 97,5 | 107,6 |
| Транспорт и связь | 38692 | 42419 | 42180 | 3727 | -239 | 3488 | 109,6 | 99,4 | 109 |
| Финансовая и страховая деятельность | 50238 | 54394 | 53366 | 4157 | -1028 | 3128 | 108,2 | 98,1 | 106,2 |
| Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение | 46029 | 50695 | 49881 | 4666 | -814 | 3852 | 110,1 | 98,3 | 108,3 |
| Образование | 29092 | 32169 | 37216 | 3077 | 5047 | 8124 | 110,5 | 115,6 | 127,9 |

Из таблицы следует, что за последние 3 года в Кемеровской области-Кузбассе наблюдается тенденция увеличения среднемесячной начисленной заработной платы по всем видам экономической деятельности. Тем не менее, средняя заработная плата занятых в таких отраслях, как: сельское и

лесное хозяйство, охота; обеспечение электроэнергией, газом, паром; кондиционирование воздуха; строительство; оптовая и розничная торговля; гостиницы и рестораны, предприятия общественного питания и образование, значительно ниже установленного среднего уровня по Кемеровской области и РФ. Подобное различие может привести не только к дифференциации населения по доходам и общественным конфликтам, но и к массовой переквалификации работников, что приведет к дисбалансу рабочей силы на рынке труда.

Таким образом, в настоящее время к основным проблемам обеспечения роста уровня жизни населения Кемеровской области относятся значительное отставание уровня оплаты труда от среднероссийского значения, высокая дифференциация доходов и заработной платы в разрезе видов экономической деятельности и, как следствие, существенная доля населения, находящегося за чертой бедности.

Список литературы

1. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области – Кузбассу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kemerovostat.gks.ru/>.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
3. Закон Кемеровской области – Кузбасса «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// publication.pravo.gov.ru/ Document/View/4200202012290012](http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4200202012290012).

Рознина Нина Владимировна, к.э.н., доцент
Карпова Мария Валентинов, к.с.-х.н., доцент
Овчинникова Юлия Ивановна, к.э.н., доцент
(Курганская ГСХА им. Т.С. Мальцева, г. Курган)
Соколова Евгения Сергеевна, к.э.н., доцент
(ТВВИКУ, г. Тюмень)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Конкурентоспособность является ключом к рыночному успеху коммерческой организации, а решение проблемы конкурентоспособности – одна из сложнейших задач в её деятельности, которая требует целенаправленной и согласованной работы всех подразделений [6].

Объектом исследования послужил фитнес-клуб «Платинум», расположенный по адресу г. Курган, пр. Конституции, 31А. Фитнес-клуб Platinum – это новый, современный фитнес-клуб, с мощным оснащением необходимого оборудования и тренерского состава.

Для оценки конкурентоспособности Фитнес-клуб «Платинум» воспользуемся комбинированным методом, предложенным И. Максимовой [1, 7].

Фактические значения показателей для оценки конкурентоспособности фитнес-клуба отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели деятельности организации

| Наименование показателя | Значение | | |
|---|----------|---------|---------|
| | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. |
| Показатели, характеризующие эффективность производственной деятельности | | | |
| Издержки производства на единицу продукции, р. (И) | 0,92 | 0,99 | 0,95 |
| Фондоотдача, тыс. р. (Ф) | 1,57 | 1,49 | 1,27 |
| Рентабельность товара, %. (РТ) | 0,07 | -0,004 | 0,03 |
| Производительность труда, млн.р./ чел. (П) | 1143,25 | 1346,88 | 1495,55 |
| Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия | | | |
| Коэффициент автономии (К _А) | 0,41 | 0,35 | 0,33 |
| Коэффициент платёжеспособности (К _П) | 0,70 | 0,53 | 0,49 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности (К _Л) | 0,005 | 0,04 | 0,02 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (К _О) | 7,22 | 12,80 | 21,71 |
| Показатели, характеризующие эффективность продаж продукции | | | |
| Рентабельность продаж, % (РП) | 0,04 | 0,02 | 0,02 |
| Коэффициент затоваренности готовой продукцией (К _З) | 6,22 | 7,22 | 7,89 |
| Коэффициент загрузки производственных мощностей, млн.р./ м ² (К _М) | 0,36 | 0,41 | 0,44 |
| Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта (К _Р) | 0,04 | 0,02 | 0,02 |
| Показатели, характеризующие конкурентоспособность товара | | | |
| Качество товара (К) | 10 | 10 | 10 |
| Цена товара (Ц) | 8,91 | 8,54 | 8,2 |

Расчёт интегрального коэффициента конкурентоспособности организации по методике И. Максимовой проведён в таблице 2.

Таблица 2 – Расчёт интегрального коэффициента конкурентоспособности организации

| Показатель | Формула | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. |
|--|---|---------|---------|---------|
| Критерий эффективности производственной деятельности (Эп) | $Эп = 0,31И + 0,19Ф + 0,40РТ + 0,10П$ | 114,94 | 135,28 | 150,10 |
| Критерий финансового положения предприятия (Фп) | $Фп = 0,29КА + 0,20КП + 0,36КЛ + 0,15КО$ | 0,41 | 0,37 | 0,35 |
| Критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара (Эс) | $Эс = 0,37РП + 0,29КЗ + 0,21КМ + 0,14КР$ | 1,39 | 1,58 | 1,73 |
| Критерий конкурентоспособности товара (Кт) | $Кт = К/Ц$ | 1,12 | 1,17 | 1,22 |
| Коэффициент конкурентоспособности (КП) | $КП_{кп} = 0,15Эп + 0,29Фп + 0,23Эс + 0,33Кт$ | 18,05 | 21,15 | 23,42 |

За анализируемый период в организации отмечена динамика роста общего коэффициента конкурентоспособности, что составило в 2020 г.

23,41. Данное увеличение вызвано ростом критерия эффективности производственной деятельности на 35,17 показателей оценки производственно-сбытовой деятельности организации. Подводя итог, не обходимо отметить, что объёмы и эффективность производственно-сбытовой деятельности организации повышаются.

С помощью SWOT-анализ проанализируем слабые и сильные стороны фитнес-клуба [2, 5], а также возможности и угрозы (таблица 3).

Таблица 3 – SWOT-анализ

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|--|
| S1- сильный бренд в фитнес - индустрии Курганской области | W1- дорогостоящее содержание клуба |
| S2 - высококвалифицированные работники | W2 - малочисленная база клиентов |
| S3 - отличное качество спортивного инвентаря | W3 - снижение спроса на индивидуальные программы |
| S4 - программа тренировок, соответствующая стандартом | W4 - низкая потребительская активность (заинтересованность) |
| S5- большую часть потребителей составляют постоянные клиенты | W5 - неблагоприятные законодательные условия для малого бизнеса; |
| | W6 - ориентация многих потребителей на цену, а не на качество. |
| Возможности | Угрозы |
| O1 - развитие собственной клиентской базы | T1- низкие доходы потребителей |
| O2 - выход на новый сегмент рынка | T2- усиление конкуренции на рынке |
| O3 - разработка эффективной стратегии продвижения | T3 - появление новых требований сертификатов инструкторов |
| O4 - внедрение системы обучения фитнес - персонала | T4 - трудности прогнозирования макроэкономической ситуации |
| O5 - внедрение новых направлений (доставка правильного питания, детский фитнес) | |

На основании полученных данных составим матрицу SWOT (таблица 4).

Таблица 4 – Матрица SWOT

| | Возможности | Угрозы |
|------------------------|--|---|
| Сильные стороны | S2O1 - повышение известности бренда способствует формированию клиентской базы; S3O4 - ослабление позиций конкурентов за счет обновления тренажеров; S5O4 - внедрение новых направлений позволит расширить клиентскую базу | S4T3- для соответствия мировым стандартам работники готовы к переменам требований сертификатов |
| Слабые стороны | W4O3 - развитие собственной клиентской базы за счет внедрения системы лояльности клиентов, развитие бренда; W1O4 - внедрение системы обучения персонала будет способствовать снижению затрат; W4O5 - развитие детского фитнеса будет способствовать повышению потребительской активности | W1T4 - негативные макроэкономические тенденции могут иметь длительный характер и повлечь за собой банкротство W3T2 - развитие базы постоянных клиентов при усилении конкуренции снизит рентабельность фитнес-центра ввиду необходимости применения системы скидок и бонусов как основное средство привлечения потенциальных клиентов |

Фитнес-клуб Платинум имеет сильные стороны и обладает возможностями для успешного развития на рынке спортивно-оздоровительных услуг г. Кургана.

Особое внимание при анализе внешней среды следует обратить на анализ конкурентов [3-4, 8]. В г. Кургане достаточно много фитнес-центров и клубов, которые предлагают разные виды услуг по разным ценам. Для того чтобы выявить основные конкурентоспособные стороны фитнес-центра «Платинум» необходимо провести сравнительную характеристику. В приведенной ниже таблице оценены фитнес-центры, которые по своему месторасположению являются главными конкурентами для «Платинум». Оценка произведена по 10-тибалльной шкале.

Основными конкурентами фитнес-клуба Платинум являются фитнес-клуб «Грация», фитнес-центр «Roksana», фитнес-центр «Престиж» и другие (таблица 5).

Таблица 5 – Сравнительный анализ факторов конкурентоспособности фитнес-центров

| Факторы конкурентоспособности | «Платинум» проспект Конституции 31 А | «Грация» ул. Куйбышева, д.14 | «Престиж» проспект Машиностроителей, 17 |
|-------------------------------|--|------------------------------------|--|
| Месторасположение | 6 | 9 | 5 |
| Сегмент рынка | 5 | 7 | 6 |
| Квалификация тренеров | 9 | 8 | 7 |
| Дополнительные услуги | 8 | 8 | 8 |
| Ассортимент услуг | 7 | 6 | 6 |
| Цена годового абонемента | 7 | 7 | 7 |
| График работы | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 51 | 54 | 48 |

Конкуренты занимают очень близкие позиции, поэтому при некоторых эффективных мерах фитнес-клуб «Платинум» создаст достойную конкуренцию фитнес-клубу «Грация» и «Престиж». Рассматриваемые фитнес-клубы имеют достаточно удобное расположение.

Квалификация тренеров в рассматриваемых фитнес-клубах имеет высокий уровень. Преимущество имеет фитнес-клуб «Платинум». В первую очередь, это связано с тем, что данный клуб проводит систематические семинары по повышению квалификации для тренерского состава. Соответственно, можно справедливо предположить, что знания и опыт профессионалов «Грация» выше, чем в сравниваемых организациях.

Ассортимент предоставляемых услуг фитнес-клубов примерно одинаковый. Каждый из рассматриваемых фитнес-клубов достойно оснащен и оборудован, залы фитнес-клубов соответствуют самым взыскательным требованиям, тренажеры представлены передовыми марками. Разброс цен на оказываемые услуги невелик, поэтому каждый из фитнес-клубов получает равные баллы. График работы фитнес-клубов одинаковый. По этой причине, каждый с клубов получает одинаковый балл в сравнительной таблице.

Экономический эффект от мероприятий по повышению конкурентоспособности фитнес-клуба отражён в таблице 6.

Таблица 6 – Мероприятия по повышению конкурентоспособности фитнес-клуба, тыс.р.

| Наименование | Доход | Расходы | Прибыль |
|----------------------------------|--------|---------|---------|
| Повышение квалификации персонала | - | 180 | -180 |
| Расширение ассортимента услуг. | 1105 | 987,8 | 117,2 |
| Разработка рекламной продукции | 1944,2 | 7,4 | 1936,82 |
| Итого | 3049,2 | 1175,2 | 1874,02 |

Реализация предложенных мероприятий позволит увеличить прибыль организации на 1874,02 тыс. р., что свидетельствует о повышении конкурентоспособности организации и улучшению её стратегии.

Список литературы

1. Багрецов Н.Д. Оценка конкурентоспособности организации индикаторным методом / Н.Д. Багрецов, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Островские чтения, 2018. – № 1. – С. 47-54.
2. Карпова М.В. Внешняя среда организации и конкурентоспособность / М.В. Карпова, Н.В. Рознина, Н.Д. Багрецов // Конкурентоспособность субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути их решения: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Н.В. Мальцева (03 апреля 2019 г.). – Екатеринбург: Изд-во Уральский государственный горный университет, 2019. – С. 117-123.
3. Овчинникова Ю.И. Оценка конкурентоспособности с помощью показателей инвестиционной привлекательности / Ю.И. Овчинникова, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Островские чтения, 2018. – № 1. – С. 93-101.
4. Рознина Н.В. Оценка конкурентоспособности ООО «Союз» с помощью показателей инвестиционной привлекательности, на основе системы мониторинга Банка России / Н.В. Рознина, М.В. Карпова, Н.Д. Багрецов // Островские чтения, 2016. – № 1. – С. 403-414.
5. Рознина Н.В. Оценка конкурентной стратегии организации лесной отрасли / Н.В. Рознина, М.В. Карпова, Е.С. Соколова // Развитие отраслей апк на основе формирования эффективного механизма хозяйствования. Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию ФГБОУ ВО Вятская ГСХА и 55-летию экономического факультета (27 октября 2020 года). – Киров: Изд-во Вятская государственная сельскохозяйственная академия, 2020. – С. 433-436.
6. Соколова Е.С. Оценка конкурентной стратегии организации лесной отрасли / Е.С. Соколова, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Современные достижения аграрной науки. научные труды всероссийской (национальной) научно-практической конференции, посвященной 80 летию д.с.-х.н., профессора, член-корр. РАН, почетного члена АН РТ,

академика АИ РТ, трижды Лауреата Государственных и Правительственной премии в области науки и техники, Заслуженного деятеля науки РФ, Заслуженного работника сельского хозяйства РТ Мазитова Назиба Каюмовича. Казанский государственный аграрный университет. Казань (02 ноября 2020 г.), Казань: Изд-во Казанский государственный аграрный университет (Казань), 2020. – С. 685-691.

7. Рознина Н.В. Оценка конкурентоспособности организации комбинированным методом / Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Островские чтения, 2018. – № 1. – С. 118-122.

8. Рознина Н.В. Сравнительный анализ финансовой устойчивости организации с конкурентами / Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием. Под общей редакцией С.Ф. Сухановой (14 марта 2019 г.). – Лесниково: Изд-во Курганская ГСХА, 2019. – С. 226-231.

Рознина Нина Владимировна – к.э.н., доцент
(КГСХА им. Т.С. Мальцева, г. Курган)
Соколова Евгения Сергеевна – к.э.н., доцент
(ТВВИКУ, г. Тюмень)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ

Оценка конкурентоспособности в современном мире экономики выступает в роли важнейшего компонента оценки эффективности хозяйствующих субъектов. С практической точки зрения конкурентоспособность является стимулом разработки новых стратегических подходов в организации производства и управления.

В статье проведена оценка конкурентоспособности ООО «Компания «Метрополис», являющейся крупной сетью супермаркетов. Методы, при помощи которых производилась оценка, отражены на рисунке 1.

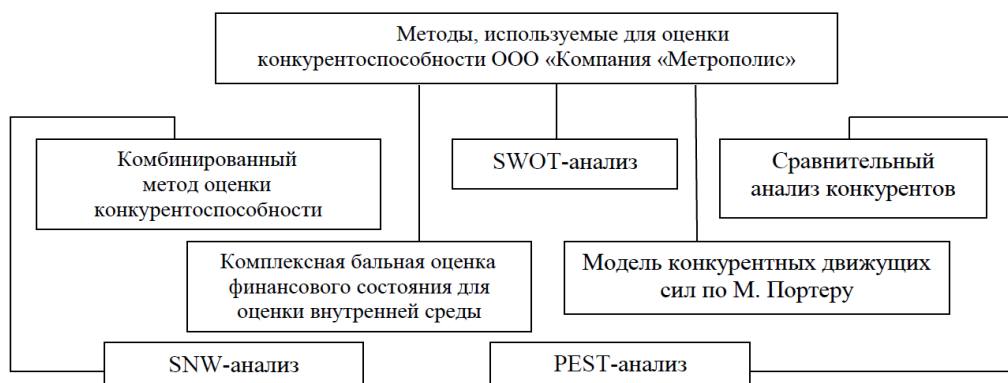


Рисунок 1 – Методы, используемые для оценки конкурентоспособности ООО «Компания «Метрополис»

Проведенный метод SWOT-анализа показал, что сократить угрозы ООО «Компания «Метрополис» возможно с помощью разработки подходящей стратегии. Искоренить текучесть кадров можно посредством внедрения системы мотивации и улучшения условий труда.

Препятствием для реализации имеющихся возможностей ООО «Компания «Метрополис» могут быть слабые стороны: появление новых конкурентов; низкий уровень обслуживания; меняющаяся политика государства может привести к выходу из отрасли; непродуманная рекламная деятельность не удержит покупателей при изменении их вкусов.

После проведения SWOT-анализа для более тщательной оценки внутренней среды был проведён усовершенствованный SNW-анализ, результаты которого представлены в таблице 1 (S, N и W, соответственно, сильные, нейтральные и слабые стороны). SNW-анализ – это анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации. Как показала практика, в ситуации стратегического анализа внутренней среды организации в качестве нейтральной позиции лучше всего фиксировать среднерыночное состояние для данной ситуации [1].

Таблица 1 – SNW-анализ

| Факторы | S | N | W | Комментарии |
|-------------------------------------|---|---|---|--|
| Стратегия | | | | |
| Система планирования | | + | | Система планирования средняя |
| Стратегия развития | | + | | Стратегия определена, но не чётко |
| Кадры | | | | |
| Система обучения | | + | | Обучение персонала проводится, но не регулярно |
| Системы мотивации | | | + | Низкая мотивация |
| Текучесть кадров | | + | | Текучесть кадров ниже, чем у конкурентов |
| Квалификация персонала | | + | | Средняя квалификация специалистов |
| Численность персонала | + | | | Недостатков в рабочих кадрах нет |
| Корпоративная культура | | | + | Низкая корпоративная культура |
| Маркетинг | | | | |
| Система маркетинга | + | | | Регулярно проводятся акции, скидки |
| Ассортимент продукции | + | | | Широкий ассортимент реализуемой продукции, |
| Поставщики | + | | | Большое количество поставщиков |
| Имидж организации | + | | | Репутация на рынке высокая |
| Ценовая политика | | + | | Цены средние |
| Объём продаж | + | | | Большой объём реализации товаров |
| Территория расположения | + | | | Удобное расположение организации с большой проходимостью |
| Производство | | | | |
| Производственные площади | | | | |
| Объём реализации | + | | | Магазин имеет достаточные производственные площади и складские помещения |
| Качество продукции, услуг | | + | | На уровне конкурентов |
| Техническая оснащённость | + | | | Хорошая техническая оснащённость |
| Финансы | | | | |
| Финансовая устойчивость предприятия | | + | | Устойчивое финансовое положение организации |
| Заработная плата | | + | | Средняя заработная плата по региону |
| Логистика | | | | |
| Сроки выполнения заказов | + | | | Поставка товаров доставляется точно в срок |
| Зависимость от поставок | | | + | Высокая зависимость от поставщиков |

Проведённый анализ свидетельствует о том, что в компании преобладает сильный фактор, однако присутствуют нейтральные стороны и слабые стороны, которые необходимо нейтрализовать для повышения уровня конкурентоспособности организации.

Следующим этапом оценки конкурентоспособности была применена модель конкурентных движущих сил по М. Портеру, согласно которой возможности по достижению конкурентного преимущества определяются на основе конкурентных сил (рисунок 2).

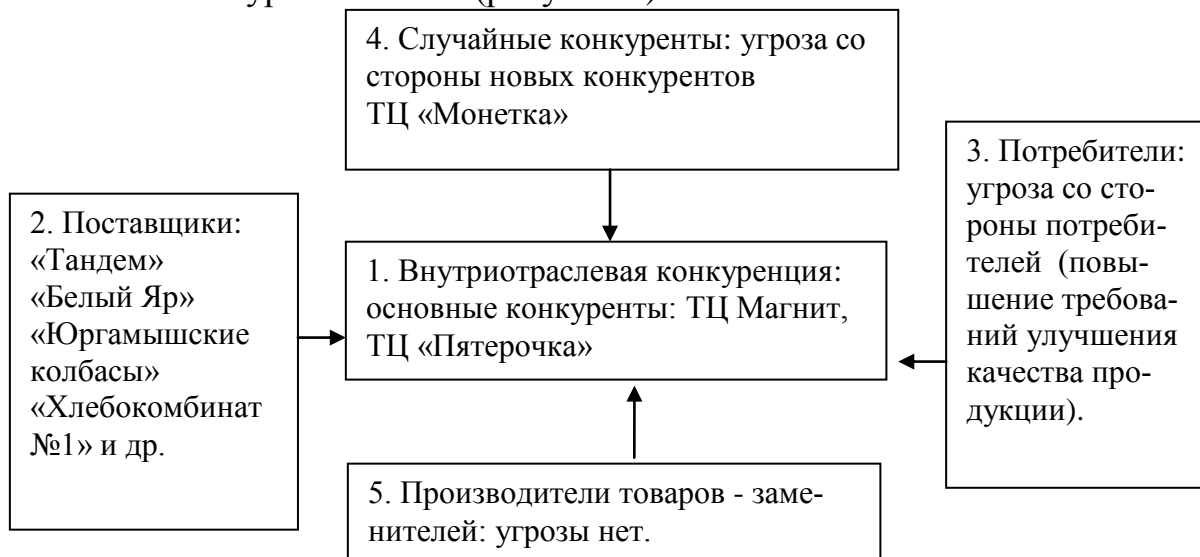


Рисунок 2 – Модель конкурентных движущих сил по М. Портеру

Далее был проведён сравнительный анализ конкурентов, на основании которого можно сделать вывод, что ООО «Компания «Метрополис» занимает первое место среди конкурентов. Однако уступает по таким позициям как активность рекламы и использование интернета как комплексного средства сбыта продукции.

На завершающем этапе исследования конкурентоспособности магазина был использован метод SPACE, который предполагает оценку хозяйствующего субъекта в соответствии с группами факторов: финансовое положение; конкурентное преимущество; стабильность среды; привлекательность рынка [2].

По данным проведённого исследования конкурентного преимущества был построен график, который характеризует конкурентную позицию ООО «Компания «Метрополис» (рисунок 3).

На каждой из осей соответственно откладываются средние значения рассчитанных показателей, и строится четырехугольник, характеризующий конкурентную позицию ООО «Компания «Метрополис» позиционируется в правой части графика, причем почти симметрично в правых квадрантах. Данное положение характеризуется привлекательностью рынка, устойчивым финансовым положением организации, которое ограничено нестабильной внешней средой. Положение в верхнем правом квадранте говорит об агрессивной конкурентной позиции ООО «Компания «Метрополис» на

рынке сбыта продукции, что влечет за собой потенциальную способность противостоять конкурентам.

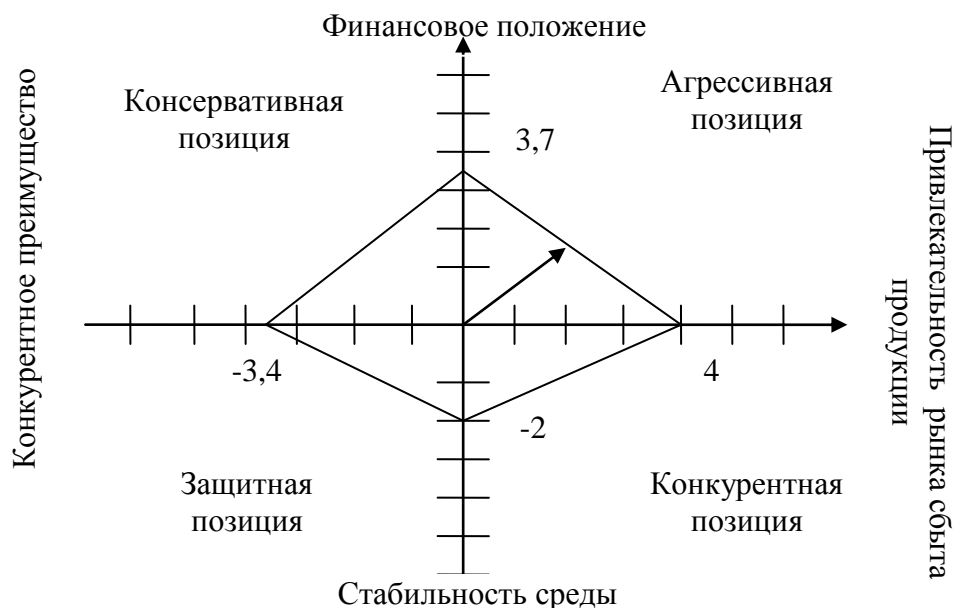


Рисунок 3 – Конкурентная позиция

Последующим этапом, для оценки внешней среды организации, был проведен PEST-анализ, результаты которого отражены в таблице 4.

Таблица 2 – PEST-анализ внешней среды

| Группа факторов | Фактор | Влияние на организацию |
|-----------------|--|---|
| Политические | Изменение профильного законодательства | Возможны ограничения в сфере продаж, введение лицензирования, экостандартов и пр., что ведет к росту издержек |
| | Геополитическая ситуация | Запрет на импорт из некоторых стран снизил широту ассортимента компании, т.к. компания еще не полностью перешла на продажи продукции из сырья российских производителей |
| Социокультурные | Мода | Быстрая смена модных тенденций (цвет, материал и пр.) может привести к созданию запасов нераспроданного товара |
| | Традиции | Рост националистических (патриотических) настроений приводит к спросу на «исконно русские» модели товаров |
| Экономические | Рост курса иностранных валют | Возможен рост цен на импортные товары или изготовленные из импортного сырья |
| | Снижение платежеспособности населения | Рост спроса на отечественные товары, т.к., обычно, стоимость их ниже импортных |
| | Рост налогов и инфляции | Снижение спроса на реализуемую продукцию |
| Технологические | Развитие технологии производства | Рост конкуренции, потеря части рынка, если компания не будет успевать внедрять технологии |

На основании проведенного PEST-анализа можно отметить, что основные факторы внешней среды способствуют развитию розничной тор-

говли. Наибольшую угрозу для компании представляют такие факторы как: инфляция, рост налогов, изменение профильного законодательства, снижение платежеспособности населения и др. Каждый из них может представлять либо угрозу, либо новую возможность для организации.

Таблица 3 – Ключевые факторы успеха компании

| Вид бизнеса | Анализ спроса | Факторы выживания в условиях конкуренции | Ключевые факторы успеха |
|-------------------|---|--|---|
| Продажа продукции | Высокий уровень обслуживания; приемлемая цена; выбор продукции; высокая скорость обслуживания; гарантии качества продукции; индивидуальный подход к каждому клиенту; конфиденциальность; информационная поддержка | Цена; ассортимент; известность бренда; соотношение цена-качество | Цена-качество; индивидуализация услуг под клиента; раскрутка бренда (продвижение и инвестиция в рост) |

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что основные конкурентные преимущества ООО «Компания «Метрополис» заключаются в следующем: стабильные долгосрочные отношения с поставщиками (в силу больших объемов продаж, обеспечиваемых за счет крупной сети розничной торговли в России); безусловная узнаваемость марки; широкая розничная сеть и квалифицированный персонал, что способствует освоению новых сегментов бизнеса; наличие собственного производства отдельных видов продукции.

Список литературы

1. Овчинникова Ю.И. Оценка конкурентоспособности с помощью показателей инвестиционной привлекательности / Ю.И. Овчинникова, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Островские чтения, 2018. – № 1. – С. 93-101.
2. Рознина Н.В. Оценка конкурентной стратегии организации лесной отрасли / Н.В. Рознина, М.В. Карпова, Е.С. Соколова // Развитие отраслей АПК на основе формирования эффективного механизма хозяйствования. Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. – Киров: Изд-во Вятская государственная сельскохозяйственная академия, 2020. – С. 433-436.

Салихов Антон Владимирович, студент гр. ЭБ-181
(КемГУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

В нынешней экономике одним из элементов, обеспечивающим поступательное формирование рыночных взаимоотношений, считается конкуренция.

Общее понятие недобросовестной конкуренции определено Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Под ней понимается «любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам- конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации» [1].

Одной из самых главных целей недобросовестной конкуренции является противоправная инициатива остановить конкурента любым способом, тем самым не дать ему получить какое-либо преимущество. Добиться такого результата можно с помощью применения некоторых способов (рисунок 1).

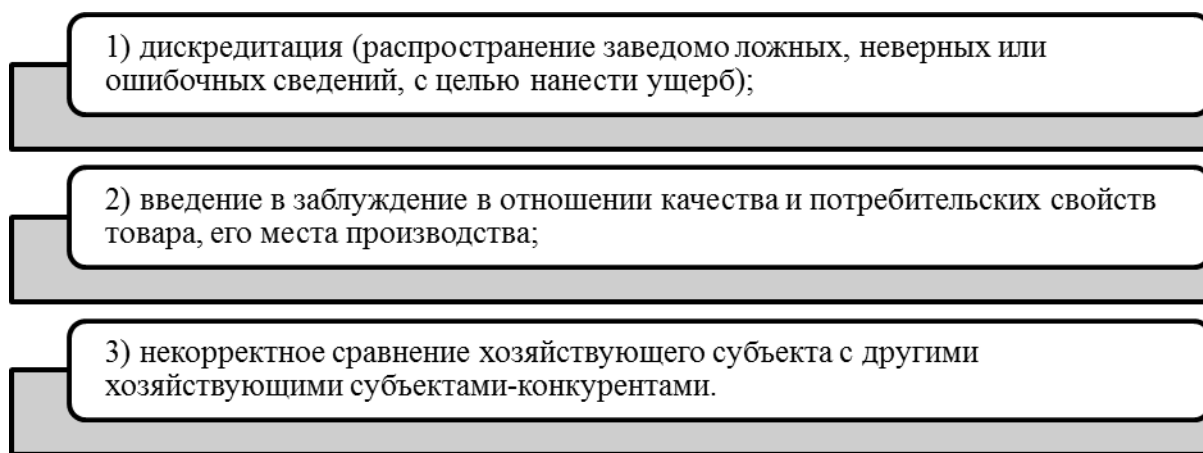


Рисунок 1 – Способы недобросовестной конкуренции

Стоит отметить, что не каждое несоответствие законодательству Российской Федерации, которое можно обнаружить в действиях хозяйствующего субъекта, можно рассматривать в качестве недобросовестной конкуренции, а именно такое, которое исключительно ориентированное на извлечение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности с одновременным причинением убытков другим хозяйствующим субъектам или региону, тем самым создавая угрозы экономической безопасности субъекта. К таким угрозам можно отнести:

- нарушение функционирования производственного сектора экономики;
- потеря позиций на внутрирегиональных, межрегиональных рынках;
- криминализация общественных отношений в экономической деятельности;
- снижение инвестиционной и инновационной активности в регионе и др.

В связи с этим следует отметить, что влияние недобросовестной конкуренции оказывает негативное воздействие на экономическую безопас-

ность региона и приводит к серьёзным последствиям. Поэтому очень важно своевременное и качественное проведение мероприятий по пресечению правонарушений, связанных с ведением недобросовестной конкуренции. Ведь именно эффективная политика государства по регулированию деятельности между хозяйствующими субъектами может стать важнейшим фактором экономического развития региона.

В сегодняшнее время недобросовестная конкуренция представляет собой одну из самых опасных угроз для экономической безопасности региона. Она как экономико-правовое явление способна ограничивать жизненно-важные интересы как личности, так общества и региона в целом. В связи с этим требуется разработка мер, направленных на противодействие и пресечения преступлений, связанных с недобросовестной конкуренцией.

«Для устранения недобросовестной конкуренции необходимо в законодательстве предусматривать меры по её предупреждению и пресечению. Для этого Федеральной антимонопольной службе России предоставлена возможность выдавать предупреждения и предостережения хозяйствующим субъектам» [2].

Так за 2018 год в Кемеровской области в целях пресечения недобросовестной конкуренции антимонопольный орган выдал 10 предупреждений в письменной форме, в 2019 году – 7 предупреждений [3].

В случае, если все же предупреждение, вынесенное антимонопольным органом, не будет выполнено в срок, установленный законом, ФАС обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства. За 2018 и 2019 год в Кемеровской области было возбуждено по 2 дела за год.

Так как законодательно расширился институт предупреждения, субъекты регионального рынка получили следующие дополнительные возможности:

- 1) потенциальные нарушители могут быстро и своевременно устранять нарушения законодательства без наложения штрафов;
- 2) антимонопольные органы возбуждают дела только после отказа исполнять предупреждения;
- 3) в судах произошло резкое сокращение количества рассматриваемых дел;
- 4) потребители могут эффективно и оперативно защитить свои права.

Меры, которые предприняли хозяйствующие субъекты, в свою очередь, направлены на восстановление или защиту своих прав, нарушенных в результате недобросовестного поведения со стороны другого хозяйствующего субъекта, должны быть адекватными характеру совершенного акта недобросовестной конкуренции. Это значит, что воздействие на злоумышленника должно быть оказано в рамках, установленных законом правоохранительных мер.

Мероприятия по пресечению недобросовестной конкуренции имеют особую важность, поскольку они оказывают огромное влияние на различ-

ные рынки экономической системы региона. Для того, чтобы меры, проводимые антимонопольной службой, по противодействию недобросовестной конкуренции были эффективными, необходимо проводить постоянный мониторинг экономической системы с целью выявления угроз экономической безопасности региона.

Подводя итог всему вышесказанному, необходимо отметить, что сегодня законодательная база России в области регулирования недобросовестной конкуренции довольно эффективна и регламентирована. Она создает благоприятный климат для развития равных рыночных и конкурентных взаимоотношений, а также жестко пресекает недобросовестные конкурентные действия. При всем этом, правовые нормы, которые направлены на защиту конкуренции, все еще не являются совершенными и имеют пробелы.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции: [принят Гос. Думой 8 июля 2006г.: одобр. Советом Федерации 14 июля 2006 года] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: КонсультантПлюс : справ.-правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – Доступ из локальной сети Научной библиотеки Кемеровского гос. ун-та.
2. Калашникова В. С. К вопросу о необходимости предупреждения и пресечения недобросовестной конкуренции / В. С. Калашникова // Аллея науки. – 2018. – Т. 2. – № 4 (20). – С. 639-650.
3. Управление Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области: официальный сайт. – Кемерово. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://kemerovo.fas.gov.ru/news/27347> (дата обращения: 06.10.2021). – Текст: электронный.

Самсонова Юлия Евгеньевна, магистрант гр. мЦТФ001
(НГУЭУ, г. Новосибирск)

Научный руководитель – Протас Нина Геннадьевна, к.э.н., доцент
(НГУЭУ, г. Новосибирск)

ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КРАУДФАНДИНГА КАК НОВОЙ ФИНАНСОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В условиях цифровизации экономика подвержена неоиндустриальным преобразованиям, которые требуют колоссальных объемов инвестиций. Появление и активное внедрение искусственного интеллекта в производственные процессы, которое обеспечивает конкурентоспособность малых и средних предприятий на финансовом рынке, предполагает возникновение новых цифровых финансовых инструментов привлечения денежных ресурсов, одним из которых является институт краудфандинга.

По сей день проблема создания благоприятных условий для функционирования и развития малого и среднего бизнеса в России остается дискуссионной. Как показывает практика, инновационная политика государства в настоящее время так и не в состоянии обеспечить необходимый приток частного капитала в финансирование инновационных бизнес-проектов.

Ввиду этого отечественная экономика вынуждена подстраиваться под современные цифровые реалии, в которых изо дня в день появляются различные инновационные институты развития и финансирования бизнес-проектов, к числу которых относится и институт краудфандинга, которые способны решить данный вопрос.

Краудфандинговая индустрия позволяет радикально упростить процесс привлечения инвестиций в инновационные бизнес-проекты малого и среднего бизнеса, и, соответственно, ускорить момент запуска идеи и успешного функционирования бизнеса в будущем.

В силу отсутствия должного нормативно-правового регулирования краудфандинговой индустрии, которое могло бы регламентировать взаимоотношения сторон и отвечать за их безопасность, в России до сих пор присутствует высокий уровень недоверия к данной отрасли привлечения финансирования [4].

С относительно недавних пор рынок цифровых способов привлечения инвестиционных ресурсов в национальной экономике получил законодательное закрепление и регулирование.

С 01.01.2020 г. вступил в силу Закон № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который регулирует отношения по привлечению денежных средств индивидуальными предпринимателями (далее – ИП) или юридическими лицами с использованием крауд-платформ и определяет нормативные правовые основы функционирования операторов крауд-платформ по организации цифровой технологии финансирования инвестиционных бизнес-проектов в России – краудфандинга [1].

Данный Закон стал первым шагом в формировании правовой оболочки краудфандинговой индустрии, однако из-за пандемии коронавируса Закон ослабил и перенес часть требований для краудфандинговых платформ на более поздний срок.

Основная цель принятия Закона – осуществление регулирования отношений, которые возникают при инвестировании и привлечении инвестиций с помощью инвестиционных платформ, определения правовой оболочки деятельности операторов краудфандинговых платформ, регулирования возникновения и обращения утилитарных цифровых прав, предусмотренных нормативным документом, а также выдачи и обращения ценных бумаг, которые удостоверяют утилитарные цифровые права [6].

Полномочиями по осуществлению контроля и надзора за деятельностью операторов крауд-платформ наделен Банк России. Необходимо отметить, что регулятор отказался от использования термина «краудфандинг», несмотря на то, что он присутствовал в названии законопроекта на стадии обсуждения.

Часть 1 ст. 16 Закона говорит о необходимости ведения специализированного реестра операторов инвестиционных платформ. Согласно Закону, лица, осуществляющие деятельность по организации привлечения в бизнес-проекты денежных средств, именуется операторами инвестиционных платформ. Стоит отметить, что ими могут являться исключительно хозяйственные общества, которые созданы в соответствии с отечественным законодательством и включены Центральным банком РФ в реестр операторов инвестиционных платформ, которых по состоянию на 28.05.2021 г. зарегистрировано в количестве тридцать девять [7]. Данное положение Закона уже ставит под сомнение функционирование благотворительных договоров, которые заключаются на краудфандинговых платформах.

Инвестором же может являться как физическое, так и юридическое лицо.

Законом устанавливаются правила и ограничения, в числе которых, например, ИП и юридические лица имеют право привлечь через краудфандинговые площадки не более 1 млрд. руб. в год.

Физические лица, в свою очередь, могут финансировать бизнес-проекты через платформы в совокупности не более 600 тыс. руб. в год [7]. Если учесть принцип свободы договора, то установление ограничений по сумме вложенных одним инвестором в один бизнес-проект денежных средств является неоправданной мерой.

Еще одним существенным недостатком правового регулирования краудфандинговой индустрии является отсутствие объективных критериев оценки и сравнения краудфандинговых платформ, а также единых стандартов осуществления ими своей деятельности. Это препятствует тому, что инвесторы не могут дать объективную оценку потенциальным рискам вложения в бизнес-проекты своих денежных средств, что в конечном итоге неблагоприятно отразится на развитии рынка краудфандинга и национальной экономике в целом.

Поскольку такая цифровая технология как краудфандинг представляет крайне высокую значимость для современной национальной экономики, крайне важно особое внимание уделить правовой оболочке данного механизма привлечения инвестиций.

Таким образом, крайне важно, чтобы законодательное регулирование краудфандинговой индустрии уделяло особое внимание вопросам защиты прав и законных интересов участников инвестиционных отношений, что, по сути, и должно являться главной целью данного Закона. Ввиду этого некоторые положения Закона нуждаются в модернизации.

Комплексное организационно-правовое совершенствование Закона способно решить ряд проблем, связанных с усовершенствованием имеющихся финансовых инструментов с помощью применения новых цифровых технологий, а также приведет к снижению рисков мошенничества в краудфандинговой индустрии и повышению доверия к нему.

Таким образом, краудфандинг является стремительно развивающимся и перспективным направлением, требующим более детального анализа и своевременного внесения корректировок в процесс его функционирования, поскольку имеющаяся законодательная база не позволяет учесть все особенности механизма его функционирования.

Должное правовое обеспечение создаст необходимые условия для последующего развития краудфандинговой индустрии в национальной экономике, позволит повысить экономический эффект от использования отдельных видов краудфандинга, а также усовершенствовать экономические взаимоотношения между субъектами в целом.

Список литературы

1. Федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]: ФЗ от 02.08.2019 № 259-ФЗ. (последняя редакция) – «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330652/#dst0.
2. Полихрониди А.В. Проблемы правового регулирования краудфандинга в России // Вопросы российской юстиции. – 2020. – № 9. – С. 466-472.
3. Салахова Л.А., Королева А.Н. Краудфандинг: некоторые вопросы правового регулирования // XV Королевские чтения: междунар. молодеж. науч. конф., посвящ. 100-летию со дня рождения Д. И. Козлова. – 2019. – Т. 16. – С. 974-975.
4. Соколов И.Н. Проблемы правового регулирования альтернативных форм финансирования инновационных проектов // Инновации. – 2018. – № 1 (231). – С. 110–120.
5. Сухоруков А.В. Отдельные особенности правового регулирования краудфандинга как способа финансирования предпринимательской деятельности // Colloquium-journal. – 2020. – № 7-7. – С.49–51.
6. Закон о законодательном регулировании краудфандинга принят в третьем чтении: (Государственная Дума) [Электронный ресурс] URL: <http://duma.gov.ru/news/45857/>.
7. Операторы инвестиционных платформ: (cbr.ru) [Электронный ресурс] URL: https://www.cbr.ru/finm_infrastructure/oper.

Самсонова Юлия Евгеньевна, магистрант гр. мЦТФ001
Научный руководитель – Протас Нина Геннадьевна, к.э.н., доцент
(НГУЭУ, г. Новосибирск)

КРАУДФАНДИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Развитие сектора малого и среднего бизнеса в современных реалиях является необходимым условием роста национальной экономики. Важная роль субъектов малого и среднего бизнеса определяется их способностью решать проблемы безработицы, стимулирования роста ВВП, внедрения инноваций и пр.

Большинство инновационных бизнес-проектов еще в самом начале развития бизнеса сталкиваются с рядом проблем, к которым можно отнести: значительный недостаток финансовых ресурсов, отсутствие заинтересованных инвесторов, готовых разместить свои временно свободные денежные средства и др. Зачастую, даже бизнес-идеи с неограниченным экономическим потенциалом, востребованным как в национальной экономике, так и за рубежом, оказываются в затруднительном финансовом положении.

Отсутствие необходимого объема финансирования в сектора малого и среднего бизнеса связано с рядом ограничений, например, непрозрачные условия внешнего финансирования, его высокая стоимость, дефицит активов и залогового обеспечения, завышенные требования банков к заемщикам и т.д. Ввиду всего перечисленного, с целью преодоления финансовых трудностей, собственники бизнеса вынуждены искать альтернативные источники привлечения денежных ресурсов [5].

Различные экономические неопределенности, кризисные явления, развитие информационных технологий, повышение деловой активности и изменение институциональной среды национальной экономики в целом привели к расширению форм привлечения финансовых ресурсов для предприятий. К одним из новых альтернативных институтов привлечения в инновационные бизнес-проекты капитала относится механизм краудфандинга, под которым автор предлагает понимать альтернативный цифровой инструмент финансирования, выступающий в качестве источника капитала, предоставляемого широким виртуальным сообществом, которое желает поддержать инновационный бизнес-проект.

Единая, общепринятая классификация краудфандинга в научной среде отсутствует, однако, синтезируя информацию, полученную из научных трудов ученых, можно выделить следующие виды краудфандинга, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Виды краудфандинга и их основные характеристики

| Вид | Форма вноса | Форма отдачи | Мотивация спонсора |
|---|---|---|---|
| 1 Equity Crowdfunding (Краудинвестинг) | Инвестиции | Будущее участие в деятельности компании – получение акций, распределение прибыли и т.д. | Сочетание внутренней, социальной и финансовой выгоды |
| 2 Crowdfunding Lending (Народное кредитование, долговой/заемный краудфандинг) | Займ | Возврат займа с процентами | Сочетание внутренней, социальной и финансовой выгоды |
| 3 Donation Crowdfunding (Бескорыстный краудфандинг/пожертвование) | Безвозмездное пожертвование | Нематериальные блага | Внутренняя и социальная мотивация |
| 4 Reward Crowdfunding/ Reward-based Crowdfunding (Наградной, товарный, бонусный краудфандинг) | Финансирование за вознаграждение, определенный товар или услугу | Материальные и нематериальные блага | Сочетание внутренней, социальной мотивации и желания получить награду |

Рассмотрим более подробно каждый из видов.

1. Equity crowdfunding – привлечение инвестиций в капитал через краудфандинг. Объем привлеченных денежных средств, который можно привлечь через данный вид краудфандинг достаточно ограничен, так как люди еще не привыкли давать деньги в компанию на длительный срок (5-10 лет).

Краудинвестинг позволят непрофессиональным инвесторам, со средними или минимальными чеками поддержать бизнес-проект, зайти в долю компанию с минимальными суммами.

Как правило, зарубежные крауд-платформы такому виду краудфандинга позволяют получить охват в десятки тысяч людей, что дает возможность набрать нужную сумму за относительно краткие сроки.

Для малых и средних инновационных предприятий, которые нуждаются в небольших суммах инвестиций для запуска нового бизнес-проекта или расширения уже имеющегося бизнеса, механизм акционерного краудфандинга является наиболее подходящим. Это связано, в первую очередь, с тем, что подобные проекты начинающих инновационных компаний не очень интересны венчурным фондам, однако они могут быть

привлекательны для непрофессиональных инвесторов (виртуального сообщества пользователей), которые располагают незначительными финансовыми суммами.

2. **Crowdfunding Lending.** Такой вид краудфандинга представлен крауд-платформой, на которые приходят компании, нуждающиеся в долговом капитале, например, для закрытия кассового разрыва, для покупки оборудования для производства продукции и т.д. Автор в данном случае не продает что-то конкретное, а получает денежные средства на определенное время и платит за пользование ими проценты. К такому типу краудфандинга прибегают тогда, когда автор не может по каким-либо причинам взять ссуду в банке или в микрофинансовых организациях (например, потому что банк отказывает, или необоснованно высокие процентные ставки).

Данный вид краудфандинга представляет интерес и для частных инвесторов (доноров). Так как сейчас средние ставки по депозитам всего 4-4,5%, что, в сравнении с последними пятью годами, считается крайне низким уровнем, частные инвесторы предпочитают одолжить свои сбережения в долг компаниям малого и среднего бизнеса. Хотя субъекты МСБ с точки зрения инвестирования являются более рискованными, чем депозиты в банке, но на них можно заработать существенно выше, а именно 20-30% годовых.

3. **Donation Crowdfunding** – это просто передача денежных средств, не подразумевающая получение донором чего-то взамен.

4. **Reward Crowdfunding/ Reward-based Crowdfunding** – донор дает автору бизнес-проекта денежные средства и что-то получает взамен, это некоторая «покупка продукта или услуги с отсрочкой». Это не кредит под проценты, это не доля в компании, донор является в данном случае дебитором, условно – после вложения средств тебе должны поставить товар.

Это самый популярный вид краудфандинга, именно о нем и знает большинство людей. Примером такого вида краудфандинга на отечественном рынке являются крауд-платформы Planeta.ru, Boomstarter. По сути эти платформы – это маркетплейсы, которые генерируют спрос и предложение. Предложение – в виде компаний, которым предоставляется понятный и удобный сервис, на котором они в структурированном формате представляют свою идею, могут рассказать интернет-сообществу о своём продукте, выложить видео, описание идеи и т.д. И спрос – в виде пользователей, которые, преследую различные цели, хотят приобщиться к бизнес-проекту, стать его частью, или получить памятный сувенир и т.д. Все ограничено лишь фантазией фаундеров, их креативностью – это может быть ужин с автором, пожизненная подписка на что-либо и т.д.

Таким образом, можно сделать вывод, что краудфандинг – это глобальная вещь, поэтому он может принимать различные формы. Ввиду этого существует немалое количество его разновидностей в зависимости от

разных признаков. Вероятнее всего в будущем, с развитием краудфандинговой индустрии появятся новые классификации, модели.

На 01.01.2020 г. глобальный рынок краудфандинга был оценен в 13,9 млрд. долл. США, к концу 2026 г. прогнозируется его увеличение до 39, 8 млрд долл. США [5].

По оценкам Всемирного банка ООН, годовой объем краудинвестиций в развивающихся странах к 2025 году достигнет 95 млрд. долл. США [3].

Уровень развития краудфандинга в России пока недостаточно высокий, цифры относительно невелики. Так, общий объем заключенных в России сделок с использованием инвестиционных платформ на 01.01.2019 г. составил 11 млрд. руб. (172 млн. долл. США). Более 90 % таких сделок пришлось именно на краудлендинг. На 01.01.2020 г. объем рынка краудфандинга составил 7,1 млрд. руб. (110 млн. долл. США), сократившись на 53 % по сравнению с предыдущим годом. В мировом объеме доля российского рынка краудфандинга на начало 2020 г. составила 0,8 %.

Наиболее популярными краудфандинговыми платформами в России являются BoomStarter и Planeta.ru, на первой, суммарно на 01.03.2021 г., собрано 452,9 млн. руб. (2 173 успешных проектов), на второй – 1 422,2 млн. руб. (6 338 успешных проектов).

По данным немецкой аналитической платформы Statista, объем российского рынка краудинвестирования к 2022 году вырастет до 113 млн. долларов США [3].

Использование краудфандинга в настоящее время вызывает крайне большой интерес у бизнес-сообщества, так как краудфандинг дает возможность начинающим компаниям удобный, а зачастую и единственный, инструмент привлечения денежных ресурсов для запуска своей бизнес-идеи или расширения имеющегося бизнеса. Необходимость исследования особенностей функционирования института краудфандинга, его дальнейшего развития, изучения российской практики деятельности краудфандинговых платформ, возможных рисков при привлечении денежных ресурсов стартапами для реализации своих инновационных бизнес-проектов, анализ концепций его регулирования и попыток законодательного оформления определяет методическую актуальность данной темы исследования.

Механизм функционирования краудфандинговой индустрии прост, но крайне эффективен. Использование специализированных краудфандинговых платформ способствует привлечению в бизнес-проект финансовых ресурсов еще на ранних стадиях жизненного цикла стартапа напрямую, без посредников, что предопределяет развитие процесса дезинтермедиации в национальной экономике, что, в свою очередь, способно привести к росту мобильности капитала.

Таким образом, краудфандинг является новой цифровой технологией финансирования инновационных бизнес-проектов в России, стремительно

развивающимся и перспективным направлением, требующим более детального анализа с целью его популяризации и совершенствования.

Список литературы

1. Голикова А. Ключевые аспекты функционирования краудфандинга // Банковский вестник. – 2019. – С. 33-43.
2. Игошина К. Е. Краудфандинг как инновационный инструмент финансирования проектов // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. – 2017. – Т. 4. – № 2. – С. 123-131.
3. Исаков Д.В. Краудфинансирование – альтернативный цифровой способ инвестирования (Crowdfunding – an alternative digital way to invest) // Экономический научный журнал «Оценка инвестиций». – 2020.
4. Павлова Ю.В. Краудфандинг как новый финансовый инструмент инвестирования малого и среднего бизнеса и самозанятого населения // Вестник Российского университета кооперации. – 2017. – № 2 (28). – С. 60–65.
5. Эзрох Ю. С. О развитии квазибанковского института краудлендинга в России: экономические проблемы и пути их решения // Банковское дело. – 2020. – № 7. – С. 50-56.
6. Материалы Банка России, Доклад для общественных консультаций: «Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг». – август 2020. [Электронный ресурс] URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/112055/Consultation_Paper_20081.pdf.

Сёмин Захар Ильич, магистрант гр. СУмоз-211

Научный руководитель – Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕРМИНАЛОВ САМООБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АЗС

Актуальность работы заключается в том, что размещение терминалов самообслуживания на АЗС ООО «ЛУКОЙЛ» позволяет обслуживать клиентов АЗС в круглосуточном режиме для оплаты топлива наличными и безналичным способом с помощью самообслуживания. Кроме того, можно получить дополнительный доход от продажи рекламного времени клиентам и партнерам.

Для проведения данного вида работ установлено: система управления и система оплаты топлива. Терминал имеет следующее оборудование:

– Сенсорный экран с защитным стеклом. Позволяет выполнять команды управления и оплаты даже в кожаных перчатках.

– Банкнотный приемник с кассетой в дополнительном сейфе для приема и хранения 1500 банкнот.

– Контактная клавиатура и картридер совместимый со стандартами PCI, DSS.

– Видеокамера.

Терминал предназначен для использования на открытом воздухе в диапазоне температур от + 40 ° С до -35 ° С. При креплении терминала к островку АЗС несанкционированный демонтаж невозможен. Интерфейс терминала представляет интерактивный метод проведения платежных операций. Прямая подача от 2 до 4 видов топлива в бензобак автомобиля происходит через топливный насос (ТПК). Затем давайте посмотрим на планирование мероприятий, которое позволит вам увидеть утвержденный руководством план проекта, который послужит основой для реализации.

Цель календарного плана: иметь точный и полный график проекта с учетом работы, ее продолжительности и необходимого ресурсного обеспечения [1, 8].

Календарное планирование включает в себя:

– Определение последовательности работ;

– Планирование сроков, рабочего времени и логических связей между работами;

– Определение потребностей в ресурсах и подготовка ресурсного плана проекта;

– Расчет финансовых и временных затрат на проект [5, 7].

Календарный план проекта представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Календарный план

| Этапы | Календарный план | Дата | | Длительность дней |
|--|--------------------------------------|--------------|-----------------|-------------------|
| | | Начало этапа | Окончание этапа | |
| Подготовительный этап | Утверждение проекта | 01.10.2021 | 07.10.2021 | 6 |
| | Поиск и выбор поставщиков | 07.10.2021 | 11.10.2021 | 4 |
| | Переговоры с поставщиками терминалов | 09.10.2021 | 11.10.2021 | 2 |
| | Покупка терминалов | 12.10.2021 | 13.10.2021 | 1 |
| | Монтаж и обучение | 14.10.2021 | 20.10.2021 | 6 |
| Эксплуатационный этап | Запуск проекта | 20.10.2021 | | |
| Итого длительность подготовительного этапа | | | | 19 |

На следующем этапе планирования финансовые потребности проекта определяются и рассчитываются на каждом этапе [3].

Поставщиком необходимого оборудования для проекта выступит ООО «МЗТА».

Далее рассчитываем стоимость установки терминалов самообслуживания по таблице 2.

Таблица 2 – Календарный план

| Наименование | Кол-во (шт) | Стоимость (руб) | Поставщик |
|---|-------------|-----------------|------------|
| Единовременные затраты | | | |
| Терминал самообслуживания INIT EXPR POST | 2 | 350 000 | ООО «МЗТА» |
| Программное обеспечение «INIT+ TERMINAL» | 1 | 60 000 | ООО «МЗТА» |
| Программный модуль «INIT+ PETROL+» | 1 | 30 000 | ООО «МЗТА» |
| Дополнительные затраты | | | |
| Информационнотехнологическое сопровождение и обновление модуля «INIT+ PETROL+» и «INIT+ TERMINAL» | 1 | 10 000 | ООО «МЗТА» |
| Затраты на ГСМ | | 200 000 | Яйский НПЗ |
| Итого потребность в финансировании | | 650 000 | |

Поскольку проект имеет относительно небольшой бюджет, собственные средства используются для покрытия финансовых потребностей проекта. Общая стоимость установки терминалов самообслуживания на АЗС ООО «ЛУКОЙЛ» составила 650 000 руб. [2].

Далее проведем перспективную оценку эффективности мероприятия [6].

Для оценки прибыльности планируемого мероприятия за основу берется прогнозируемое количество продаж топлива через терминал самообслуживания на АЗС.

В таблице 3 предоставлены показатели от предложенных мероприятий.

Таблица 3 – Показатели предложенных мероприятий

| Инструмент | Вид топлива | Ожидаемые клиенты | Пришедшие клиенты |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|-------------------|
| Терминалы по самообслуживанию на АЗС | АИ92 | 10 | 8 |
| | АИ95 | 7 | 5 |
| | АИ98 | 4 | 4 |
| | ДТ-евро | 2 | 6 |

Например, предполагается, что до конца 2021 года благодаря предложенной программе установки терминалов самообслуживания дополнительный объем продаж по видам топлива будет следующим:

АИ92 – 43,50 (цена за литр) * 300 литров (среднее количество литров на одного покупателя в месяц) * 8 (новых покупателей) * 12 месяцев = 1 252 800 рублей;

– АИ95 – 47,50 (цена за литр) * 300 литров (среднее количество литров на одного покупателя в месяц) * 5 (новых покупателей) * 12 месяцев = 855 000 рублей;

– АИ98 – 52,50 (цена за литр) * 300 литров (среднее количество литров на одного покупателя в месяц) * 4 (новых покупателей) * 12 месяцев = 756 000 рублей;

– ДТ-евро – 48,80 (цена за литр) * 300 литров (среднее количество литров на одного покупателя в месяц) * 6 (новых покупателей) * 12 месяцев = 1 054 080 рублей.

Подсчет количества новых клиентов обоснован данными аналитических отчетов ООО «КДС», такое количество клиентов считают, что это наиболее выгодное предложение по покупке топлива на автозаправочных станциях ООО «КДС», по сравнению с такими компаниями, как: Газпром, Для Вас, Татнефть и др [4].

Таким образом, общая выручка составит 3 917 880 рублей. Рассчитаем эффект от реализации мероприятий по формуле (1):

$$\text{Эффект} = \text{Выручка} - \text{Бюджет мероприятий} \quad (1)$$

$$\text{Эффект} = 3\,917\,880 - 650\,000 = 3\,267\,880 \text{ руб.}$$

На основании проведенного исследования, подведем следующие итоги:

– Результат мероприятия показывает, что мероприятие является рентабельным и его можно реализовать.

– Кроме того, с использованием терминалов самообслуживания на АЗС компания получит приток новых клиентов и повторные заявки от постоянных клиентов, что приведет к увеличению продаж, а также к осведомленности о бренде и доверия к компании.

Список литературы

1. Munoz O., Malyugin A., Kolotovkina E. The Most Efficient Use of the Real Estate Property in Managerial Decision Making. *ICEME 2019 Proceedings of the 2019 10th International Conference on E-business, Management and Economics*, Pages 80-84, July 15–17, 2019, Beijing, China, Beijing University of Technology, ACM New York, NY, USA. DOI = <https://doi.org/10.1145/3345035.3345073>.
2. Алиева В. Г. Теория организации: учебник для студентов вузов / В. Г. Алиева – Москва: Экономика, 2005. – 431 с.
3. Базаева Ф. А. Формирование риск-менеджмента в организации: выпускная квалификационная работа / Ф. А. Базаева. – Москва, 2018. – 68 с. –

URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=492003 (Дата обращения: 14.09.2021).

4. Годовой отчёт «Лукойл» [Электронный ресурс]. URL: https://raex-a.ru/annual_reports/reports/2017_lukoil.pdf (Дата обращения: 13.09.2021).

5. Малюгин А. Н. Распознавание ключевых компетенций при разработке стратегии развития организации / А. Н. Малюгин, И. Ю. Зарубин // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева»; - Кемерово. - 2019. - URL: <http://science.kuzstu.ru/wpcontent/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80333.pdf> (Дата обращения: 13.09.2021).

6. Малюгин А. Н. Стратегические направления обеспечения конкурентоспособности / А. Н. Малюгин, О. В. Сербегешев // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева»; - Кемерово. - 2019. - URL: <http://science.kuzstu.ru/wpcontent/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80334.pdf> (Дата обращения: 13.09.2021).

7. Русак Е. С. Экономика предприятия: учебное пособие / Е. С. Русак. – Минск: ТетраСистемс, 2013. – 141 с.

8. Управление инвестиционным потенциалом развития города: монография / В.В. Герасимов, А.П. Пичугин, Б.С. Сивирин, А.Н. Малюгин. - Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2012. –254 с.

Скрипко Карина Вадимовна, магистр гр. ПЭмз-201
Скрипко Владислав Евгеньевич, магистр гр. ПЭмз-191
Научный руководитель – Золотухин Владимир Михайлович,
д.ф.н., профессор,
(КузГТУ, г. Кемерово)

СООТНОШЕНИЕ МОНОПОЛИИ И КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Диалектика конкуренции и монополии определяет степень экономической свободы хозяйствующих субъектов, а также реализации ее человеком. Условия и правовые ограничения формулируются государственными институтами, формальными и неформальными способами правоприменения [1], от которых зависят экономические риски и реализация прав и свобод человека. Во многом это связано с формированием социальной напряженности, «нормативными представлениями о модели общества – оказывает наиболее значимое влияние на специфику запроса населения к государству» [2].

В соответствии со ст. 2 закона [3], иными нормативно-правовыми актами формулируются способы, методы и критерии ограничения деятельности монополий не только административными органами, но и со стороны гражданского общества. На практике это удается не всегда эффективно. Это обусловлено недоверием большинства россиян к «деятельности органов власти, благотворительных, правозащитных и иных общественных организаций» [4] а также не возможности получить от них помощи. Более того, это связано и с преобладанием «коллективного над индивидуальным в трудовых взаимоотношениях с коллегами и в практиках поведения, патерналистского типа взаимоотношений с руководством над партнерским, принципов социальной справедливости и уравнительности над конкуренцией, личного доверия над безличностным (институциональным), неформальных договоренностей над формальным договором (контрактом), стабильности в занятости над мобильностью на рынке труда, ценности невысокой, но стабильной заработной платы над неограниченной по размеру, но без определенных гарантий [5] и т. д.

Для повышения мотивации хозяйствующих субъектов и органов власти к профилактике и недопущению нарушений антимонопольного законодательства в I полугодии 2021 года ФАС России проводились семинары, конференции, консультационное и методическое содействие хозяйствующим субъектам и органам власти по вопросам организации системы антимонопольного комплекса, включающего в себя механизмы обеспечения законности и внедрения в регионах Стандарта развития конкуренции в различных субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р [6].

Развитию монополизма способствует проявлению коррупции в рамках доминирования неформальных связей между чиновниками, органами местного самоуправления и представителями крупного бизнеса. С точки зрения соотношения монополизма и конкуренции, и для сглаживания их противоречивых последствий предусмотрены такие меры как «формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению и антикоррупционная экспертиза правовых актов и их проектов» [7], что не всегда приводит к желаемым результатам как из-за того, что «молодое поколение характеризуется достаточно высоким уровнем прагматизма. Их текущая позиция – результат целеустремленного движения в данном направлении» [8] (либо самостоятельного, либо в контексте общих тенденций, связанных с развитием малого и среднего бизнеса [9, 10], экономических рисков [11] в российской ментальности).

Государство постоянно мониторит ситуацию о возникновении, изменении и прекращении монопольного положения хозяйствующих субъектов. Прежде всего, это может быть тестирование самого законодательства по поводу его отношения к методам достижения доминирующего положения и ограничивает ли время действия на рынке подобной монополии, либо какова комплексность, системность и адекватность мер, применяемых

при недобросовестной конкуренции. Немаловажным вопросом является реальная степень самостоятельности контролирующего органа в принятии решения. Например, в Томской области принят от 28.01.2021 № 10-2 (в редакции приказа Департамента тарифного регулирования Томской обл. от 17.09.2021 № 10-65) документ о предельных размерах оптовых и розничных надбавок к лекарственным препаратам и т.д. [12].

По мнению главы ФАС «для развития конкуренции необходимы дальнейшие качественные изменения. Заложенные в новом Национальном плане развития конкуренции на период 2021-2025 годы мероприятия направлены на решение основных системных и отраслевых проблем, создание благоприятных условий для ведения частного бизнеса, устранение административных барьеров и искажений конкурентной среды. Подчеркнуто, что интенсивное развитие информационных технологий связано с созданием антиконкурентных практик, что создает необходимость принятия правовых механизмов противодействия злоупотреблениям рыночной властью и обеспечению эффективных мер антимонопольного контроля в условиях современных «цифровых» рынков» [13].

Список литературы

1. Zolotukhin V. M., Bikmetov R. S., Shiller V. V., Tarasenko A. A. Sociocultural aspect of criminal law enforcement in the Russian mentality. RUDN Conference on Legal Theory, Methodology and Regulatory Practice (RUDN LTMRP Conference 2021) SHS Web of Conferences 118 02009 (2021), RUDN LTMRP Conference 2021. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111802009>.
2. Марева С. В. Представления среднего класса о неравенствах на фоне других россиян: консенсус или раскол? // Социологические исследования. – 2021. – № 1. – С. 38-49. DOI: 10.31857/S013216250012166-5.
3. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021).
4. Козырева П. М., Смирнов А. И. Эволюция правовых представлений россиян: законопослушность или справедливость? // Полис. Политические исследования, 2020. – Т. 29. – № 5. – С. 75–89. DOI 10.17976/jpps/2020.05.06.
5. Темницкий А. Л. Традиции и инновации в трудовой культуре российских рабочих // Социологические исследования. – 2021. – № 4. – С. 61-73. DOI: 10.31857/S013216250010467-6.
6. Отчет о ходе исполнения в I полугодии 2021 г. Публичной декларации целей и задач ФАС России на 2021 год [Электронный ресурс] <https://fas.gov.ru/documents/687847> (дата обращения 5.10.2021).
7. Субъекты Российской Федерации, в которых по состоянию на 01.10 2021 г. приняты решения по изменению предельных размеров оптовых и розничных надбавок к фактическим отпускным ценам, установленным производителями лекарственных препаратов на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарствен-

- ных препаратов. [Электронный ресурс] [HTTPS://FAS.GOV.RU/DOCUMENTS/687905](https://fas.gov.ru/documents/687905) (дата обращения 5.10.2021).
8. Палитай И.С. Молодое поколение российской политической элиты: статусно-ролевые и личностные характеристики. – Полис. Политические исследования. – 2020. – № 5. – С. 90-100. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.05.07> С. 94.
9. Козырева М. В., Степанцова Е. В. Социокультурные и правовые аспекты развития малого бизнеса. / В сб.: Актуальные вопросы фундаментальных наук в техническом ВУЗе. Сборник научных статей. Кемерово, 2018. – С. 165–172.
10. Золотухин В. М., Скрипко В. Е. Социально-экономические проблемы взаимодействия власти и бизнеса / В сб.: Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. Посвящается 300-летию Кузбасса и 70-летию КузГТУ. Под ред. В.М. Золотухина, В.Г. Михайлова. Кемерово, 2020. – С. 51–56.
11. Михайлов В.Г., Коряков А.Г., Михайлов Г.С. Управление экологическими рисками в процессе добычи и переработки угля // Физико-технические проблемы разработки полезных ископаемых. – 2015. – № 5. – С. 83-91.
12. Руководитель ФАС России представил Правительству РФ ежегодный Доклад о состоянии конкуренции. 01 октября 2021, 11:36 [Электронный ресурс] <https://fas.gov.ru/news/31520> (дата обращения 5.10.2021).
13. Отчет ФАС России по плану противодействия коррупции на 2018-2020 годы за 2019 год 10 марта 2020, 17:52 Отчет ФАС России по плану противодействия коррупции на 2018-2020 годы за 2019 год [Электронный ресурс] https://fas.gov.ru/p/anticorruption_items/334 (дата обращения 5.10.2021).

Соболевская Татьяна Михайловна, руководитель
(Курганский УФАС России, г. Курган)

ПРАКТИКА УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ПО ПРЕСЕЧЕНИЮ НАРУШЕНИЙ СТАТЬИ 10 «ЗАКОНА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ»

Тема монополистической деятельности остается актуальной и в этом материале изложена практика рассмотренных дел, связанных с пресечением нарушений Закона о защите конкуренции субъектами, занимающими доминирующее положение на определенном товарном рынке.

Приведем примеры рассмотренных дел и выданных предупреждений, которые могут быть использованы в работе по регионам на примере территориальных органов Уральского федерального округа.

В сентябре 2020 года Управление Федеральной антимонопольной службы по Курганской области поступило обращение заместителя

Губернатора Курганской области с информацией о наличии в действиях Общества с ограниченной ответственностью «Газэнергосеть Оренбург» признаков нарушения части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Как следует из обращения, ООО «ГЭС Оренбург» обратилось в Правительство Курганской области с заявлением о снятии статуса уполномоченной организации на поставку сжиженного углеводородного газа для обеспечения бытовых нужд граждан, проживающих на территории Курганской области. В указанном заявлении Общество сообщает, что в связи с отсутствием финансовых средств не имеет возможности обеспечить население Курганской области сжиженным углеводородным газом, а также поддерживать дальнейшую эксплуатацию имущественного комплекса по сливу, хранению, наливу и транспортировке сжиженного углеводородного газа (далее по тексту – СУГ).

Правительство Курганской области посчитало, что снабжение бытовым газом в баллонах является коммунальной услугой, ограничение или приостановление исполнителем коммунальной услуги собственникам или пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов может привести к нарушению их прав на получение коммунальной услуги.

На основании Распоряжения Правительства Курганской области ООО «ГЭС Оренбург» определено организацией, уполномоченной на поставку СУГ для обеспечения бытовых нужд граждан, проживающих на территории Курганской области. Цены на СУГ - установлены Департаментом государственного регулирования цен и тарифов Курганской области в соответствии с Постановлением «Об установлении розничных цен на сжиженный газ, реализуемый населению для бытовых нужд, кроме газа для арендаторов нежилых помещений в жилых домах и газа для заправки автотранспортных средств, Обществом с ограниченной ответственностью «Газэнергосеть Оренбург».

Таким образом, в силу нормативного регулирования цены на СУГ, а также ввиду государственного установления определенного поставщика (уполномоченная ГРО) с закреплением территории (муниципальных районов Курганской области), ООО «Газэнергосеть Оренбург» является единственным хозяйствующим субъектом, который обязан поставлять населению СУГ по регулируемой цене. То есть Общество занимает доминирующее положение на рынке услуг по поставке СУГ для обеспечения бытовых нужд граждан, проживающих на территории Курганской области.

В силу своего доминирующего положения Общество обязано соблюдать запреты, установленные статьей 10 Закона о защите конкуренции, в том числе не допускать действий, которые имеют либо могут иметь своим результатом недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц.

Порядок приостановления или ограничения предоставления коммунальных услуг предусмотрен разделом XI Правил предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 06.05.2011 № 354, в соответствии с которыми потребителю могут быть представлены услуги газоснабжения, а также продажа бытового газа в баллонах в соответствии с условиями договора.

Положения действующего законодательства не предусматривают односторонний отказ хозяйствующего субъекта – единой газораспределительной организации от исполнения договора на поставку СУГ, в случае, когда потребитель надлежащим образом исполняет обязательства по данному договору.

Исходя из системного толкования положений статьи 10 ГК РФ и статей 3 и 10 Закона о защите конкуренции для квалификации действий (бездействия) как злоупотребления доминирующим положением достаточно наличия (или угрозы наступления) любого из перечисленных последствий, а именно: недопущения, ограничения, устранения конкуренции или ущемления интересов других лиц.

Курганским УФАС России вынесено предупреждение о необходимости прекращения нарушения антимонопольного законодательства ООО «ГЭС Оренбург» путем принятия всех зависящих от Общества мер по надлежащему исполнению Распоряжения Правительства Курганской области «Об определении уполномоченной на поставки сжиженных углеводородных газов для обеспечения бытовых нужд граждан, проживающих на территории Курганской области, газораспределительной организации Курганской области на 2020 год» до истечения срока действия вышеуказанного Распоряжения Правительства Курганской области.

ООО «ГЭС Оренбург» сообщило, что Общество, как газораспределительная организация, в 2020 года не отказывалось от заключения договоров на поставку газа с абонентами, исполняло договорные обязательства и производило бесперебойную поставку СУГ населению Курганской области. Реализовано населению Курганской области СУГ в объеме более 1 965 тонн, все обязательства перед контрагентами Обществом исполнялись без нарушений и в срок.

Исходя из анализа имеющихся в материалах обращения документов, Курганским УФАС России установлено, что ООО «ГЭС Оренбург» фактически исполнило предупреждение антимонопольного органа.

Наверное, навязывание невыгодных условий договора со стороны субъектов естественных монополий остается самым частым нарушением. Приведем еще один пример.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Курганской области (далее – Курганское УФАС России, антимонопольный орган) в результате рассмотрения заявления Государственного бюджетного учрежде-

ния «Частоозерская центральная районная больница» (далее – ГБУ «Частоозерская ЦРБ») в действиях общества с ограниченной ответственностью «Уральская теплоэнергетическая компания» (далее – ООО «Урал ТЭК», энергоснабжающая организация) установлены признаки нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренные пунктом 3 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции), выразившиеся в навязывании условий договора, невыгодных для ГБУ «Частоозерская ЦРБ», в части определения платы за тепловую энергию в нежилых помещениях, расположенных в поселке Частоозерье.

В Курганское УФАС России поступило заявление ГБУ «Частоозерская ЦРБ» на действия ООО «Урал ТЭК», выразившиеся в не введении узлов учета тепловой энергии в эксплуатацию, начислении платы ГБУ «Частоозерская ЦРБ» за потребленную тепловую энергию без учета показаний узлов учета тепловой энергии.

В ходе рассмотрения заявления антимонопольным органом установлено следующее.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц основной вид деятельности ООО «Урал ТЭК» - производство, передача и распределение пара и горячей воды; кондиционирование воздуха (ОКВЭД ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) 35.30).

ООО «Урал ТЭК» является энергоснабжающей организацией, осуществляющей оказание услуг по отоплению нежилых помещений.

Между ГБУ «Частоозерская ЦРБ» и ООО «Урал ТЭК» заключен договор на поставку тепловой энергии (далее – договор) по условиям которого энергоснабжающая организация обеспечивает подачу абоненту через присоединенную сеть тепловой энергии в горячей воде от сети энергоснабжающей организации на ее границе, а абонент обязуется своевременно оплачивать принятую тепловую энергию, а также соблюдать предусмотренный договором режим потребления энергии, обеспечивать безопасность эксплуатации находящихся в его ведении энергетических сетей и исправность используемых им приборов и оборудования, связанных с потреблением тепловой энергии. Границы раздела балансовой принадлежности и ответственность по эксплуатационному обслуживанию тепловых сетей устанавливаются в Акте разграничения балансовой принадлежности (тепловых сетей) и эксплуатационной ответственности (Приложение №1 к договору). Договорный объем поставок тепловой энергии определен в Приложении №2 к договору (п. 1.1, 1.2 договора).

В силу пункта 2 статьи 548 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) к отношениям, связанным со снабжением через присоединенную сеть газом, нефтью и нефтепродуктами, водой и другими товарами, правила о договоре энергоснабжения (статьи 539 – 547 ГК РФ) применяются, если иное не установлено законом, иными правовыми актами или не вытекает из существа обязательства.

По договору энергоснабжения энергоснабжающая организация обязуется подавать абоненту (потребителю) через присоединенную сеть энергию, а абонент обязуется оплачивать принятую энергию, а также соблюдать предусмотренный договором режим ее потребления, обеспечивать безопасность эксплуатации находящихся в его ведении энергетических сетей и исправность используемых им приборов и оборудования, связанных с потреблением энергии (пункт 1 статьи 539 ГК РФ).

Согласно пункту 1 статьи 544 ГК РФ оплата энергии производится за фактически принятое абонентом количество энергии в соответствии с данными учета энергии, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или соглашением сторон, порядок расчетов за энергию определяется законом, иными правовыми актами или соглашением сторон.

Правовые основы экономических отношений в сфере теплоснабжения, полномочия органов государственной власти, местного самоуправления на регулирование этих отношений, основные права и обязанности теплоснабжающих организаций при осуществлении деятельности в сфере теплоснабжения и потребителей тепловой энергии установлены Федеральным законом от 27.07.2010 года № 190-ФЗ «О теплоснабжении» (далее - ФЗ «О теплоснабжении»).

В соответствии со статьей 13 ФЗ «О теплоснабжении», определяющей общие положения об отношениях теплоснабжающих организаций и потребителей тепловой энергии, установлено, что потребители, подключенные к системе теплоснабжения, заключают с теплоснабжающими организациями договоры теплоснабжения.

Таким образом, потребитель при заключении договора теплоснабжения должен располагать отвечающим установленным требованиям энергопринимающим устройством.

Данное условие является технической предпосылкой для заключения договора теплоснабжения с такими потребителями. Для теплоснабжающих организаций, в силу статьи 15 ФЗ «О теплоснабжении», заключение договора теплоснабжения с любым обратившимся потребителем тепловой энергии, теплопотребляющие установки которого находятся в данной системе теплоснабжения, является обязанностью.

Согласно статье 13 Федерального закона от 23.11.2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее - Закон об энергосбережении) производимые, передаваемые, потребляемые энергетические ресурсы подлежат обязательному учету с применением приборов учета используемых энергетических ресурсов. Требования к характеристикам приборов учета используемых энергетических ресурсов определяются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Расчеты за энергетические ресурсы должны осуществляться на основании данных о количественном значении энергетических ресурсов, про-

изведенных, переданных, потребленных, определенных при помощи приборов учета используемых энергетических ресурсов.

В силу части 5 статьи 20 ФЗ «О теплоснабжении» теплоснабжающие организации обязаны организовать коммерческий учет приобретаемой тепловой энергии и реализуемой тепловой энергии и обеспечить надежное теплоснабжение потребителей.

В соответствии с частью 7 статьи 19 ФЗ «О теплоснабжении» коммерческий учет тепловой энергии, теплоносителя осуществляется в соответствии с правилами коммерческого учета тепловой энергии, теплоносителя, которые утверждаются Правительством Российской Федерации.

Взаимные расчеты между энергоснабжающими организациями и потребителями тепловой энергии за поставку и потребление тепловой энергии регулируются Постановлением Правительства РФ от 18.11.2013 года № 1034 «О коммерческом учете тепловой энергии, теплоносителя» (далее - Правила).

Правила коммерческого учета тепловой энергии, теплоносителя закрепляют порядок ввода в эксплуатацию узла учета, установленного на источнике тепловой энергии.

При вводе узла учета в эксплуатацию проверяется (пункт 56 Правил):

а) соответствие заводских номеров средств измерений номерам, указанным в их паспортах;

б) соответствие диапазонов измерений параметров, допускаемых температурным графиком и гидравлическим режимом работы тепловых сетей, значениям указанных параметров, определяемых договором и условиями подключения к системе теплоснабжения;

в) качество монтажа средств измерений и линий связи, а также соответствие монтажа требованиям технической и проектной документации;

г) наличие пломб изготовителя или ремонтного предприятия и поверителя.

Курганским УФАС России установлено, что ГБУ «Частоозерская ЦРБ» за период 2019-2021 г.г. неоднократно письменно обращалось в адрес ООО «Урал ТЭК» с целью направления представителей энергоснабжающей организации для осуществления приемки узлов учета тепловой энергии, находящихся в здании поликлиники, в здании хозяйственного блока, в здании стационара, в том числе во исполнение требований пункта 64 Правил заявитель направлял в адрес ООО «Урал ТЭК» весь комплект документов, необходимых для осуществления ввода узлов учета в эксплуатацию. В этой связи Комиссией лечебного учреждения составлен акт допуска в эксплуатацию узлов учета тепловой энергии у потребителя, расположенных на территории ГБУ «Частоозерская ЦРБ». Представитель энергоснабжающей организации явку своего представителя не обеспечил.

ООО «Урал ТЭК» направило представителей в адрес ГБУ «Частоозерская ЦРБ», которыми составлены акты внеочередной проверки показаний узла учета, которыми установлено, что в ходе проверки узла учета тепло-

вой энергии выявлены недостатки, по которым узлы считаются непригодными для коммерческого учета тепловой энергии.

В ответ на указанные акты ГБУ «Частоозерская ЦРБ» направило свои возражения, в которых опровергает установленные ООО «Урал ТЭК» нарушения, считает, что энергоснабжающая организация уклоняется от приемки узла учета тепловой энергии, просит принять и опломбировать узлы учета, произвести перерасчет оплаты за поставленную тепловую энергию с учетом показаний узлов учета тепловой энергии.

ООО «Урал ТЭК» в ответ на поданные возражения направило в адрес ГБУ «Частоозерская ЦРБ» скорректированные акты допуска в эксплуатацию узла учета тепловой энергии, указывает на выявленную неточность в ранее переданных актах. Скорректированные акты обозначены как Акты допуска в эксплуатацию узла учета тепловой энергии у потребителя, согласно которым проверена комплектность необходимой технической документации, в результате чего установлено, что узел учета не соответствует Правилам.

Пунктом 64 Правил №1034 установлено, что для ввода узла учета в эксплуатацию владелец узла учета представляет комиссии проект узла учета, согласованный с теплоснабжающей организацией, выдавшей технические условия и паспорт узла учета или проект паспорта, который включает в себя: а) схему трубопроводов (начиная от границы балансовой принадлежности) с указанием протяженности и диаметров трубопроводов, запорной арматуры, контрольно-измерительных приборов, грязевиков, спускников и перемычек между трубопроводами; б) свидетельства о поверке приборов и датчиков, подлежащих поверке, с действующими клеймами поверителя; в) базу данных настроечных параметров, вводимую в измерительный блок или тепловычислитель; г) схему пломбирования средств измерений и оборудования, входящего в состав узла учета, исключая несанкционированные действия, нарушающие достоверность коммерческого учета тепловой энергии, теплоносителя; д) почасовые (суточные) ведомости непрерывной работы узла учета в течение 3 суток (для объектов с горячим водоснабжением - 7 суток).

В пункте 65 Правил №1034 указано, что документы для ввода узла учета в эксплуатацию представляются в теплоснабжающую организацию для рассмотрения не менее чем за 10 рабочих дней до предполагаемого дня ввода в эксплуатацию.

Согласно пунктам 68, 72 Правил акт ввода в эксплуатацию узла учета служит основанием для ведения коммерческого учета тепловой энергии, теплоносителя по приборам учета, контроля качества тепловой энергии и режимов теплоснабжения с использованием получаемой измерительной информации с даты его подписания.

В случае наличия у членов комиссии замечаний к узлу учета и выявления недостатков, препятствующих нормальному функционированию узла учета, этот узел учета считается непригодным для коммерческого учета

тепловой энергии, теплоносителя.

В этом случае комиссией составляется акт о выявленных недостатках, в котором приводится полный перечень выявленных недостатков и сроки по их устранению. Указанный акт составляется и подписывается всеми членами комиссии в течение 3 рабочих дней. Повторная приемка узла учета в эксплуатацию осуществляется после полного устранения выявленных нарушений.

Указанные в пункте 64 Правил № 1034 документы в адрес ООО «Урал ТЭК» ранее представлялись заявителем. Вместе с тем, узлы учета тепловой энергии не были допущены ООО «Урал ТЭК» к эксплуатации, правовых оснований не направления своего представителя для выполнения законных требований ГБУ «Частоозерская ЦРБ» ООО «Урал ТЭК» в Курганское УФАС России не представлено.

Согласно пункту 2.2. договора в случае отсутствия узла учета тепловой энергии у абонента, расчеты между сторонами осуществляются согласно расчету, являющимся приложением №2 к договору. Соответственно, условиями договора предусмотрена возможность учета тепловой энергии и оплата за ее потребление, исходя из показаний приборов учета тепловой энергии. Однако, ООО «Урал ТЭК» осуществляло в рамках заключенного договора и на сегодняшний день, начисление платы за потребленную тепловую энергию не учитывая наличие действующих приборов учета тепловой энергии.

Пытаясь урегулировать возникшую ситуацию, ГБУ «Частоозерская ЦРБ» на протяжении длительного периода времени предпринимало меры для введения узлов учета тепловой энергии в эксплуатацию, однако, ООО «Урал ТЭК» не допустило их к эксплуатации по текущую дату 2021 года по основаниям, не предусмотренным Правилами № 1034, что повлекло для заявителя несение дополнительных расходов по оплате за потребленную тепловую энергию не по показаниям счетчиков, а исходя из расчетного метода их определения, что свидетельствует навязыванием ООО «Урал ТЭК» заявителю невыгодных условий договора.

Пунктом 31 Правил установлено, что коммерческий учет тепловой энергии, теплоносителя расчетным путем допускается в следующих случаях:

- а) отсутствие в точках учета приборов учета;
- б) неисправность прибора учета;
- в) нарушение установленных договором сроков представления показаний приборов учета, являющихся собственностью потребителя.

В целях поддержания узлов учета тепловой энергии в соответствии с предъявляемыми законодателем требованиями, в том числе ТУ, ГОСТ, ОСТ, РД, ГБУ «Частоозерская ЦРБ» заключило договор с ООО «Шерстнев», предметом которого являлось: абонентское обслуживание трех узлов учета тепловой энергии, контроль за своевременной поверкой приборов узла учета тепла; снятие и установка приборов для периодической поверки

Госстандартом; подготовка приборов учета тепла к началу отопительного периода; оперативный ремонт приборов в случае выхода из строя. ООО «Шерстнев» проведено абонентское обслуживание узлов учета тепловой энергии, установлены модемы, о чем составлены акты.

Согласно сведениям, представленным ГБУ «Частоозерская ЦРБ», в адрес ООО «Урал ТЭК» ежемесячно направляются сведения о фактических показаниях приборов учета тепловой энергии.

Необходимо отметить, что ООО «Урал ТЭК» было известно о необходимости ввода в эксплуатацию узлов учета тепловой энергии, вместе с тем, мер, направленных на своевременный ввод в эксплуатацию узлов учета, не принимало.

Таким образом, действия ООО «Урал ТЭК», выразившиеся в навязывании условий договора, невыгодных для ГБУ «Частоозерская ЦРБ», в части определения платы за тепловую энергию нежилых помещений, вызванные недопуском в эксплуатацию узлов учета тепловой энергии, используемых ГБУ «Частоозерская ЦРБ», при отсутствии оснований для недопуска в эксплуатацию и не применение показаний прибора учета тепловой энергии при расчете платы за потребленную ГБУ «Частоозерская ЦРБ» тепловую энергию, противоречит положениям законодательства о теплоснабжении и ущемляет интересы бюджетного учреждения.

В соответствии со статьями 1 и 3 Закон о защите конкуренции целями данного Закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков, а сферой применения - отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

Согласно статье 5 Закона о конкуренции доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Согласно части 5 статьи 5 Закона о конкуренции доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта - субъекта естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии.

Вместе с тем, Курганским УФАС России установлено, что теплоснабжение на территории с. Частоозерье Частоозерского района осуществляет ООО «Урал ТЭК». Постановлениями Департамента государственного регулирования цен и тарифов Курганской области установлен тариф на тепловую энергию (мощность) на 01.01.2019 – 31.12.2021 годы, поставляемую потребителям ООО «Уральская теплоэнергетическая компания» (Частоозерский район: с. Частоозерье).

Хозяйствующий субъект ООО «Урал ТЭК», оказывающий услугу теплоснабжения конечного потребителя ГБУ «Частоозерская ЦРБ», в том числе по организации мероприятий по вводу в эксплуатацию прибора учета тепловой энергии, занимает доминирующее положение.

При изложенных обстоятельствах ООО «Урал ТЭК» обязано соблюдать запреты, предусмотренные статьей 10 Закона о защите конкуренции, в том числе не допускать действий, которые имеют или могут иметь своим результатом недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей.

Оценив обстоятельства, указанные в заявлении, исследовав документы, имеющиеся в материалах заявления ГБУ «Частоозерская ЦРБ», Курганское УФАС России приходит к выводу, что совершение ООО «Урал ТЭК» действий в части навязывания ГБУ «Частоозерская ЦРБ» невыгодных условий договора на поставку тепловой энергии, выразившихся в не применении показаний прибора учета тепловой энергии при расчете платы за потребленную ГБУ «Частоозерская ЦРБ» тепловую энергию путем недопуска в эксплуатацию и опломбированию приборов учета тепловой энергии, что привело к начислению платы за поставленную тепловую энергию без показаний узлов учета и содержит в себе признаки нарушения пункта 3 части 1 статьей 10 Закона о защите конкуренции.

В связи с наличием в действиях ООО «Урал ТЭК» признаков нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренных пунктом 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, Курганское УФАС России на основании статьи 39.1 Закона о защите конкуренции выдало ООО «Урал ТЭК» предупреждение о необходимости: совершить действия по обеспечению допуска в эксплуатацию и опломбированию приборов учета тепловой энергии в отношении объектов недвижимости ГБУ «Частоозерская ЦРБ» в соответствии с Правилами коммерческого учета тепловой энергии, теплоносителя, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 18.11.2013 № 1034 «О коммерческом учете тепловой энергии, теплоносителя».

Заслуживает внимания также дело, рассмотренное Челябинским УФАС России, связанное с вывозом твердых бытовых отходов (ТКО) с придомовых территорий многоквартирных домов (МКД).

Дело в отношении Центра коммунального сервиса, являющегося региональным оператором по обращению с коммунальными отходами (ЦКС) было возбуждено по жалобам ассоциации "Объединение управляющих многоквартирными домами Южного Урала" (членами являются 39 управляющих компаний) и 17 горожан. Они сообщили, что ЦКС в период проведения санитарной очистки придомовых территорий в апреле-июне 2019 года не вывозил образовавшиеся от такой уборки отходы.

Кроме того, терведомство установило, что в марте 2020 года ЦКС уведомило УК о необходимости заключить отдельные договоры на сбор, транспортирование и размещение отходов от субботников, запланированных на текущий год.

ЦКС обосновал свой отказ тем, что не обязан вывозить образующиеся в результате уборки придомовых территорий отходы, поскольку они не относятся к твердым коммунальным отходам (ТКО) и не включены в единый тариф регоператора.

По итогам рассмотрения дела антимонопольный орган пришел к выводу, что ЦКС в качестве монополиста на рынке вывоза ТКО Челябинска злоупотребило своим доминирующим положением. Так, его отказ нарушил «интересы управляющих и обслуживающих организаций, поскольку они вынуждены заключать иные договоры и расходовать средства из платы за содержание и ремонт, а также интересы неопределенного круга потребителей услуги-собственников жилых помещений в МКД, дважды оплачивающих одну и ту же услугу».

Регоператору было выдано предписание прекратить злоупотребление доминирующим положением и отозвать письмо о дополнительных договорах на вывоз мусора после субботников.

ЦКС обжаловало решение и предписание терведомства сначала в Апелляционной коллегии ФАС России, затем - в Арбитражном суде, суд двух инстанций оставил решение территориального органа антимонопольной службы в силе.

Приведенная практика показывает, что количество нарушений со стороны субъектов, занимающих доминирующее положение, не снижается и вопросы, изложенные в этом материале, могут быть полезны не только при выявлении нарушений со стороны таких субъектов, но и для снижения их рисков самими организациями.

Спудис Анна Дмитриевна, студент гр. ОУб-191
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ

Химическая промышленность как часть обрабатывающего сектора находится в числе важнейших для повышения конкурентоспособности страны и оказывает огромное влияние на развитие экономики [1].

Проблемы конкурентоспособности сейчас особенно актуальны для химического комплекса России, т. к. большая часть химикатов отечественного производства не являются конкурентоспособными на внешнем рынке по качественно-ценовым характеристикам из-за низкого уровня развития технологий. В России сформировалась тенденция нарастающего отставания технического, технологического и экономического уровня производства химического комплекса от соответствующих уровней развитых стран, что снижает эффективность производства, конкурентоспособность химической продукции, долю прогрессивной наукоемкой продукции и повышает издержки производства в сравнении со среднемировыми [2].

Тем не менее химическая промышленность, по сравнению с другими отраслями, внесла самый большой положительный вклад в динамику промышленного производства в 2020 году. Индекс производства химических веществ и химических продуктов в 2020 году в процентах к 2019 году составил: 107,2, в том числе удобрения минеральные или химические - 105,0, а индекс производства аммиака - 102,1 [3].

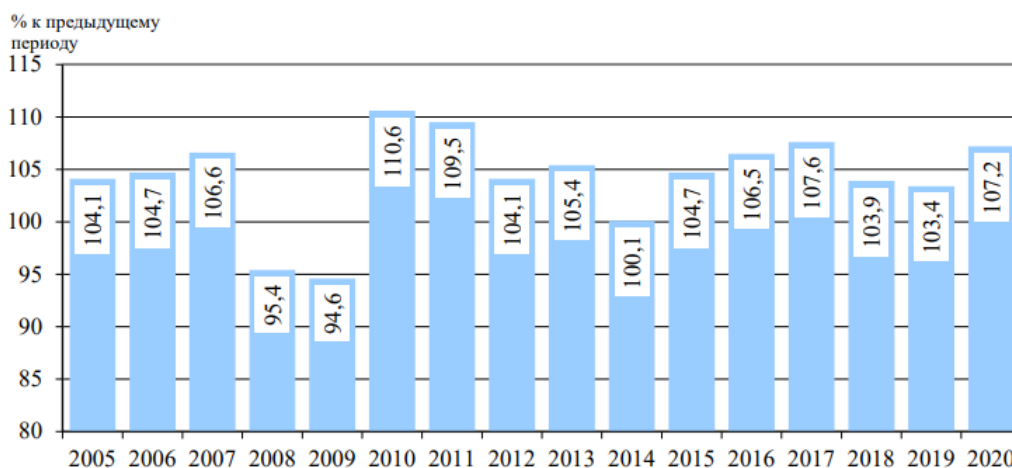


Рисунок 1 – Индекс химического производства [6]

За период январь-март 2021 г., во всех подотраслях химической промышленности зафиксирован рост производства. При этом наивысший темп роста отмечен в производстве химических волокон. Также быстрыми темпами, как и в 2020 году, продолжает расти производство средств химической защиты растений за счет запуска новых мощностей.

Производство всех видов минеральных удобрений достигло рекордного значения. При этом существенно вырос экспорт, но видимое внутреннее потребление снизилось из-за больших запасов, сформированных аграриями в прошлом году [4].

Пандемический фактор создал дополнительный спрос не только на лекарства и медицинское оборудование, но и на некоторые виды продукции большой химии. В частности, увеличилось потребление веществ, используемых для производства антисептиков и дезинфицирующих средств. Например, производство изопропилового спирта выросло на 13,0%. В связи с возросшим спросом предприятие «Омский каучук» запустило установку по производству изопропилового спирта мощностью 60 тыс. тонн в год [5].

На возрастающий уровень конкурентоспособности химической отрасли указывает и запуск новых производственных мощностей и, прежде всего, предприятия «Запсибнефтехим» в Тобольске - одного из крупнейших промышленных объектов и самого крупного нефтехимического проекта в нашей стране. За счет этого предприятия производство этилена в 2020 году увеличилось в России на 40,9%, полимеров этилена – на 45,2%, полимеров пропилена – на 13,5%. В октябре 2020 года в Липецкой области был запущен крупнейший в Европе завод по производству средств защиты для растений. С его запуском Россия фактически вышла на полную обеспеченность этой продукцией и освободилась от импортной зависимости [5].

Несмотря на наличие всех фундаментальных предпосылок для развития химического комплекса, Россия значительно отстает от мировых лидеров. В связи с этим, одним из главных путей роста является государственная поддержка производителей и потребителей химической продукции. В 2014 г. Минпромторг России и Минэнерго России РФ утвердили Стратегию развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 года.

В Стратегии поставлены амбициозные цели по увеличению объемов производства химической продукции и, как следствие, снижению зависимости от импорта.

Стратегические параметры развития химической отрасли РФ по функциональным подсистемам, согласно данной стратегии, представлены на рисунке 2.

В заключение хотелось бы отметить, что для перехода к устойчивому инновационному развитию российской химической промышленности необходима, прежде всего, модернизация. Опережающее развитие отраслей, насыщение производства новыми технологиями и техническими средствами, является, в конечном итоге, основным источником повышения производительности труда, эффективности производства, а значит – роста конкурентоспособности химической промышленности.

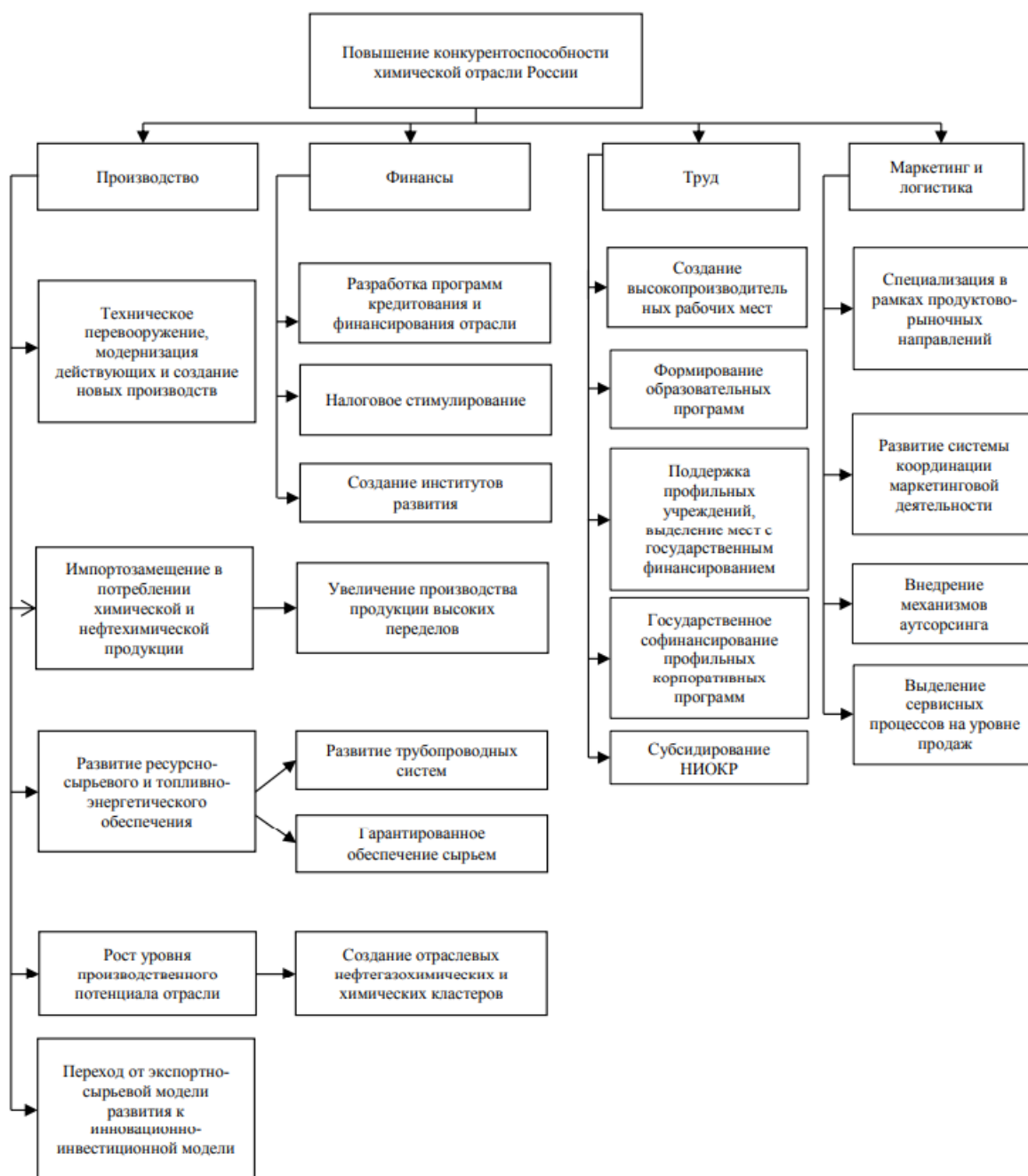


Рисунок 2 – Стратегические параметры развития химической отрасли РФ [7]

Список литературы

1. Инновационность как фактор конкурентоспособности химического комплекса России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2019/05/innovatsionnost-kak-faktor-konkurentosposobnosti-himicheskogo-kompleksa-rossii.pdf> (дата обращения 13.09.2021).
2. Система факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий химической отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/1/Downloads/sistema-faktorov-opredelyayuschih-konkurentosposobnost-predpriyatiy-himicheskoy-otrasli.pdf> (дата обращения 13.09.2021).

3. О промышленном производстве в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/8.htm (дата обращения 13.09.2021).
4. РИА-Рейтинг: обзор химической промышленности за I квартал 2021 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riarating.ru/macroeconomics/20210705/630203675.html> (дата обращения 13.09.2021).
5. Обзор: химическое производство выросло за 10 лет более чем на 60% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://riarating.ru/industry_newsletters/20210407/630198586.html (дата обращения 13.09.2021).
6. Химическое производство: тенденции и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/chemistry_demo41.pdf (дата обращения 13.09.2021).
7. Состояние и тенденции развития химической отрасли РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/1/Downloads/sostoyanie-i-tendentsii-razvitiya-himicheskoy-otrasli-rf.pdf> (дата обращения 15.09.2021).

Старостина Валерия Евгеньевна, студент гр. БЭс-172

Потапова Алина Алексеевна, студент гр. БЭс-172

Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПРОДАЖ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В условиях рыночной экономики все хозяйствующие субъекты конкурируют для того, чтобы занять более выгодное положение на рынке и максимизировать прибыль. Но зачастую участники экономических отношений в гонке за лидерским положением прибегают к недобросовестным методам конкуренции. В современном мире основной платформой для конкуренции и продвижения товаров, работ и услуг являются социальные сети. В связи с этим, является актуальным вопрос об обеспечении защиты от недобросовестной конкуренции на просторах социальных сетей.

Для начала следует дать определение недобросовестной конкуренции в соответствии с ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (в редакции от 02.07.2021). В п. 9 ст. 4 указанного закона недобросовестная конкуренция трактуется как «любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут

причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации» [1].

Сейчас практически у любой компании, реализующей товары и услуги, есть сайты, аккаунты в разных социальных сетях, и таким образом они ищут покупателей и конкурируют с другими субъектами рынка. То есть можно говорить о том, что в настоящее время конкуренция приобрела сетевой характер.

Организации, конкурирующие в сети, иногда прибегают к недобросовестным методам конкуренции, предполагая то, что это останется незамеченным для других субъектов рынка и уполномоченных органов. Интернет переполнен различными продавцами, поэтому сложно выявить и предотвратить нарушения, чем и пользуются недобросовестные предприниматели.

Нарушение, которое чаще всего встречается в интернете – это незаконное использование товарного знака, включающее:

- использование чужого бренда в оформлении групп (пабликов, сообществ и т.п.);
- включение чужого бренда в содержание постов, в частности, в картинки;
- создание хэштегов с использованием чужого товарного знака;
- использование чужого бренда в заголовках объявлений и др.

Если владелец товарного знака выявил данные нарушения, то он может их предотвратить следующими способами:

- до обращения в официальные органы: предъявление претензии непосредственно в адрес нарушителя или жалобы администрации социальной сети;
- до обращения в суд – подача заявления в Федеральную антимонопольную службу.

Если перечисленные способы не удовлетворили владельца товарного знака, то возможна подача претензии и искового заявления в суд.

Разберем это на примере. ИП использовал слово «Слипик» в названии своего товара при зарегистрированном товарном знаке, который ИП не принадлежал. Владелец товарного знака написал заявление в ФАС. После рассмотрения дела органы выдали следующие предписания [2]:

- прекратить нарушение ФЗ «О защите конкуренции», которое выразилось в незаконном использовании в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте», словесного обозначения «Слипик», сходного до степени смешения с товарным знаком № 620155;
- прекратить использование в «Instagram» и «ВКонтакте» обозначений «Слипик», сходных до степени смешения с товарным знаком № 620155, в т. ч. удалить в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте» хештег «Слипик».

Таким образом, предпринимателям, которые только создают свой бренд в Сети, необходимо:

1. перед началом его использования проверять доменное имя, имя группы в социальной сети, слоганы/слова в контекстной рекламе по базам зарегистрированных товарных знаков;

2. для того, чтобы в дальнейшем иметь законные права, регистрировать свои бренды как товарные знаки.

Применение сетевых платформ способствует продвижению брендов, позволяет повысить популярность товара, и в то же время может причинить серьезный ущерб деловой репутации фирмы. В связи с чем организациям надлежит вести полный мониторинг публикуемой информации, использовать имеющиеся правовые инструменты для того, чтобы обезопасить себя и обеспечить себе дальнейшее развитие в будущем.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] – URL: <https://fas.gov.ru/> (Дата обращения: 05.10.2021).

2. Федеральная антимонопольная служба: [Электронный ресурс] - URL: <https://fas.gov.ru/> (Дата обращения: 08.10.2021).

Степанова Оксана Валерьевна, Леготина Елена Владимировна,
магистранты гр. ФКмз-191

Научный руководитель – Зонова Ольга Васильевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА ПРИМЕРЕ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Из практики известно, что инструмент конкуренции доминирует против других регуляторов в пространстве рыночной экономики и позволяет оказать существенное влияние на предпринимательские отношения с целью стабилизировать данную среду, добиться от рынков кредитно-банковских услуг эффективных результатов работы. Значит, важно охранять и защищать механизм конкуренции, признавая его необходимость. Актуальность настоящей темы заключается в том, что коммерческие банки в большинстве своём с выходом на финансовый рынок допускают многочисленные нарушения, так как стремятся получить серьезные рыночные преимущества. В итоге формируются трудности для участников гражданского оборота, снижается отдача всех действующих публичных органов. Государство признает на современном этапе важной задачу пресекать и предупреждать конкуренцию, чтобы публичные интересы находились под надежной защитой.

Однозначным условием роста и совершенствования рыночной экономики в ее нынешнем состоянии видится мотивация коммерческих банков к преимуществам. В противном случае отечественный рынок пошат-

нется и не устоит. Нужно понимать, что цели, намеченные банкирами, в отдельных случаях достигаются нелегальными путями, из-за чего активизировалась и растёт недобросовестная конкуренция.

В настоящее время согласно действующему законодательству, недобросовестная конкуренция признана недопустимой [5].

Коммерческая банковская сфера особенно чувствительна к недобросовестной конкуренции, идущей вразрез со словом закона, нарушающей принятые в деловом обороте обычаи, нивелирующей добропорядочность, рациональные и справедливые отношения. Полагаем, что данные критерии достаточны в объеме, чтобы ограничить природу субъекта банковской деятельности как недобросовестно-конкурирующего и не смешать его с иными, нарушающими конкурентное законодательство другими способами.

Феномен передает в общих чертах присущий поведению субъектов предпринимательства тип, когда конкурентные действия и соответствующие приемы реализуются неправомерно, чем нарушают закон, деловой этикет, исключительно недобропорядочны, не рациональны и несправедливы. Но на настоящий момент присутствует расхождение точек зрения о том, в каком соотношении находится недобросовестно конкурирующий субъект и злоупотребляющий правом. Признаем убедительность мнения тех исследователей, которые указывают, что злоупотребление законом является общей категорией, частной формой в которое включена недобросовестная конкуренция. Но из этого ряда нужно отсеять действия недобросовестно конкурирующих лиц, если закон установил прямой запрет на их осуществление [1].

Чтобы идентифицировать недобросовестную конкуренцию, нужно определиться с основными атрибутами, уточнить те формы, в которых она проявляется. С этой целью изучают следующее:

1) каким именно образом действуют коммерческие банки или группа таковых. В частности, в ходе конкуренции действия могут быть направлены на то, чтобы реализовать активность, черты которой явно доказывают недобросовестный характер конкурирующей стороны;

2) действие ориентировано на то, чтобы банковская деятельность привела к преимуществам;

3) у коммерческого банка с действующим законодательством России возникают явно неоспоримые противоречия, попираются обычаи, устоявшиеся в кругу деловых людей, мораль и нравственность;

4) действия ни порядочными, ни справедливыми не являются;

5) в действительности сторона понесла убыток или ожидает убытка потенциального из-за того, что недобросовестный конкурент предпринял целый ряд действий, чтобы добиться негативных и юридически значимых последствий по имуществу;

6) доброе имя коммерческого банка как конкурента уже пострадало или может потенциально пострадать ввиду совершённых действий.

Говоря об отличительных признаках конкуренции в сфере коммерческой банковской деятельности, нужно понимать, что недобросовестная конкуренция признается даже при условии отсутствия необходимости доказывать реальные убытки и вред, понесенные деловой репутацией коммерческого банка. Достаточно привести доводы вероятного наступления. Данное утверждение резонно в связи с тем, что реализованный акт недобросовестной конкуренции только через некоторое время может проявиться в последствиях для коммерческого банка, тяжесть которых будет усугубляться с течением времени [4].

В 2021 г. работа экспертов Антимонопольного органа особенно пристально направлена на банковский сектор с целью мониторинга, так как поступили сигналы об активности в плане фактов недобросовестной конкуренции. Коммерческие банки в отдельных случаях предпринимают подобные попытки из-за того, что стремятся обеспечить ликвидность любыми путями, и не сдерживают себя в способах при пополнении клиентской базы.

В настоящем момент с наступлением пандемии коронавируса фиксируется очередной кризис, отличие которого от уже прошедших состоит в том, что нарушения происходили не только по депозитам, но и по накопительным счетам, а также конкуренты действовали недобросовестно, предлагая кэшбэк на различные виды карт, преимущественно как кредитные и дебетовые. Сложнее всего, оценивая действия банка, учесть инновационный характер продукта и прогнозировать тяжесть конкурентного эффекта. Ожидаем, что цифровизация банковской сферы приведет к численному росту нарушений. На данный момент известно, что антимонопольный орган подготавливает проект закона, обязывающего каждый коммерческий банк перечислять наиболее значимые условия в первых пунктах бланка контракта, поместив именно на первой странице. Новшество интересно тем, что устранил излишнюю сложность для потребителей, знакомящихся с договором и зачастую упускающих ключевые положения. Кроме того, удастся существенно редуцировать нарушения, перечисленные в Законе о защите конкуренции [2].

Итак, недобросовестная конкуренция является проблемой, актуальной для сектора коммерческого банка. Сегодня её роль усиливается из-за того, что коммерческие банки целенаправленно осуществляют противозаконные действия, стремясь опередить на конкурентном рынке других банкиров, заполучить преимущества. Однозначно, что легальным способом выгоды добиться сложнее, но нелегальные приёмы мешают гражданскому обороту, тормозят рост рыночных отношений в банковском секторе.

Рынок финансовых услуг, где действуют коммерческие банки, обладает особой спецификой, что выражается и в приемах реализации недобросовестной конкуренции:

1) здесь потребитель пребывает в состоянии заблуждения из-за того, что рекламное сообщение недопустимо по своей природе или его характер ненадлежащий;

2) коммерческий банк может злоупотреблять тем, что является флагманом рынка;

3) вступает в антиконкурентные соглашения, негативные результаты которых испытывают на себе потребители, не имеющие права отказаться от навязанных финансовых услуг;

4) действия распространяются на физических лиц, если их вклады привлекаются с нарушением закона.

На сегодняшний день инструментарий недобросовестной конкуренции, особенно названные выше средства, получил обширное распространение в среде коммерческих банков, а государство должно регулировать защиту конкуренции и включить соответствующие мероприятия в национальную политику.

Список литературы

1. Блинов В. Г., Блинова В. В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nedobrosovestnaya-konkurenciya-i-zloupotreblenie-pravom> (дата обращения: 15.09.2021) // *Oeconomia et Jus.* – 2018. – № 3.
2. Недобросовестная конкуренция в банковском секторе. URL: https://zakon.ru/blog/2020/10/13/nedobrosovestnaya_konkurenciya_v_bankovskom_sektore (дата обращения: 15.09.2021).
3. Степанова О.В., Леготина Е.В. Недобросовестная конкуренция: выявление и противодействие. – С. 282-286.
4. Скляр Р. В. Недобросовестная конкуренция: понятие и общая характеристика // *Имущественные отношения в РФ.* – 2014. – № 2 (149). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nedobrosovestnaya-konkurenciya-ponyatie-i-obshchaya-harakteristika> (дата обращения: 15.09.2021).
5. Федорова Е.В. Недобросовестная конкуренция на рынке финансовых услуг: Актуальные вопросы правоприменения // *Скиф.* – 2019. – № 3 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nedobrosovestnaya-konkurenciya-na-rynke-finansovyh-uslug-aktualnye-voprosy-pravoprimeneniya> (дата обращения: 15.09.2021).

Табакова Анастасия Олеговна, студент гр. УУмоз-191

Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Важнейшим фактором рыночных отношений, развивающихся в условиях обмена товаров и услуг, от которого зависит формирование спро-

са на них, является ценообразование [3]. Значимость ценовой политики для деятельности предприятия, в развивающейся конкурентной среде, достаточно велика. От правильности принимаемых решений в вопросах установления цены зависят результаты финансово-хозяйственной деятельности любого предприятия.

Одним из главных двигателей рыночной экономики выступает конкуренция, а цена служит орудием конкурентной борьбы, так как любая сфера деятельности предприятия связана с формированием цены на реализуемую продукцию, товары, работы, услуги и т.д. При определении рынков сбыта, целесообразности производства, при расчете издержек производства главным фактором выступает цена [4].

Основную роль в формировании индивидуальных издержек угледобывающего предприятия, и того минимального уровня цен, при котором оно может и готово производить свою продукцию, играют естественные и производственные факторы (Таблица 1) [3].

Таблица 1 – Факторы, влияющие на уровень цен на угледобывающих предприятиях

| Естественные | Производственные |
|--|--|
| Горно-геологические условия разработки месторождения полезных ископаемых | Способ разработки полезного ископаемого |
| Свойства полезных ископаемых | Производственная мощность угледобывающего предприятия |
| Географическое положение месторождения полезных ископаемых | Уровень технологической оснащенности угледобывающего предприятия |
| Климатические условия добычи (в большинстве случаев свойственно открытым горным работам) | |

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что ценообразование на продукцию угледобывающих предприятий имеет ряд особенностей.

Во-первых, главная особенность состоит в том, что угледобывающие отрасли характеризуются наличием однотипных предприятий. Однако каждое предприятие осуществляет работы в конкретных горно-геологических и климатических условиях, различно количество запасов полезных ископаемых, мощность пластов, угол падения, обводненность, различна крепость вмещающих пород, качество угля и т.п. Таким образом, различаются издержки производства на добычу приблизительно одинаковой продукции.

Во-вторых, что не менее важно, особенность заключается в невозобновимости разрабатываемых полезных ископаемых. Таким образом, горные предприятия дополнительно расходуют материальные, трудовые и де-

нежные ресурсы для разведки новых месторождений полезных ископаемых, и как следствие происходит рост издержек производства.

В-третьих, угледобывающие предприятия обеспечивают страну материальными и топливно-энергетическими ресурсами. Отсюда следует, что оптимальный уровень цен на угольную продукцию влияет на величину тарифов и цен на электроэнергию, теплоэнергию, металл, на продукцию химической промышленности и пр.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что при значительном влиянии цены на продукцию угледобывающих предприятий на формирование издержек производства иных отраслей Российской Федерации, цены угольных предприятий должны контролироваться прямо или косвенно государством [2].

В условиях рыночных отношений процесс формирования цен на угольную продукцию делится на несколько этапов [3]:

- 1) Классификация углей по маркам и классам для удобства и объективности построения цен на них;
- 2) Анализ и разработка схемы источников издержек по каждой сортомарке угля;
- 3) Установление качественных показателей по каждой марке и классу с целью правильного отражения в цене их потребительских свойств и качества;
- 4) Определение среднего уровня цен, необходимого и достаточного для обеспечения нормальной производственно-финансовой деятельности предприятия;
- 5) Построение цен по маркам и классам угля с учетом их потребительских свойств и качества;
- 6) Анализ цен по маркам, классам, продуктам обогащения угля с точки зрения их конкурентоспособности;
- 7) Корректировка фактических цен производителей угольной продукции с целью повышения их конкурентоспособности на топливных рынках;
- 8) Разработка системы скидок/надбавок к цене по каждой сортомарке в системе ограничений, способствующих улучшению финансово-хозяйственного положения предприятия.

Следует отметить, что по составу угли делятся на антрацит, каменный и бурый, а их в свою очередь, классифицируют по маркам и классам. Разделение углей по маркам обуславливается различным петрографическим и химическим составом, что предопределяет направление их использования (на коксование, на энергетические цели, на технологические цели) [3]. Кроме того, классификация угля по классам зависит от вида его сжигания – пылевидное, слоевое, факельно-слоевое, в бытовых топках.

В Российской Федерации основными поставщиками каменного угля и антрацита выступает Кузнецкий и Донецкий угольные бассейны, продукция которых представлена углями коксующихся и энергетических ма-

рок. Кроме того, предприятия Печорского угольного бассейна, Восточно-Сибирского региона, а также Приморского края и Якутии также ведут добычу в основном коксующегося и энергетического угля. Районами добычи бурых углей являются Подмосковский, Челябинский и Канско-Ачинский угольные бассейны, месторождения Сахалина и Якутии, Восточной Сибири, Урала и Приморского края [3].

Стоит обратить внимание на то, что угли одинаковых марок и классов, добытых в разных бассейнах и месторождениях, имеющих свои геологические особенности, могут отличаться по своему качеству, как следствие, иметь различные цены.

Оптовые цены на уголь и продукты обогащения являются свободными, поэтому их уровень определяется самими производителями угольной продукции и устанавливаются в основном франковагон (судно) – станция (порт, пристань) отправления [5].

Таким образом, наиболее важным моментом для эффективного функционирования предприятия выступает установление цены на произведенную продукцию. При реализации продукции по низкой цене предприятие ограничивает свои возможности для получения прибыли. Однако, при реализации продукции по предполагаемой высокой цене падает спрос на продукцию предприятия, и как следствие, происходит увеличение затрат оборотных средств на готовую продукцию, уменьшение поступлений денежных средств, снижение добычи угольной продукции.

Исходя из этого, при установлении цены необходимо произвести оптимизацию затрат на добычу и переработку рядового угля, оценку марочного состава, владеть информацией о ценах конкурентов, спросе на внутреннем и внешнем рынках на угольную продукцию и желаемом уровне цен для потребителей.

Список литературы

1. Дымова И.А., Кучерова Е.В. Трансформация труда работников учетно-аналитического профиля в условиях развития цифровых технологий // Управленческий учет. – 2021. – № 6-2. – С. 469-476.
2. Иванова М. В. Экономика и менеджмент горного производства: учебное пособие / М. В. Иванова, О. М. Островская. Филиал Мурманского арктического государственного университета в г. Апатиты. – Апатиты: Филиал Мурманского арктического государственного университета в г. Апатиты, 2020. – 104 с.
3. Кузина Л. Н. Экономика горного предприятия: учебное пособие / Л. Н. Кузина, С. Ф. Богдановская, Ж. В. Миронова. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2019. – 154 с.
4. Салько М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности: учебник / М. Г. Салько, О. Г. Якунина. Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019. – 167 с.

5. Ценообразование во внешней торговле: учебник / под ред. В. Б. Мантусова; Российская таможенная академия. – Москва: Юнити-Дана: Закон и право. – 2018. – 247 с.

Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ПАО «ВТБ»

Актуальность изучения вопросов интернет-маркетинга в банке обусловлена тем, что в последнее время банк перешел от концепции финансового института в понимании клиентов к концепции «продавец-покупатель», согласно которой не клиент больше нуждается в банке, а банк в клиенте. Именно поэтому в настоящее время банки так много своих средств выделяют на разработку и продвижение своей маркетинговой деятельности, как в реальном мире, так и в интернете.

Чтобы оценить эффективность маркетинговых мероприятий, мы исследовали рынок банковских услуг с помощью PEST-анализа, проанализировали внутренний маркетинг банка, сделали SWOT-анализ ПАО «ВТБ».

В современных экономических условиях важно понять и оценить все факторы, которые влияют на маркетинговые стратегии банка. В первую очередь проведем внешний аудит, или PEST-анализ, который нам покажет факторы, которые влияют на работоспособность Банка. Результаты PEST-анализа приведены в таблице 1.

На деятельность банка в равной степени воздействуют все 4 фактора.

В отношении политического фактора Банк ВТБ чувствует себя уверенно. Так как большая часть акций принадлежит государству, то ужесточение законодательства в первую очередь ухудшит состояние конкурентов. Однако, есть угроза выхода на российский рынок иностранных банков, что может вызвать отток клиентов и снизит спрос на продукты, предлагаемые банком.

Экономический фактор оказывает большое влияние на всю банковскую систему. Пандемия COVID-19 негативно отразилась на экономике страны в целом. Покупательская способность населения стала значительно меньше. Возможное снижение ставки рефинансирования и увеличенный оборот электронных денег положительно сказывается на банке, но с ужесточением карантинных ограничений происходит падение цен на нефть, ослабление курса рубля и снижение платежеспособности. Все это вызывает рост инфляции.

Социальный фактор из анализа показывает, что на фоне устойчивого недоверия к банкам, все больше растет интерес к банковским продуктам, особенно среди молодежи, увеличивается процент финансово грамотного

населения среди жителей крупных городов, а также больше появляется не-государственных ПФ.

Таблица 1 – PEST-анализ интернет-маркетинга Банка ВТБ

| Факторы | Возможности | Угрозы |
|----------------|---|--|
| Political | <ul style="list-style-type: none"> – изменения в законодательстве, ухудшающие положение конкурентов на рынке – антимонопольное регулирование – входит в перечень системно значимых организаций по данным ЦБ – ВТБ-банк с государственным участием | <ul style="list-style-type: none"> – упрощенный режим для выхода на российский рынок иностранных банков – ужесточение государственного контроля за банковской деятельностью |
| Economic | <ul style="list-style-type: none"> – снижение ставки рефинансирования Банка России – увеличенный оборот электронных денег, постепенный отказ от наличных – после выхода из кризиса – увеличение покупательской способности населения | <ul style="list-style-type: none"> – всемирная экономическая рецессия, вызванная пандемией COVID-19 – падение цен на нефть – ослабление курса рубля – снижение платежеспособности населения, приводящее к снижению активности с денежными ресурсами – рост инфляции |
| Socio-cultural | <ul style="list-style-type: none"> – нарастающий интерес к банковским продуктам, особенно среди молодежи – увеличение процента финансово грамотного населения среди жителей крупных городов – создание негосударственных пенсионных фондов | <ul style="list-style-type: none"> – большой процент финансово неграмотного населения – устойчивое недоверие к банковскому сегменту |
| Technological | <ul style="list-style-type: none"> – большая доступность банковских услуг в любое время, в любом месте (благодаря мобильным приложениям) – распространение Интернета по всей стране – персонализированные предложения клиентам | <ul style="list-style-type: none"> – опережающие технологии конкурентов – утечка данных клиентов из мобильных приложений, сайтов – низкий уровень оплаты банковскими картами в целом по стране – низкий уровень покупок в Интернете – отмена кэшбека за оплату в интернет-магазинах |

Технологическая сфера отличается следующими возможностями для развития деятельности ВТБ: большая доступность банковских услуг в лю-

бое время, в любом месте, распространение интернета по всей стране и персонализированные предложения клиентам. Самыми большими угрозами в технологическом факторе является утечка информации и опережение конкурентами в сфере предлагаемых новейших технологий в сети интернет.

Анализ факторов, влияющих на работу банка, показал уязвимые места. Исходя из полученных результатов, необходимо в первую очередь усовершенствовать технологические процессы дистанционного взаимодействия с клиентами, тем более что банк может осуществить это своими силами, не зависимо от политических и экономических факторов.

Чтобы оценить перспективы развития, проанализируем рынок банковских услуг в РФ:

- В 2019 году банковский сектор покинули 38 банков и пять небанковских кредитных организаций (НКО). Впервые с 2015 года ЦБ зарегистрировал новый банк ООО «Банк 131».
- Прибыль российских банков по итогам 2019 года составила 2,04 трлн рублей, что на 51,4% превышает результат 2018 года (1,34 трлн рублей).
- Прибыльными в 2019 году оказались 373 кредитные организации (384 за 2018 год), а отрицательный финансовый результат продемонстрировали 69 кредитных учреждений (100 за 2018 год)
- Прогнозируемый Банком России профицит ликвидности банковского сектора на конец 2020 года от 3,4 трлн до 3,9 трлн рублей.
- Из-за существенных изменений в российской экономике, обусловленных текущей ситуацией с COVID-19, ожидается значительное сокращение прибыли по итогам 2020 года до 1,7 2,1 млрд руб.

На Рисунке 2.6 представлено положение банка ВТБ в данном секторе экономики [8].

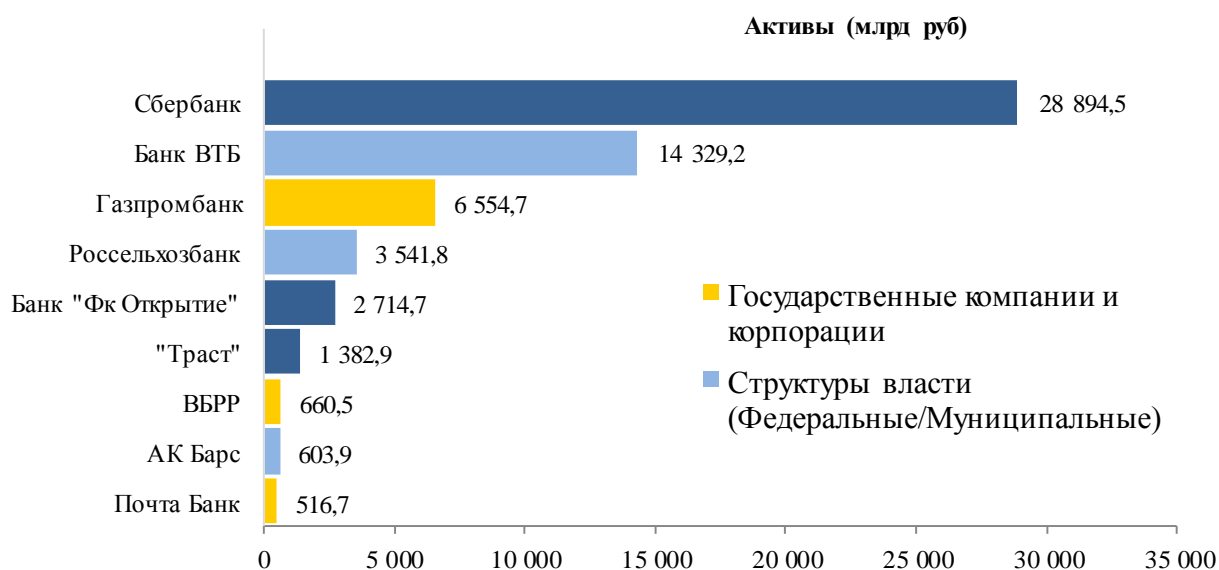


Рисунок 1 – Банки, входящие в 100 крупнейших по размеру активов

Крупнейшим ипотечным кредитором в России является Сбербанк с долей 42,1%, на втором месте Банк ВТБ с долей 22,2%, бронзовое место занимает Газпромбанк с долей 3,5%.

Анализ пяти конкурентных сил по модели Портера:

1. уровень угрозы со стороны товаров заменителей средний. Многие банки сегодня предлагают клиентам более гибкие решения;
2. уровень угрозы внутриотраслевой конкуренции средний. Банк ВТБ не отличается развитой сетью компаний партнеров, программами лояльности или повышенным кэшбеком;
3. уровень угрозы со стороны новых игроков низкий. Высокие барьеры входа и высокие первоначальные инвестиции;
4. уровень угрозы потери текущих клиентов средний. Большая часть клиентов банка имеют кредит/ипотеку в ВТБ или получают зарплату на карту ВТБ;
5. уровень угрозы нестабильности поставщиков низкий. Не сильно развитая сеть партнеров, угроза их нестабильности на сегодняшний день низка.

Рекомендации:

- сделать возможным использование продуктов банка и получение необходимых справок/документов с помощью мобильного приложения.
- создавать продукты с меньшей стоимостью обслуживания, сделать возможным полностью конвертировать кэшбек в рубли и др.
- разработать специальные предложения для молодежи, расширить круг партнеров. Тщательный отбор и мониторинг поставщиков. Разработка планов управления рисками.

Но недостаточно проанализировать только внутреннюю среду банка для того, чтобы определить стратегию поведения и привести эту стратегию в жизнь. Необходимо понимать какое место на рынке банковских услуг занимает ВТБ, какой у него потенциал, а также выявить существующие угрозы и возможности. Для этого проанализировали конкурентный профиль и оценили, насколько успешна деятельность банка и в чем ВТБ проигрывает конкурентам.

Как показано в Таблице 2, абсолютно все четыре банка конкурентоспособные и у каждого из них приблизительно одинаковые показатели.

Сбербанк остается неизменным лидером за счет доли рынка и финансового положения. Но сильно проигрывает конкурентам по качеству оказываемых услуг, что сказывается на лояльности клиентов.

Банк Тинькофф имеет относительно не большую долю рынка и финансовую стабильность, как Сбербанк, ВТБ. Он получает лояльность клиентов за счет высокого качества предлагаемых услуг и умеренной ценовой политики по сравнению с конкурентами.

Таблица 2 – Матрица конкурентного профиля

| Факторы успеха | Вес | Банк ВТБ | | Сбербанк | | Тинькофф | | Альфа-Банк | |
|----------------------|-----|----------|-------------------|----------|-------------------|----------|-------------------|------------|-------------------|
| | | Рейтинг | Взвешенная оценка | Рейтинг | Взвешенная оценка | Рейтинг | Взвешенная оценка | Рейтинг | Взвешенная оценка |
| Доля рынка | 0,2 | 2 | 0,4 | 1 | 0,2 | 4 | 0,8 | 3 | 0,6 |
| Финансовое положение | 0,3 | 2 | 0,6 | 1 | 0,3 | 4 | 1,2 | 3 | 0,6 |
| Качество услуг | 0,3 | 2 | 0,6 | 3 | 0,9 | 1 | 0,3 | 3 | 0,6 |
| Ценовая политика | 0,1 | 4 | 0,4 | 3 | 0,3 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Лояльность клиентов | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Итого: | 1 | | 2,3 | | 2 | | 2,5 | | 2,2 |

Альфа-Банк в ценовой политике проигрывает ВТБ, а качество оказываемых услуг у них на одном уровне. Однако лояльность клиентов Альфа-Банка выше, чем у клиентов ВТБ.

ВТБ немногим уступает Тинькофф-банку, что говорит о хорошем положении банка на рынке. Финансовое положение и доля рынка крупного банка, качество предоставляемых услуг положительно сказывается на рейтинге ВТБ. Однако ВТБ стоит усиленно поработать над ценовой политикой и лояльностью клиентов.

Из приведенных данных можно сформулировать следующие преимущества банка и наметить ближайшие цели для повышения конкурентоспособности банка ВТБ:

Таблица 3 – Цели и преимущества ПАО «ВТБ» по сравнению с конкурентами

| Текущие маркетинговые цели | Преимущества перед конкурентами |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - стать банком первого выбора для клиентов и обеспечить лидирующие позиции по качеству сервиса и удобству клиентских путей - ускорение цифровизации бизнеса - построение передовой операционно-технологической платформы | <ul style="list-style-type: none"> - большой набор инструментов для ведения бизнеса - работает и с малым, и со средним, и с крупным бизнесом - большое количество отделений по стране - выгодные ставки по рефинансированию кредитов |

В настоящее время мало уделяется внимания молодому поколению, а именно потенциально платежеспособной целевой аудитории молодых людей с семьей от 25 до 35 лет и молодежи от 16 до 24 года, с доходами ниже среднего. Рекламная кампания должна быть более привлекательна для рассматриваемых возрастных категорий, чтобы появился интерес к предлагаемым продуктам. Один из возможных вариантов привлечения молодежи –

устроить рекламную компанию с медийной личностью, которая пользуется популярностью у этой категории людей.

Необходимо пересмотреть ценовую политику условий пользования дебетовыми картами с пакетом услуг «Мультибонусы». Сделать ее более выгодной, предложить больший ассортимент выбора кэшбэка и расширить сеть партнеров, снизить сумму минимальных покупок с 5000 рублей до 2500 рублей и при этом снизить комиссию за списание до 150 рублей, если не выполняются условия ПУ. Таким образом, появится больше желающих подключать ПУ, лояльность клиентов будет расти.

Так же продолжать развитие маркетинговой структуры и не снижать затраты. Максимально переводить все услуги в онлайн, чтобы снизить негатив клиентов и сделать более доступными предлагаемые услуги. Тем самым повышать лояльность клиентов.

Список литературы

1. Роуз Р. Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Р. Роуз, Д. Пулицци. – Москва: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
2. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. – Санкт-Петербург: Изд-во Питер, 2010. – 240 с.
3. Малюгин А. Н., Третьякова И. Н., Дорожкина Н. В. Актуальные аспекты подготовки конкурентоспособных выпускников высших учебных заведений / Стандарты и мониторинг в образовании, 2019. Т. 7. № 6. С. 18-21.
4. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – Москва: Изд-во Альпина Паблишер, 2018. – 153 с.
5. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. Второе издание. / В. Холмогоров. СПб: Изд-во Питер, 2014. – 272 с.
6. Портал банковской аналитики. [Электронный ресурс]. – <https://www.sberometer.ru>.
7. Официальный сайт банка ВТБ ПАО. [Электронный ресурс] <https://www.vtb.ru>.
8. Рейтинг банков России. [Электронный ресурс] – <https://www.banki.ru>.

Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА

В условиях функционирования рыночных отношений сформировались новые условия работы образовательных учреждений высшего образования и науки, обусловленные изменением числа вузов, воздействием де-

мографических факторов, ограниченностью бюджетного финансирования результатом чего стало усиление конкурентного противостояния на рынке образовательных услуг [1-3]. В связи с этим актуальной становится проблема поиска источников устойчивого развития и обеспечения их конкурентоспособности. Для ее решения возрастает роль преподавателя, что усиливает нарастание требований к качеству осуществления им профессиональной деятельности.

Неоднозначный и противоречивый характер протекания процессов воспроизводства персонала высших учебных заведений повышает важность анализа конкурентных преимуществ преподавателя, что даст возможность получить объективные данные о текущем состоянии и будущем воспроизводстве персонала высшей школы и выявить потенциал для создания конкурентных преимуществ. Исследование конкурентных преимуществ педагогических работников обеспечит формирование информации для принятия не только кадровых управленческих решений, но и для разработки стратегии развития высшего учебного заведения. Как следствие, данная оценка будет выполнять функцию средства контроллинга в менеджменте образовательной организации и влиять на динамику и состояние ее развития [4]. Специалисты придерживаются мнения, что конкурентоспособность преподавателя вуза представляет собой комплексную оценку уровня развития его научного, педагогического и воспитательного потенциала, характеризующего возможности выполнять научно-педагогическую работу и оказывать образовательные услуги, уровень качества которых отвечает образовательным стандартам и требованиям потребителей. При этом конкурентные преимущества преподавателя обуславливаются не только качественными критериями, максимально близкими к оценке уровня образования в высшем учебном заведении, а также социально-экономическими и производственно-техническими факторами использования способностей преподавателя в данной деятельности. Поэтому понятие конкурентоспособности также несет в себе и потенциал научно-педагогического работника к корпоративным достижениям его степень участия в достижении целей вуза наиболее эффективно. Конкурентное преимущество преподавателей представляют собой компетентность и свойство научно-педагогической деятельности, обеспечивающие вузу преимущественное положение относительно других вузов, являющихся по отношению к нему конкурентами при реализации образовательной программы, что дает ему возможность занимать наилучшие позиции на определенном рынке образовательных услуг.

Таким образом, качество деятельности преподавателя, как показывают результаты проведенных специалистами исследований, становится наиболее значимым элементом конкурентоспособности педагогических работников. Исходя из этого, оценку конкурентоспособности дают по итогам изучения внешних и внутренних конкурентных преимуществ [5, 6]. Первые из перечисленных можно

отнести к общим характеристикам конкурентоспособности вуза, в котором осуществляет профессиональную деятельность этот преподаватель. Вторые, то есть внешние преимущества, определяются комплексом профессиональных и личностных характеристик данного педагогического работника. Остановимся на них подробнее для раскрытия. К примерным характеристикам конкурентных преимуществ персонала из всего многообразия можно отнести конкурентоспособность фирмы-работодателя для персонала, генетические характеристики, обуславливающие конкурентные преимущества (например, физические данные, темперамент), деловые характеристики (знания, умения), коммуникабельность, самоорганизованность, возраст, здоровье.

Перечисленные характеристики персонала, вне всякого сомнения, могут быть отнесены и к научно-педагогическим работникам, однако, ввиду того, что преподаватель является ключевой фигурой в вузе, данный перечень подлежит дополнению, так как он сочетает намного больше индикаторов конкурентных преимуществ, в числе которых – профессиональная компетентность, а также такие характеристики научно-педагогического работника, как его статус в научном сообществе, педагогическое мастерство. Таким образом, при характеристике конкурентоспособности преподавателя необходимо рассматривать его во взаимосвязи с оказываемой им образовательной услугой, при этом, ввиду особенностей научно-педагогической деятельности, ему необходимо поддерживать, продолжать развитие своих профессиональных навыков, чтобы обеспечить высокое качество оказания данных услуг.

Во многих случаях для характеристики деятельности преподавателя используют самооценку, которая представляет собой способ оценивания им результатов работы на основе системы индикаторов, разработанных вузом. Самооценка имеет большое значение как для отдельно взятого преподавателя, так и в целом для всей образовательной организации: первому из перечисленных она дает возможность охарактеризовать результаты своей деятельности, а второму – сформулировать четкие цели на кратко- и долгосрочную перспективу, обнаружить проблемы и недостатки и выработать способы их решения и устранения. За рубежом процедура самооценки педагогических работников получила широкое распространение.

Субъективно конкурентоспособность преподавателя можно оценить по критерию эффективности его работы на основе общественного мнения, существующего внутри любой образовательной организации и за ее пределами в педагогическом и научном сообществе. Несмотря на то, что ввиду присущей субъективности оно не может выступать критерием оценки результатов его работы и конкурентоспособности, характер общественного мнения берут во внимание при приеме на работу, принятии решений о карьерном росте, назначении дополнительных надбавок к оплате труда.

По нашему мнению, каждый из приведенных выше методов оценки характеризую одну из сторон трудовой деятельности преподавателя. Для повышения объективности оценки конкурентных преимуществ требуется разработки системы индикаторов, всесторонне характеризующих его работу и дифференцируемых в зависимости от поставленной цели: учебно-методическая, научно-исследовательская, организационно-методическая и воспитательная работа, а также профессиональная компетентность, – и, что немаловажно, определить их весомость в интегральной оценке конкурентных преимуществ. Использование такой системы критериев оценки качества работы преподавателей даст возможность регулирования систему оплаты и стимулирования труда и определять конкурентные преимущества преподавателей.

Список литературы

1. Тюленева Т. А. Опыт организации и проведения производственной практики в вузе в период действия особого режима с использованием дистанционных образовательных технологий / Т. А. Тюленева // Открытое и дистанционное образование. – 2020. – № 1(77). – С. 47-53.
2. Самиева М. Ф. Повышение эффективности системы внутреннего контроля внеучебной работы высшего учебного заведения / М. Ф. Самиева, Т. А. Тюленева // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2020. – № 4 (40). – С. 215-223.
3. Тюленева Т. А. Опыт казахского гуманитарно-юридического инновационного университета в содействии трудоустройству выпускников / Т. А. Тюленева // Новый взгляд на систему образования: Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Прокопьевск, 10 апреля 2019 года / Ответственный редактор Е.Ю. Пудов. Прокопьевск: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. С. 0431-0432.
4. Алексеев С. С. Особенности конкурентоспособности педагогов / С. С. Алексеев // Педагогический журнал. – 2017. – Т. 7. – № 4 А. – С. 154–163.
5. Баянова А. Р. К вопросу о сущности конкурентоспособности преподавателя высшей школы в современных условиях / А. Р. Баянова // Казанский педагогический журнал. – 2017. – № 6 (137). – С. 24-30.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва: ИНФРА-М, 2000.

Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗИ КОРРУПЦИИ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ (ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ)

В процессе предпринимательской деятельности экономические субъекты нередко сталкиваются с явлениями недобросовестной конкуренции и коррупции, выступая в данных отношениях в качестве инициаторов, невольных соучастников либо потерпевших. Противоречивость симбиоза данных явлений в том, что коррупционные действия характеризуются весьма высоким уровнем латентности и трудности доказательства, в то время как факты недобросовестной конкуренции зачастую очевидны, но не встречают должной реакции со стороны правоохранительных служб и контролирующих организаций, а сложность реагирования на недобросовестную конкуренцию заключается в наличии коррупционной составляющей в фактах ее проявления [1-3].

Существование недобросовестной конкуренции негативно отражается и на макроуровне. Для оценки взаимосвязи коррупции и недобросовестной конкуренции проведем исследования характеризующих их показателей, с этой целью нами выбраны государства разных уровней экономического развития. Для характеристики уровня коррупции использовались значения показателей «Индекс восприятия коррупции» по странам за последние 3 года (таблица 1).

Данные таблицы свидетельствуют о значительной амплитуде колебания индекса восприятия коррупции в каждом из лет рассматриваемого периода. Наиболее высокие значения – от 80 до 88 – сложились в Дании, Финляндии и Германии, это государства-рекордсмены, в которых наиболее благоприятная антикоррупционная ситуация. Также по этим государствам наблюдаются отсутствие либо незначительные (на 1 пункт) колебания данного показателя. Наименьшие значения индекса восприятия коррупции из рассматриваемых в таблице государства у трех бывших среднеазиатских республик СССР – Азербайджана, Узбекистана и Таджикистана (от 23 до 30) – а также у Афганистана (16 и 19) и Сомали (9-12). Также стоит отметить существенные положительные изменения данного показателя в течение 3 лет по ряду государств: Армения и Казахстан (+7 пунктов), Азербайджан (+5 пунктов) и Испания (+4 пункта), что указывает на успешные меры по антикоррупционной политике. Если рассматривать антикоррупционную ситуацию в Российской Федерации, то в нашей стране, несмотря на рост индекса за 2019-2020 гг. на 2 пункта, она остается неблагоприятной, так как значение данного показателя ниже, чем у стран-лидеров, более чем в 2,5 раза.

Таблица 1– Динамика индекса восприятия коррупции по странам за 2018-2020 гг. [4]

| Государства | 2018 год | 2019 год | 2020 год | Изменение | | |
|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | | 2018-2019 гг. | 2019-2020 гг. | 2018-2020 гг. |
| Дания | 88 | 87 | 88 | -1 | +1 | - |
| Финляндия | 85 | 86 | 85 | +1 | -1 | - |
| Германия | 80 | 80 | 80 | - | - | - |
| Япония | 73 | 73 | 74 | - | +1 | +1 |
| Франция | 72 | 69 | 69 | -3 | - | -3 |
| ОАЭ | 71 | 71 | 71 | - | - | - |
| США | 70 | 69 | 67 | -1 | -2 | -3 |
| Израиль | 61 | 60 | 60 | -1 | - | -1 |
| Грузия | 58 | 56 | 56 | -2 | - | -2 |
| Испания | 58 | 62 | 62 | +4 | - | +4 |
| Италия | 52 | 53 | 53 | +1 | - | +1 |
| Беларусь | 44 | 45 | 47 | +1 | +2 | +3 |
| Китай | 39 | 41 | 42 | +2 | +1 | +3 |
| Турция | 41 | 39 | 40 | -2 | +1 | -1 |
| Армения | 35 | 42 | 42 | +7 | - | +7 |
| Египет | 35 | 35 | 33 | - | - | -2 |
| Украина | 32 | 30 | 33 | -2 | +3 | +1 |
| Казахстан | 31 | 34 | 38 | +3 | +4 | +7 |
| Россия | 28 | 28 | 30 | - | +2 | +2 |
| Азербайджан | 25 | 30 | 30 | +5 | - | +5 |
| Таджикистан | 25 | 25 | 25 | - | - | - |
| Узбекистан | 23 | 25 | 26 | +2 | +1 | +3 |
| Афганистан | 16 | 16 | 19 | - | +3 | +3 |
| Сомали | 10 | 9 | 12 | -1 | +3 | +2 |

Для оценки ситуации с недобросовестной конкуренции для целей исследования из мировых рейтингов нами используется показатель простоты ведения бизнеса. Его выбор обусловлен участием в расчете параметров, которые потенциально могут содержать коррупционную составляющую или элементы недобросовестного противостояния (регистрация предприятий, получение разрешений на строительство, обеспечение исполнения контрактов, международная торговля и т. д.). Значения показателя по странам из выборки, представленной в таблице 1, показаны на рисунке 1.

По представленным данным можно судить о существовании связи простоты ведения бизнеса и коррупцией, так как страны с наибольшими значениями индекса восприятия коррупции, как правило, имеют максимальные значения индекса простоты ведения бизнеса, и наоборот. В государствах, подверженных коррупции и недобросовестной конкуренции, часты случаи злоупотреблений властью и достижения целей незаконными способами, и их экономики не способны развиваться так, как в низкор腐умпированных государствах.

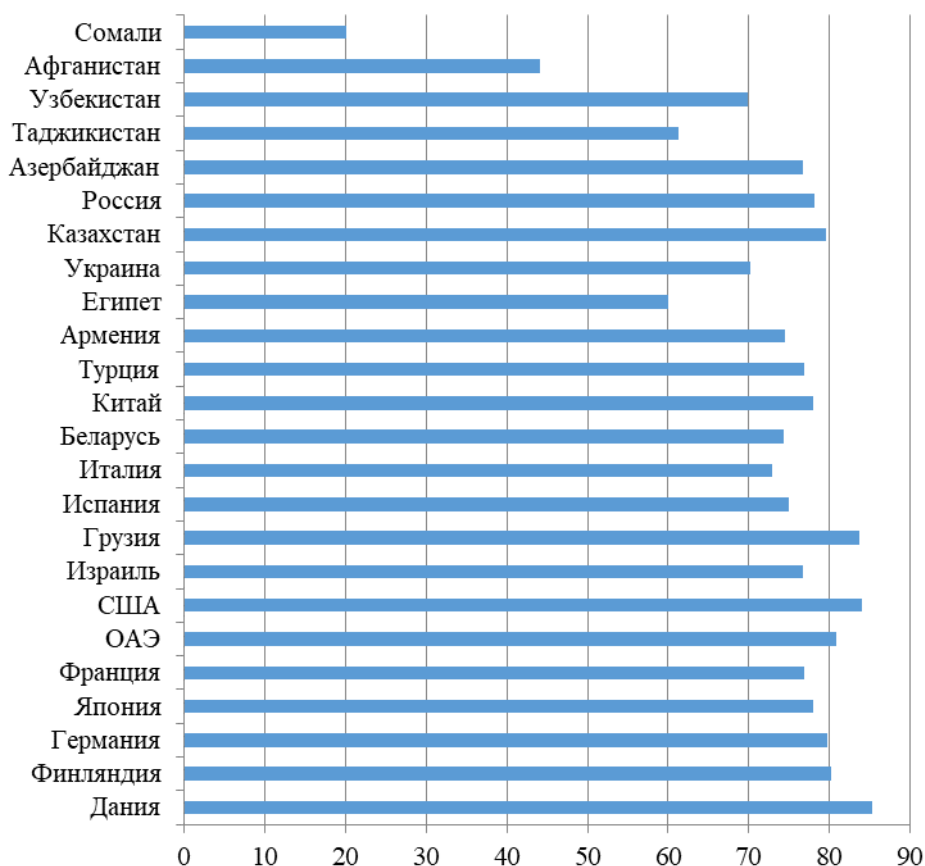


Рисунок 1 – Значения индекса простоты ведения бизнеса по странам в 2020 году [4]

Список литературы

1. Tyuleneva T. A. Improvement of Measures to Counteract Raider Acquisition of Kuzbass Coal Mining Enterprises / T. A. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : 3rd International Innovative Mining Symposium, IIMS 2018: Electronic edition, Kemerovo, 03–05 октября 2018 года. – Kemerovo: EDP Sciences, 2018. – DOI 10.1051/e3sconf/20184104019.
2. Tyuleneva T. A. Raiding as a Treat to Economic Security of Kuzbass Coal Mining Enterprises / T. A. Tyuleneva // E3S Web of Conferences : 3rd International Innovative Mining Symposium, IIMS 2018: Electronic edition, Kemerovo, 03–05 октября 2018 года. – Kemerovo: EDP Sciences, 2018. – DOI 10.1051/e3sconf/20184104016.
3. Тюленева Т. А. Влияние геополитических факторов на перспективы экономического сотрудничества России и Грузии / Т. А. Тюленева // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: Сборник статей по материалам V Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Курган, 07 февраля 2019 года / Под общей редакцией С.Ф. Сухановой. – Курган: Курганская государственная сельскохозяйственная академия им. Т.С. Мальцева, 2019. – С. 295-299.
4. Индекс восприятия коррупции. URL: <http://www.transparency.org/cpi> (дата обращения: 22.08.2020).

Фаляхов Руслан Фаридович, студент гр. ОУб-181
Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Уголь является важнейшим и самым доступным источником энергии на Земле. Около 40% энергии в мире производится из угля. На сегодняшний день мировой запас угля составляет 1074 млрд.т. и значительная часть месторождений находится в нескольких странах: США (23,3%), России (15,1%), Австралии (13,9%), Китае (13,2%), Индии (9,9%) [1].

Несмотря на высокую долю запаса угля в России, в угледобыче страна занимает шестое место в мире (таблица 1).

Таблица 1 – Доля угледобывающих стран в мировой добыче в 2020 году

| Страна | Добыча, млн.т. | Доля в мировой добыче, % |
|------------------|----------------|-----------------------------|
| Китай | 3902 | 50,4 |
| Индия | 756,5 | 9,8 |
| Индонезия | 562,5 | 7,3 |
| США | 484,7 | 6,3 |
| Австралия | 476,7 | 6,2 |
| Россия | 402,1 | 5,2 |
| ЮАР | 248,3 | 3,2 |
| Казахстан | 113,2 | 1,5 |
| Германия | 107,4 | 1,4 |
| Польша | 100,7 | 1,3 |
| Остальные страны | 587,5 | 7,4 |

По данным отчёта BP Statistical Review of World Energy-2021, добыча угля всех стран в 2020 году по сравнению с предыдущим годом снизилась на 5,1% – с 8075 до 7741 млн.т. [3]. На такой результат по угледобыче в мире в основном повлияла пандемия COVID – 19. Наибольшее снижение в млн.т. угля наблюдалось в США, Германии и Индонезии. У Китая же обратная ситуация – страна нарастила объёмы добычи.

На территории России существует несколько крупных месторождений угля, а именно бассейны: Кузнецкий, Печорский, Южно-Якутский и Донецкий. Кузнецкий бассейн является одним из самых крупных в мире, в нём добывается большая часть угля России. Доля Кузбасса на 01.01.2020 составляла 58% от общей добычи угля РФ. По данным ЦДУ ТЭК в 2020 году угольщиками Кузбасса добыто 220,7 млн.т. угля [2].

Сегодня угольная отрасль России проходит этап реформирования под контролем государства, в котором учитывается опыт зарубежных

стран. К сожалению, этот процесс затянулся. Причинами медленного развития отрасли в стране и её стагнации являются следующие:

- смещение баланса в российской экономике в сторону нефти и газа;
- низкая цена российского угля на мировых рынках;
- неконкурентоспособность продукции российского угольного машиностроения (подавляющая часть техники и горного оборудования приобретается за рубежом);
- недостаточное развитие Восточного полигона сети железных дорог;
- нехватка квалифицированных кадров на фоне тяжелых условий труда и низкой заработной платы;
- неразвитость инфраструктуры в новых районах добычи угля;
- низкий уровень исследований при проведении геологических работ;
- экспортная направленность в большей части на европейский рынок;
- рост негативного воздействия на окружающую среду и развитие альтернативных видов энергии.

Для решения проблем в угольной отрасли России с учетом уровня конкуренции по угледобыче в мире, правительство РФ приняло программу развития угольной отрасли на период до 2035 года. В программе предполагается инвестирование в отрасль 6 трлн.руб., включая 102 млрд.руб. из средств федерального бюджета [4].

Для увеличения конкурентоспособности и повышения эффективности угольной отрасли, принятая программа реализуется в 3 этапа [5]:

- до 2025 года, осуществление технического перевооружения и снижение травм и аварий на предприятиях;
- до 2030 года, завершения процесса реформирования с созданием новых центров угледобычи, внедрение научно-технических решений и современных технологий;
- до 2035 года, увеличение производительности труда на предприятиях до общемировых значений, внедрение технологий по глубокой переработке угля, достижение результативных показателей в области охраны окружающей среды и природопользования.

В условиях рыночной экономики на эффективность угледобывающих предприятий большое влияние имеет изменение конъюнктуры мирового угольного рынка. Поэтому программа предусматривает возможность роста экспортных поставок угля в страны Азиатско-Тихоокеанского региона через порты Дальнего Востока, южного и северо-западного направлений, а также Арктического бассейна.

Угольные компании Кузбасса с 2019 г. также ориентируются на увеличение поставок угля в Азиатско-Тихоокеанский регион.

На Восточном экономическом форуме 2021 года было отмечено, что к настоящему времени объемы экспорта угля в Китай могли бы быть

больше, если бы в России раньше начали увеличивать пропускные способности транспортной инфраструктуры [6].

Однако на форуме высказывались и сомнения по поводу выбранной стратегии развития угольной отрасли в данном направлении, поскольку Китай в апреле 2021 года на саммите по климату принял решение, что в период 2021–2025 годов будет строго контролировать проекты в сфере угольной энергетики, а в следующие пять лет постепенно сокращать потребление угля [7].

Несмотря на сегодняшние сложности в угольной отрасли России, кузбасский уголь сохраняет позиции высокого спроса. Кузбасский уголь на мировых рынках известен своим качеством, конкурентоспособностью по своей цене и надёжными поставками. Согласно прогнозам, ресурсы каменного угля Кузнецкого бассейна оцениваются в 302,61 млрд.т. [8].

Будущее угольной отрасли Кузбасса зависит от развития угледобывающей промышленности России, обусловленного программой, при реализации которой должны быть созданы условия для стабильного обеспечения внутреннего рынка углём и продуктами его переработки, а также для укрепления позиции на мировом рынке угля.

Сложность также добавляет сокращение инвестиций в угольную отрасль, так как множество инвестиций перешли на развитие «чистой» энергии, которая сможет улучшить экологическую ситуацию в мире. Однако нужно понимать, что потенциал угля не закончился, и ещё будет длительно время пользоваться спросом на рынке.

Россия имеет огромные запасы угля, а также возможности в реализации больших объёмов добычи угля. Принятая правительством РФ программа по поддержке угольной отрасли сможет повысить конкурентоспособность, эффективность угольных компаний во всей стране и увеличить долю по добыче на мировом рынке.

Список литературы

1. СГИ (Союз горных инженеров). Мировые запасы угля в 2020 году. – URL: <http://www.mining-portal.ru/publish/mirovyie-zapasyi-uglya-v-2020-godu/> (дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
2. Министерство энергетики. Добыча угля. – URL: <https://minenergo.gov.ru/node/435> (дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
3. СГИ (Союз горных инженеров). Добыча угля по странам в 2020 году. – URL: <http://www.mining-portal.ru/publish/dobyicha-uglya-po-stranam-v-2020-godu/> (дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
4. Лялин А.М., Зозуля А.В., Еремина Т.Н., Зозуля П.В. Современные тенденции развития угольной промышленности с учетом влияния пандемии // Уголь. 2021. №5 (1142). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-ugolnoy-promyshlennosti-s-uchetom-vliyaniya-pandemii> (дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.

5. Правительство России. Программа развития угольной промышленности России на период до 2035 года. – URL: <http://static.government.ru/media/files/OoKX6PriWgDz4CNNAxwIYZEE6zm6I52S.pdf> (дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
6. VSE42.RU. Упущенной выгода угольной отрасли из-за позднего расширения дорог под экспорт угля. - URL: <https://vse42.ru/news/32535185> дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
7. РБК. Провал угольной стратегии. - URL: <https://www.rbc.ru/business/03/09/2021/61318fd59a79477794856da6> дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
8. Промышленность Кузбасса. Угольная промышленность. – URL: <https://vvk-kuzbass.ru/industries/ugolnaya-promyshlennost/> дата обращения: 08.09.2021). – Текст: электронный.
9. Михайлов В.Г., Бугрова С.М., Якунина Ю.С. и др. Исследование основных показателей горно-эколого-экономической системы //Уголь. 2019. № 9 (1122). С. 106-111.

Фаляхов Руслан Фаридович, студент гр. ОУб-181
Научный руководитель – Галанина Татьяна Вадимовна, к.с.-х.н., доцент
(КузГТУ, Кемерово)

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Предприятия, нацеленные на получение экономического результата за счет сокращения объема потраченных ресурсов, начинают поиск способов по снижению потерь. К модернизированным моделям экономичного расходования ресурсов функционирования предприятия относят технологии бережливого производства. Целью работы явилось исследование основных инструментов бережливого производства для возможности их дальнейшего применения в практической деятельности.

Внедрение модели бережливого производства достигается за счет следующих элементов [1]:

- стандартизация работы;
- организация рабочего пространства (5С);
- картирование потока создания ценности;
- визуализация;
- быстрая переналадка (SMED);
- точно в срок (Just in time);
- всеобщее обслуживание оборудования (TPM);
- защита от непреднамеренных ошибок (Рока-Уоке);
- Кайдзен (KAIZEN);
- U-образные ячейки.

Стандартизация работы является инструментом упорядоченного составления единого централизованного пакета действий по достижению

поставленной задачи с позиции минимального расходования ресурсов на ее реализацию. В этом пакете четко и регламентировано указано время на совершение производственной операции, предельный объем ресурсов (материальных, финансовых, трудовых), отражена последовательность действий трудового коллектива по созданию ценности и прохождению ее по этапам технологи для достижения заданных параметров технологических свойств и системных показателей качества.

Данный инструмент должен быть прост в своем применении, а сформированный свод действий и шагов по достижению производственной цели легко трактоваться каждым сотрудником, участвующим в данной технологической цепи бережливого производства.

Способом наглядного отражения реализации шагов в рамках единого документа стандартизации является применение графиков, схем, чертежей наглядного визуального осознания персоналом тех действий, которых от них требует инструктивный план по стандартизации. Считается, что методы стандартизации упрощают взаимоотношения внутри трудового коллектива по однозначному восприятию необходимых предусмотренных технологией производства действий, повышению уровня согласованности и корпоративного единства в достижении экономических результатов субъектом хозяйствования.

Организация рабочего пространства или 5С – пять взаимосвязанных условий организации рабочего пространства, ориентированных на мотивацию и вовлечение сотрудников в процесс совершенствования продукции, процессов, системы менеджмента, снижения потерь, повышения безопасности и удобства в работе [2].

Эти условия являются постоянными, ключевыми для субъекта хозяйственных взаимоотношений, без них модернизированная система организации рабочего пространства практически не может существовать. Система 5С включает в себя следующие этапы:

- Сортировка
- Соблюдение порядка
- Содержание в чистоте
- Стандартизация
- Совершенствование

Результатирующая эффективность применения модели 5С реализуется в сокращении временных потерь на поиск средств труда, инструментов, инвентаря, в формировании унифицированных типовых рабочих мест, в росте производительности труда, вследствие сокращения необоснованных потерь рабочего времени.

Карта потока создания ценности (КПСЦ) – инструмент методологии Lean, основной задачей которого является построение и моделирование дорожной карты формирования и продвижения потока материальных ресурсов вдоль производственной цепочки формирования ценности. За счет гибкого прозрачного формирования модели, пользователь и аналитик

может сразу определить те узкие места и проблемные области производственного процесса, которые при тратах времени не создают ценность для потребителя [7].

Корректировка данных зон и предполагает собой практическое применение КПСЦ.

Визуализация предполагает собой внедрение такой технологии бережливого производства, при которой каждый сотрудник коммерческого субъекта будет точно и наглядно видеть, где расположены инструменты и орудия труда, как и каким образом со всей понятностью он должен выполнять свои трудовые функции.

Формами прикладного применения технологий визуализации предполагает собой:

Отражение в виде фотографии того идеального состояния как должно выглядеть рабочее место, как и каким образом сотрудник предприятия должен выполнять свою работу, что является первичным, а что вторичным при реализации трудовых функций. Как и где должны располагаться выходные продукты труда, как выстраиваются логистические цепочки их дальнейшего продвижения в рамках потока формирования ценности для потребителя.

Формирование наглядной визуализированной разметки передвижения потоков материальных ресурсов от одного этапа производственного процесса к другому. Могут быть применены стрелки, пунктирные и сплошные линии, дописаны отдельные слова в разметку и т.п.

Применение цифровизации в отражении достигнутых показателей (индикаторов) деятельности по созданию ценности для потребителя [1].

Различают следующие варианты визуализации индикаторов:

Андон – технология световых индикаторов результативности производственного процесса. Чем-то технология схожа со светофором: зеленый цвет – производство идет своим ходом не требует вмешательства, желтый цвет лампы индикатора – возникли проблемы, но текущего характера, наличие красного цвета – ситуация выходит из под контроля, необходимы четкие быстрые меры по решению проблемы.

Ценные доски, представляют собой планшетные изделия из легкого пластика, которые размещают на стенах для последующего прикрепления к ним картинок, графиков и иной визуальной информации для неограниченного круга пользователей.

Канбан – технология, позволяющая менеджменту предприятия осуществлять контроль за качеством и непрерывностью производственного процесса при помощи специальных информационных карт, которые содержат все сведения о факте прохождения этапа процесса производства для занесения данных в следующий этап. Система позволяет обеспечить передачу информации в следующее производственное звено о необходимости, к примеру, направить партию в таком-то количестве на склад для последующей отгрузки покупателю;

Камишибай, представляющий способ доведения менеджерами коммерческого субъекта поручений и информации до подчиненных при помощи картинок и графических изображений с выражением идеологии производства, ее технологии и порядка прохождения производственных этапов.

Еще одним инструментом бережливого производства является **быстрая переналадка (SMED)**, которая предполагает формирования модели по обеспечению эффективности работы оборудования, сокращения простоев технологических линий и цехового оборудования из-за поломок.

Формирование оптимального расходования имеющихся материальных, финансовых и трудовых ресурсов субъекта хозяйственных отношений предполагает другая модель бережливого производства, именуемая в научной литературе как **«Точно в срок» (Just in time)** [4].

Концепция данной технологии предполагает получение и использование только того объема ресурсного потенциала предприятия, который нужен в данный момент времени на конкретно данном этапе производственного цикла. Поставляемые на этап производства точно в срок ресурсы уже с большей эффективностью преобразуются в канале потока формирования ценности в готовый продукт, интересующий потребителя.

При данном типе бережливого производства используется минимальное количество поставщиков сырья, которые уже неоднократно проверялись предприятием и зарекомендовали себя в качестве надежных поставщиков, способных доставить точное ограниченное количество сырья в заданный момент времени.

Еще одним инструментом бережливого производства является **всеобщее обслуживание оборудования (TPM, от английского Total Productive Maintenance)** [3].

Данная форма бережливого производства предполагает совместную деятельность по ремонту оборудования в случае необходимости со стороны непосредственного пользователя – рабочего и бригады ремонтников.

Данная технология предполагает обучение пользователей оборудования первичным навыкам по профилактике ремонта, включая периодическую смазку внешних узлов, движущихся элементов, чистку элементов вращения от пыли, мелких частиц и грязи. Возможна также частичная замена расходных элементов в оборудовании самим пользователем, если он пройдет соответствующее обучение, которое не займет столь продолжительного периода времени.

В последнее время успешную апробацию на российских предприятиях прошел еще один инструмент бережливого производства – **(Poka-Yoke)**, предполагающий создание таких условий производства и труда, когда пользователь будет защищен от возможных совершенных им ошибок в ходе процесса производства, либо сможет установить признаки совершения таких ошибок в ходе производства [14].

Реализуется данная технология через функцию предупреждения, когда технологическая операция не начнется, пока не будет устранена первичная ошибка, которая возникла в технологическом процессе еще до ее начала, функцию контроля, а также остановки работы технологической системы в связи с браком на предыдущем этапе производства.

Генеральная цель ввода технологии Poka-Yoke - сокращение количества бракованных изделий среди готовой продукции, причем важным фактором является выявление скрытых дефектов, которые не удастся выявить визуальным путем в ходе процесса производства.

Тем самым данная модель бережливого производства направлена на повышение качества ценности, доводимой потребителю.

Кайдзен (KAIZEN) – это философия постоянных и непрерывных улучшений шаг за шагом бизнес-процессов организации в целом или каждого отдельного процесса в частности [6].

Технология направлена на формирование инициативы со стороны работников кадрового состава предприятия по совершенствованию того этапа и элемента производства, за который он несет ответственность.

Важным является то, что философия KAIZEN выступает гарантированным элементом мотивации отдельных рабочих в сформированном корпоративном духе оказания помощи своими наработками и идеями всей организации в целом.

Среди преимуществ введения технологии бережливого производства в формате KAIZEN можно выделить следующие:

- возможность апробации и использования инструмента производства практически любым предприятием без несения дополнительных затрат;
- внутренний оборот применения технологии позволит скрыть от внешней среды изменения в положительном плане развития технологии производства, совершенствования общей экономической системы функционирования субъекта рыночных отношений;
- способствует участию практически всех сотрудников в создании инициативной группы и поддержке конструктивных предложений по улучшению производственных процессов внутри предприятия;
- ориентир на постоянное совершенствование и пересмотр действующих технологических и производственных процессов предприятия через механизм ввода незначительных, но постоянных модификаций и улучшений.

В целях сокращения передвижений персонала и находящейся на разных этапах производства продукции и заготовок рекомендуется в рамках концепции бережливого производства применение **метода U-образных ячеек**.

Ключевой идеей технологии является расположение машин и оборудования в виде английской буквы «U» для того, чтобы рабочий мог осу-

ществлять выполнение операций производственного цикла последовательно переходя от одного вида оборудования к другому.

Завершающий этап производства продукции на данном технологическом этапе располагается рядом с первым, что позволяет ускорить процесс цикличности перехода к новой операции уже с другим сырьем.

Технология U-образных ячеек существенно повышает ритмичность производства.

Внедрение данных моделей будет способствовать повышению производительности труда как неотъемлемого фактора роста выручки от реализации, соответственно увеличения прибыли и достижения одной из основных задач бизнеса – улучшения финансовых результатов.

Список литературы

1. Вумек Джеймс П. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Вумек Джеймс П. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 605 с.
2. Вэйдер Майкл Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства / Майкл Вэйдер. - М.: Альпина Паблишер, 2017. – 125 с.
3. Кудухов В. В. Информационные источники и задачи анализа финансовых результатов предприятия / В.В. Кудухов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – 2017. – Т. 1. – № 4. – С. 16-18.
4. Луистер Т. Бережливое производство: от слов к делу / Т. Луистер, Д. Теппинг; пер. с англ. А. Л. Раскина. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2018. – 132 с.
5. Манн Д. Бережливое управление бережливым производством / Д. Манн; пер. с англ. А. Н. Стерляжникова. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2017. – 208 с.
6. Масааки И. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2018. – 214 с.
7. Фейгенсон Н.Б. «Бережливое производство и системы менеджмента качества». – И.: Москва - Санкт-Петербург. – 2020. – 72 с.

Хромов Егор Андреевич, студент гр. ФКмз-191

Научный руководитель – Шилова Анна Эдуардовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ: АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ОСНОВ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Одно из самых сложных понятий в финансово-экономическом анализе – это оборотные средства. На разных этапах развития экономической мысли существовало множество различных концепций и подходов к содержанию данного понятия [2].

Оборотные активы – довольно молодое понятие и встречается в финансовой литературе с начала XX века. Финансируемые затраты предприятий, а также расчетно-платежное обслуживание оборота денежных средств – признавались основной функцией оборотных активов [1].

На данном этапе становления экономической науки существует множество понятий, которые могут быть использованы в качестве синонимов, но иметь различные особенности в части их смысловой нагрузки – это оборотные активы, оборотный капитал, оборотные средства, оборотные фонды, текущие и мобильные активы [3, 4].

На рисунке 1 можно отобразить три стадии прохождения процесса применения оборотных активов, при котором активы меняют свое экономическое выражение.

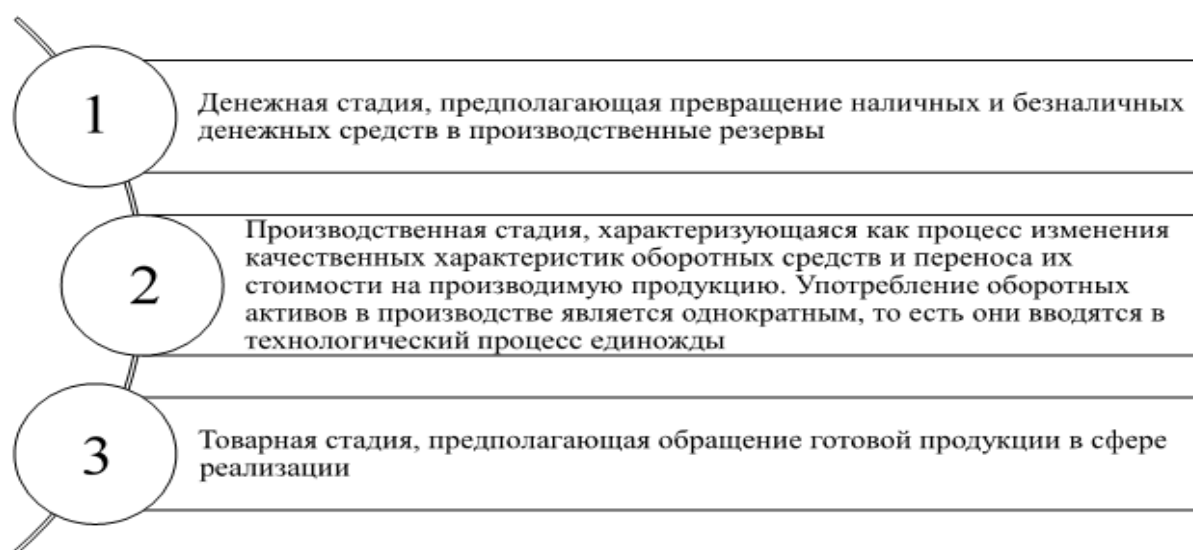


Рисунок 1 – Стадии применения оборотных активов

Проведя анализ литературных источников, можно прийти к выводу о том, что ученые, изучающие область управления активами предприятия, выделяют большое количество различных подходов к определению оборотных активов.

На рисунке 2 представим известные методы определения потребности и управления оборотными активами в различных организациях.

Подводя итог можно сделать вывод о том, что алгоритмы расчетов, которые были представлены выше целесообразно применять при оценке финансового состояния организации или субъектов, окружающей финансовой среды, а также при управлении имуществом и обязательствами хозяйствующего субъекта по данным бухгалтерского учета.

В качестве примера проведем анализ оборотного капитала ООО «БКС». Анализируемый период – 2018-2020 гг.

ООО «БКС» является организацией, осуществляющей обслуживание процесса по производству и транспортированию тепловой энергии, добыче и транспортированию холодной воды, сбору и очистке канализационных стоков, обслуживанию оборудования сетей и сооружений теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения.

За 2018-2020 гг. состояние предприятия ООО «БКС» значительно улучшилось. Анализ динамики основных экономических показателей продемонстрировал, что деятельность организации стала эффективнее, это подтверждает рост выручки, прибыли от продаж, чистой прибыли, а также рост рентабельности продаж и активов.

По полученным расчетам можно сделать вывод о том, что за 2018-2020 гг. объем оборотных активов на анализируемом предприятии увеличился на 30 894 тыс. руб. За 2018-2019 гг. данный показатель снизился на 30 542 тыс. руб. или на 29,82%, а за 2019-2020 гг. на 61 436 тыс. руб. или на 85,47%.

На рисунке 3 продемонстрируем динамику оборотных активов ООО «БКС» за период 2018-2020 гг. для большей наглядности.



Рисунок 2 – Методика определения потребности в оборотных активах

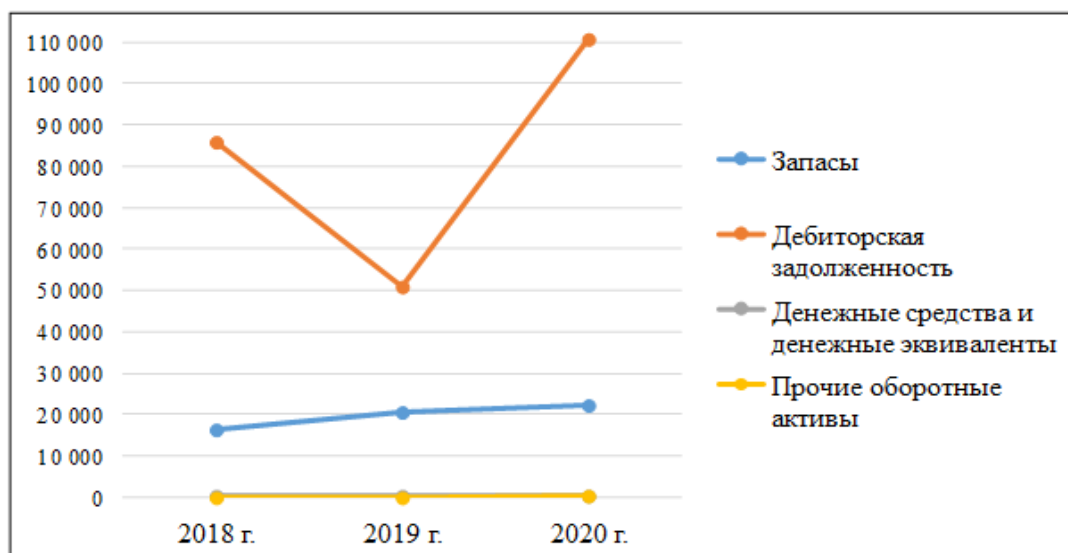


Рисунок 3 – Динамика оборотных активов, тыс. руб.

За проанализированный период основной удельный вес в оборотных активах занимает дебиторская задолженность: в 2018 г. – 83,6%, в 2019 г. – 70,6%, а в 2020 г. – 82,9%. В составе дебиторской задолженности наибольший удельный вес занимают расчеты с покупателями и заказчиками.

За проанализированный период основной удельный вес в оборотных активах занимает дебиторская задолженность: в 2018 г. – 83,6%, в 2019 г. – 70,6%, а в 2020 г. – 82,9%. В составе дебиторской задолженности наибольший удельный вес занимают расчеты с покупателями и заказчиками.

На протяжении всего рассматриваемого периода структура оборотных активов характеризуется преобладанием дебиторской задолженности. Несмотря на суммарное увеличение объема запасов, их доля в составе постепенно снижается. Долю денежных средств и прочих оборотных активов не принимается внимание, так как была незначительной.

Структура оборотных активов в 2020 году показана на рисунке 4.

Анализ оборотного капитала и источников его формирования дает предприятиям возможность осуществления его аналитического обоснования (расчет коэффициентов, анализ финансовой устойчивости, обзор структуры и динамики оборотного капитала).

Данный расчет позволяет предприятию занять более выгодную нишу на рынке, определить наилучшее соотношение, состав и структуру источников формирования капитала.

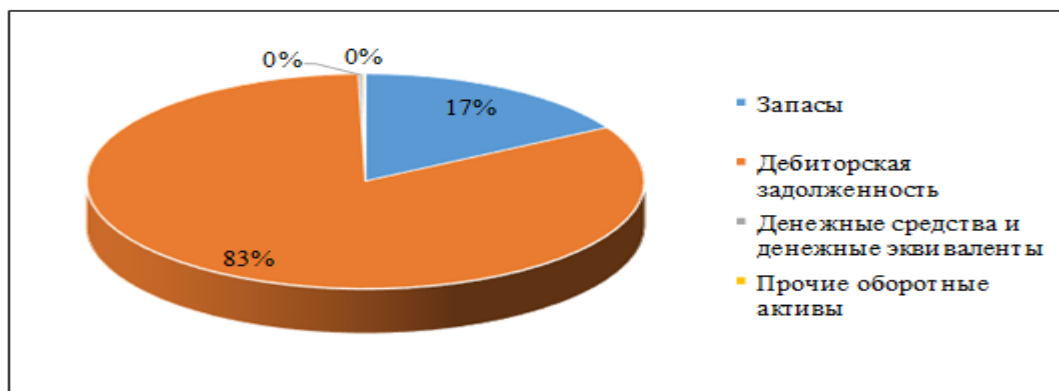


Рисунок 4 – Оборотные активы ООО «БКС»: структура в 2020 году

Список литературы

1. Абдикеев Н. М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса [Текст]: учебник / Н.М. Абдикеев, А.Д. Киселев; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 382 с.
2. Герасимова Е. Б. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями [Текст]: учебное пособие / Е.Б. Герасимова, Д.В. Редин. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 192 с.
3. Канке А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечая. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2018. – 288 с.
4. Кобелева И. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций [Текст]: учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 256 с.

Черных Татьяна Васильевна, магистрант гр. УУмоз-191
 Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
 (КузГТУ, г. Кемерово)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Период 2021 года характеризуется высоким уровнем конкуренции внутри строительной отрасли экономики Российской Федерации. Из-за этого, предприятиям необходимо проведение мероприятий совершенствования своей управленческой деятельности, что возможно благодаря организации системы управленческого учета.

Актуальность научного исследования на тематику «совершенствование системы управленческого учета предприятия в конкурентной среде» обусловлена несколькими факторами:

- во-первых, специфическими особенностями организации управленческого учета в строительных организациях, из-за чего формируются различные проблемы и трудности учетной системы;

- увеличением степени конкурентной борьбы в строительной отрасли экономики, что вынуждает формирование механизмов совершенствования системы управленческого учета.

По этой причине, целью научной работы выступает разработка возможных направлений, путей, механизмов и инструментов совершенствования системы управленческого предприятия, функционирующего в условиях повышенной конкурентной среды строительной сферы экономики.

Управленческий учет, представляет собой систему, которая обеспечивает получение, и поставку сведений, которые необходимы для правильного функционирования системы управления в организации.

Основной целью построения системы управленческого учета является формирование инструментов в виде отчетности анализа данных и информации, которые необходимы для разработки и принятия управленческих решений на уровне предприятия [6].

В современных условиях хозяйствования обеспечению долгосрочного, эффективного функционирования и развития строительных предприятий, а также достижению ими оперативных и стратегических целей будет способствовать использование в процессе управления системы управленческого учета и отчетности [7].

Основными особенностями построения системы управленческого учета в строительных организациях является необходимость соблюдения ключевых принципов, к которым относятся добровольность организации и ведения управленческого учета, экономическая обоснованность, ориентация на конкретные потребности, оперативность, достоверность и релевантность степени надежности предоставляемой информации.

При этом на особенности управленческого учета в строительных организациях влияют такие характерные различия отрасли, как [1;4]:

- длительные сроки реализации инвестиционных проектов;
- усложненная организационная структура;
- наличие субподрядчиков и их расходов;
- высокие объемы незавершенного производства и строительства;
- обширная база нормативных документов, регулирующих хозяйственную деятельность строительных предприятий со стороны государства.

Исходя из наличия данных особенностей организации системы управленческого учета в строительных предприятиях необходимо предложение следующих направлений того, как совершенствовать учетную деятельность данного бизнеса.

С учетом того, что современные условия строительной отрасли российской экономики характеризуются цифровой трансформацией, то целесообразно способствовать автоматизации и цифровизации системы управленческого учета и в организациях.

По мнению А.У. Панахова, из-за цифровой экономики наблюдаются следующие тенденции трансформации системы управленческого учета в отечественной практике, как [5]:

1. Визуализация управленческой отчетности при помощи дополнительных визуальных объектов, компьютерных программ и цифровых систем.

2. Ускорение интеграции управленческого учета с системой бюджетирования организации.

3. Типизация методологии, предлагаемая консультантами и специалистами по внедрению программных продуктов.

4. Увеличивающийся разрыв между децентрализованными финансовыми данными компаний и централизованной системой управленческого учета.

5. Исходя из этого, стратегическим направлением совершенствования системы управленческого учета предприятия строительной отрасли в условиях цифровой экономики и конкурентной среды могло бы выступать формирование нового класса специалистов по архитектуре управленческого учета.

Исходя из этого, стратегическим направлением совершенствования системы управленческого учета предприятия строительной отрасли в условиях цифровой экономики и конкурентной среды могло бы выступать формирование нового класса специалистов по архитектуре управленческого учета.

Их характерной особенностью являлось бы сочетание следующих качеств:

- с одной стороны, такие специалисты обладали бы достаточными знаниями в методологии управленческого учета;

- с другой стороны, такие специалисты были бы приближены к работе IT-служб и понимали внутреннюю структуру программных продуктов, и, таким образом, могли бы системно выстраивать и оптимизировать систему бизнес-данных, начиная с децентрализованных систем оперативного управления и заканчивая сводными консолидированными бюджетами.

В.А. Готовчикова и В.С. Коломенцева выделяют следующие актуальные проблемы организации управленческого учета предприятий, как [2]:

- неполное функционирование системы управленческого учета, отсутствие делегирования полномочий при обеспечении ее задач;

- использование упрощенной методики калькуляции затрат и себестоимости;

- отсутствие объективности в показателях себестоимости;

- слабое обеспечение принимаемых управленческих решений в стратегическом развитии бизнеса;

- не всегда ясны и оптимизированы источники финансирования хозяйственной деятельности;

- фрагментарное отражение информации в управленческой отчетности;
- низкий уровень автоматизации в организации системы управленческого учета.

С целью решения вышеперечисленных проблем можно предложить следующие направления совершенствования системы управленческого учета строительного предприятия в условиях конкурентной среды:

1. Модернизация концепций и использование для этого новых методологий.
2. Модернизация формы управленческой отчетности организации.
3. Внедрение инноваций в управленческой и отчетной деятельности.
4. Применение технологий цифровизации и автоматизации системы управленческого учета.
5. Использование оптимизации и моделирования бюджетирования.
6. Формирование синхронизации процессов управленческого учета с коммуникациями, информацией и бизнес-процессами внутри строительной организации.
7. Оптимизация системы менеджмента по результатам, ответственности, качеству решений.

Как видим, основные направления совершенствования системы управленческого учета предприятия в конкурентной среде так или иначе связаны с необходимостью автоматизации и цифровизации. По нашему мнению, наиболее актуальной технологией в цифровизации управленческого учета является использование искусственного интеллекта.

Согласно результатам опроса Harvard Business Review [8], в котором приняли участие 250 руководителей компаний, которые внедрили искусственный интеллект, 51% отметили улучшение качества продукта и производительности, 36% высоко оценили оптимизацию внутренних бизнес-процессов, и 36% отметили, что после делегирования рутинной работы машинам сотрудники проявили больший творческий потенциал. Этот опрос показывает, что грамотное внедрение технологии искусственного интеллекта может вывести бизнес на новый уровень.

Таким образом, подводя итоги научной работы, можно прийти к следующим заключениям:

1. Современные условия строительной отрасли российской экономики характеризуются цифровой трансформацией, то целесообразно способствовать автоматизации и цифровизации системы управленческого учета и в организациях.
2. Среди основных направлений совершенствования системы управленческого учета строительного предприятия в конкурентной среде выступают модернизация концепций и использование для этого новых

методологий; модернизация формы управленческой отчетности организации; внедрение инноваций в управленческой и отчетной деятельности; применение технологий цифровизации и автоматизации системы управленческого учета; использование оптимизации и моделирования бюджетирования; формирование синхронизации процессов управленческого учета с коммуникациями, информацией и бизнес-процессами внутри строительной организации.

Список литературы

1. Адамова Г.А., Ильясов А.Д. Особенности организации управленческого учета на предприятиях, производящих строительные материалы // *Universum: экономика и юриспруденция*. – 2016. – № 3 (24). – С. 5.
2. Готовчикова В.А., Коломенцева В.С. Современные проблемы и перспективы развития управленческого учета // *Вектор экономики*. – 2019. – № 5. – С. 1-11.
3. Дымова И.А., Кучерова Е.В. Трансформация труда работников учетно-аналитического профиля в условиях развития цифровых технологий // *Управленческий учет*. – 2021. – № 6-2. – С. 469-476.
4. Корниенко Б.И., Любочкина А.С. Особенности управленческого учета в строительных организациях // *Aspectus*. – 2016. – № 1. – С.88-90.
5. Панахов А.У. Проблемы и перспективы управленческого учета в цифровой экономике // *Учет. Анализ. Аудит*. – 2020. – № 5.
6. Романов М.С. Управленческий учет и его роль в управлении организацией // *Сервис в России и за рубежом*. – 2017. – № 1 (71).
7. Щербаков В.В. Совершенствование системы управленческого учета предприятия в конкурентной среде // *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*. – 2021. – № 2.
8. S. Ransbotham, S. Khodabandeh, R. Fehling, B. LaFountain, D. Kiron. *Winning With AI* // *MIT Sloan Management Review and Boston Consulting Group*. – 2019.

Шабанова Марина Алексеевна, заместитель руководителя
(Самарский УФАС России, г. Самара)

ПРЕДЕЛЫ ИСЧЕРПАНИЯ ПРАВ ПРИ ОСПАРИВАНИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В статье исследуется роль недобросовестной конкуренции как компонента, влияющего на товарный рынок, видоизменяющего реальный спрос и подрывающего доверие потребителя к товарам конкретного производителя.

Для разработки и получения стойкой ассоциативной связи организа-

ции (фирмы, хозяйствующие субъекты) разрабатывают узнаваемые элементы для оформления товара, достают из прошлого наработки, обращаются к специалистам в области РИД.

Нормативная база определена частью 4 Гражданского кодекса РФ [1]. В соответствии со статьей 1226 результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие).

При этом статья 1229 ГК определяет режим использования исключительного права. Гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (статья 1233), если настоящим Кодексом не предусмотрено иное.

При этом необходимо отметить, что правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Важный момент, на который хотелось бы обратить внимание является форма защиты интеллектуальных прав (ч.3 ст.1250). Предусмотренные настоящим Кодексом меры ответственности за нарушение интеллектуальных прав подлежат применению при наличии вины нарушителя, если иное не установлено настоящим Кодексом. Отсутствие вины доказывается лицом, нарушившим интеллектуальные права.

Теперь мы подходим к предмету статьи. Статьей 1487 ГК установлено исчерпание исключительных прав на товарный знак.

Законодатель определил, что не является нарушением исключительного права на товарный знак использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно правообладателем или с его согласия.

Этот постулат активно взят на вооружение, как правило, продавцами товара и активно применяется ими при предъявлении претензий со стороны правообладателей.

Что подтверждает согласие на введение товаров в гражданский оборот? Согласие правообладателя на введение товаров в оборот может подтверждаться: дистрибьюторским договором, письменным одобрением вы-

пуска товара в ответ на уведомление таможи о приостановлении выпуска контрафактного товара.

На практике Самарского УФАС России представлено в обзоре дело, с выводами судов.

Дело «АО «Жигулевское пиво», ООО «Пивзавоз» и ИП Трухтанов».

Из заявления АО «Жигулевское пиво» (далее – Заявитель, производитель, завод) следовало, что на основании свидетельства № 594016 и изменений к нему общество является владельцем исключительного права на товарный знак «Ладья» для товаров 32, 35, 39, 43 Классов МКТУ и на товарный знак «Ладья» по свидетельству № 639833 для товаров 32, 35, 39, 41, 43 классов МКТУ.

ИП Трухтанов П.А. (далее – продавец, предприниматель, Ответчик) осуществляет розничную торговлю пищевыми продуктами, пивом, снеками в магазине. На фасаде здания магазина справа от входа, над входом в магазин расположены баннеры с изображениями сходными с товарными знаками «Ладья».

Факт использования указанных товарных знаков Заявитель подтвердил доказательствами и полагал, что продавец незаконно использует объекты интеллектуальной собственности, нарушая права и его действия являются актом недобросовестной конкуренции.

Руководствуясь частью 3 статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года [3], пунктом 3 статьи 1484 ГК РФ, пунктом 1 статьи 14.6, статьей 23, частями 1 и 2 статьи 41, частью 2 статьи 45, статьей 50, статьей 49 Закона о защите конкуренции [4], Комиссия Самарского УФАС России вынесла решение по делу, согласно которому предприниматель признан нарушившим п. 1 ст. 14.6 Закона о защите конкуренции, путем использования изображений, сходных с товарными знаками № 594016 и № 639833 правообладателем, которых является АО «Жигулевское пиво» при осуществлении розничной торговли пивом в магазине, на рынке «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» (ОКВЭД 47), включая торговлю алкогольной продукцией (пиво).

Продавец признан виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.33 КоАП РФ [2] в размере 16 000 рублей.

19.03.2020 г. арбитражный суд Самарской области по делу № А55-27586/2019 [5] отказал в удовлетворении требований, посчитав доводы предпринимателя необоснованными.

23.06.2020 г. одиннадцатый арбитражный апелляционный суд решение Арбитражного суда Самарской области оставил без изменения, а апелляционную жалобу без удовлетворения.

10.11.2020 г. суд по интеллектуальным правам решение Арбитражного суда Самарской области и постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда оставил без изменения, кассационную жалобу без удовлетворения.

Суд по интеллектуальным правам, изучив материалы дела, рассмотрев доводы, изложенные в кассационной жалобе и отзывах на нее, заслушав мнение

представителей предпринимателя и УФАС по Самарской области, явившихся в судебное заседание, проверив в порядке, предусмотренном статьями 286 и 287 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, правильность применения судами первой и апелляционной инстанций норм материального и процессуального права, а также соответствие выводов, изложенных в обжалуемых судебных актах, установленным по делу фактическим обстоятельствам и имеющимся в деле доказательствам, пришел к выводу об отсутствии правовых оснований для их отмены или изменения.

25.02.2021 г. в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано.

Основной довод Ответчика о том, что в материалах дела отсутствуют доказательства смешения, является необоснованным и не основанным на материалах дела и не был поддержан судами. Для получения сведений о наличии сходства до степени смешения обозначений, используемых предпринимателем с товарными знаками АО «Жигулевское пиво» №№ 594016, 639833 управление направило запрос информации в адрес ФГБУ ФИПС.

Специалист ФГБУ ФИПС, подготовивший справку, предположил, что обозначения использованы в отношении услуг, предоставляемых «магазинами» по реализации товаров. Отмеченные услуги однородны услугам, для индивидуализации которых, в том числе, зарегистрированы товарные знаки по свидетельствам №№ 594016, 639833, а именно – услугам «обеспечение / по обеспечению пищевым продуктами и напитками», соответственно указанным в свидетельствах в 43 классе МКТУ. В результате исследования, проведенного в отношении товарных знаков по свидетельствам №№ 594016, 639833, включающих словесные и/или изобразительные элементы, соответственно, установлено, что, в случае использования представленных обозначений в отношении отмеченных выше услуг, эти обозначения являются сходными до степени смешения с указанными товарными знаками, поскольку ассоциируются с ними в целом.

Согласно пункту 2 статьи 1484 ГК РФ исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака: 1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации; 2) при выполнении работ, оказании услуг; 3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот; 4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе; 5) в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Согласно пункту 3 статьи 1484 ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в от-

ношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Доказательств получения предпринимателем от правообладателя разрешения на использование товарных знаков №№ 594016, 639833 в оформлении торговой точки представлено не было.

Ссылку предпринимателя на разъяснения ФАС России от 22.08.2018 г. № АД/66643/2018 [6] и постановление Конституционного суда от 13.02.2018 г. № 8-П [7] и довод о том, что, покупая продукцию у дистрибьютора АО «Жигулёвское пиво» - ООО «Комфорт», он вводит в гражданский оборот товар законно и в силу ст. 1487 ГК РФ имеет право на использование товарных знаков производителя, суды посчитали необоснованными.

В силу статьи 1487 ГК РФ не является нарушением исключительного права на товарный знак использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно правообладателем или с его согласия.

Из указанного следует, что принцип исчерпания исключительного права на товарный знак применим только в случаях введения хозяйствующими субъектами в гражданский оборот товаров, маркированных соответствующим обозначением, нанесенных непосредственно правообладателем или с его согласия на товар.

Вместе с тем, завод обратился с заявлением в управление в защиту исключительных прав Общества путем запрета индивидуальному предпринимателю размещать товарные знаки Общества не при введении в гражданский оборот товаров, маркированных названными товарными знаками, а при оказании услуг розничных магазинов, услуг по продаже пива, а также на вывесках и рекламе, при оформлении своей торговой точки в целях привлечения внимания к своей деятельности.

Как усматривается из материалов дела, обозначения, тождественные и сходные до степени смешения со спорными товарными знаками, использовались продавцом с целью индивидуализации оказываемых им услуг по розничной торговле продуктами, в том числе реализации пива (а не самого пива), на вывеске, индивидуализирующей торговое место, рекламных баннерах.

С учетом изложенного, в действиях предпринимателя, установлено нарушение исключительных прав АО «Жигулёвское пиво» на принадлежащие ему товарные знаки, для которых эти товарные знаки зарегистрированы.

При этом ссылка на то обстоятельство, что он приобретает товар у официального дистрибьютора завода, при отсутствии документов, свидетельствующих о передаче ему прав на использование в оформлении торговой точки соответствующих средств индивидуализации, принадлежащих заводу, не может подтверждать правомерность такого использования (данный вывод подтверждается правовой позицией, изложенной в постановлении Суда по ин-

теллектуальным правам от 08.08.2016 № С01-650/2016 по делу № А60-51650/2015 [8].

В разъяснениях ФАС России и постановлении Конституционного суда РФ, на которые ссылается Ответчик, речь ведется об использовании товарных знаков при введении в гражданский оборот именно товаров.

Завод реализует свою продукцию в розницу через сеть официальных дистрибьюторов, с заключением договоров поставки, дистрибьюторских договоров и соглашений, в том числе, с крупным дистрибьютором ООО «Пивзавоз».

Согласно п. 1 ст. 4 Закона о защите конкуренции товар -объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Заявитель в лице розничной сети дистрибьюторов, в том числе самого крупного – ООО «Пивзавоз» и Ответчик осуществляют вид деятельности, связанный с розничной торговлей напитками (пиво), являются хозяйствующими субъектами-конкурентами, действуют на едином экономическом рынке.

Способ продвижения товаров до конечного потребителя выбирает производитель самостоятельно. В настоящем случае АО «Жигулевское пиво» выбрало способ доведения товара до конечного потребителя через товаропроводящую сеть. Товаропроводящая сеть (ТПС) - взаимоувязанный комплекс организационно-технологических мероприятий, средств и структур для доведения продукции от товаропроизводителей до потребителей при условии минимизации издержек на товародвижение и максимальном удовлетворении спроса и требований потребителей [9].

К формам построения товаропроводящей сети относят продажу через агентов, через дистрибьюторы, через собственные представительства и филиалы, через совместные предприятия по сбыту, с помощью заключения лицензионного договора или соглашения о франчайзинге.

Согласно Дистрибьюторскому соглашению, Компания (АО «Жигулевское пиво») дает согласие Дистрибьютору (ООО «Пивзавоз») на оформление торгового помещения в фирменном стиле Компании. Дистрибьютор совместно с выбранным агентством разрабатывает дизайн торгового помещения в соответствии с индивидуальными особенностями торгового помещения, приобретает у Компании для последующей реализации сувенирную продукцию с символикой завода.

ООО «Пивзавоз» - дистрибьютор (distributor) - независимый посредник или один из цепочки посредников, который специализируется на доведении товаров или услуг, предлагаемых производителями, до потребителей.

Таким образом, резюмируя все ранее написанное можно сказать, что убежденность, с которой продавец доказывал на протяжении двух лет свое право на использование чужой интеллектуальной собственности не случайна. По сути, он стремился через судебные инстанции легализировать свое право на оформление своих торговых точек без собственно оплаты за использование чужого имущества.

Установление факта использования товарного знака и разграничение спорных ситуаций, связанных с правомерным его использованием, в том числе исчерпание права, и использование без разрешения правообладателя, относится в том числе к компетенции судов, рассматривающих споры по существу.

Необходимо отметить, что эти вопросы подлежат рассмотрению в рамках категории, дел по недобросовестной конкуренции, в том числе определении всех ее критериев, включая анализ товарного рынка и перераспределения спроса.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с послед. изм. и доп.) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 31.07.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.08.2020).
3. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года. Публикация № 201(R). Женева: Всемирная организация интеллектуальной собственности, 1990 (Конвенция вступила в силу для СССР 1 июля 1965 г.).
4. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 18.07.2011) // СЗ РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434.
5. Интернет ресурс: <https://kad.arbitr.ru/Card/705d8f9a-16ff-440d-af58-8e19f25d2766>.
6. Интернет ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_312739.
7. Интернет ресурс: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71777300>.
8. Интернет ресурс: <https://kad.arbitr.ru/Card/7ce3afdf-9ebc-4f39-97d5-16b83a101fa7>.
9. Интернет ресурс: <https://studopedia.org/9-64224.html>.

Швецова Мария Андреевна, ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов (Марийское УФАС России, г. Йошкар-Ола)

КОНТРОЛЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЙСТВИЙ (БЕЗДЕЙСТВИЙ) ОРГАНА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Защита конкуренции и обеспечение конкурентных рыночных отношений являются основой существования и развития рыночной экономики, а активное содействие развитию конкуренции в Российской Федерации,

безусловно, является приоритетным направлением деятельности органов власти.

Оценка состояния конкуренции как в целом, так и в отдельных отраслях и сферах является важнейшим инструментом разработки и реализации государственной экономической политики.

Федеральная антимонопольная служба совместно с её территориальными органами осуществляют надзор за деятельностью органов местного самоуправления при выполнении ими функций по контролю за размещением рекламных конструкций как на всей территории Российской Федерации, так и в каждом субъекте в частности.

Одной из норм, регулирующих деятельность органов власти при размещении хозяйствующими субъектами рекламных конструкций, является часть 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [1] (далее – Закон о защите конкуренции).

Статья 15 Закона о защите конкуренции устанавливает запрет для субъектов, обладающих властными полномочиями, на принятие актов и (или) осуществление действий (бездействия), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами.

Достаточным основанием для вывода о нарушении части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции является создание условий или возможности для наступления последствий в виде недопущения, ограничения или устранения конкуренции.

Для привлечения к ответственности по ст. 15 Закона о защите конкуренции необязательно, чтобы соответствующие действия повлекли негативные последствия для конкуренции, достаточно лишь подтверждения антимонопольным органом возможности наступления таких последствий.

Марийским УФАС России установлен факт размещения конструкции с использованием завуалированной формы нецензурного, непристойного слова, употребляемого в ненормативной лексике.

Кроме того, товары и услуги, реализуемые с использованием данного нецензурного слова, относятся к товарам и услугам широкого потребления, которые доступны, в том числе детям. Информация, содержащая нецензурную брань в соответствии с п.п.6, п.2 статьи 5 Федерального закона от 29.12.2010 №436 – ФЗ «О защите детей и информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [2] является информацией, запрещенной для распространения среди детей.

Однако орган местного самоуправления не рассматривал и не согласовывал проектную документацию рассматриваемой рекламной конструкции, а также бездействовала по ее демонтажу.

В связи с тем, что орган местного самоуправления не предпринял всех необходимых и своевременных мер для демонтажа спорной рекламной конструкции лицо, эксплуатирующее данную конструкцию без согласования и выдачи разрешения, находится в преимущественном положении

перед другими хозяйствующими субъектами-конкурентами, которые несут затраты, сопряженные с законным способом установки и эксплуатации рекламной конструкции. Бездействие органа местного самоуправления привело к нарушению охраняемого законом баланса экономических интересов хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на одном и том же рынке в соответствующих границах, что является признаком ограничения конкуренции и нарушает установленные частью 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции запреты.

В рассматриваемом случае Марийским УФАС России выдано предупреждение органу местного самоуправления о прекращении действий, которые содержат признаки нарушений антимонопольного законодательства в соответствии с частью 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Предупреждение исполнено, что означает согласие органа местного самоуправления и хозяйствующего субъекта, что указанная рекламная конструкция размещена с нарушением.

В тех случаях, когда требуется проведение торгов, подразумевающее состязательность хозяйствующих субъектов, их непроведение, за исключением случаев, допускаемых законом, не может не влиять на конкуренцию, поскольку лишь при публичном объявлении торгов в установленном порядке могут быть выявлены потенциальные желающие получить товары, работы, услуги, доступ к соответствующему товарному рынку либо право ведения деятельности на нем.

Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Марийским УФАС России установлен факт размещения рекламных конструкций без проведения торгов на территории муниципального образования, данные конструкции незаконно использовались и в дальнейшем фактически перешли без проведения торгов в пользование.

Неисполнение обязанности органом местного самоуправления по выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции либо по проведению торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции при наличии на разыгрываемых местах фактически установленных рекламных конструкций, в отношении которых отсутствуют действующие договор и разрешение на установку и эксплуатацию данной рекламной конструкции, попадает под признаки нарушения части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Следовательно, бездействие органа местного самоуправления по демонтажу рекламных конструкций и проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, осуществляющего эксплуатацию в коммерческих целях и в отсутствие выданного ему действующего разрешения, преимущественные условия при осуществлении коммерческой деятельности, в том числе, по отношению к другим хозяйствующим субъектам, имеющих намерение приобрести право пользования в отношении указанного муниципального имущества для размещения собственной рекламы.

Таким образом, Марийским УФАС России выдано предупреждение органу местного самоуправления прекратить нарушение части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, путем осуществления действий, направленных на демонтаж конструкций.

Конструкции в данном случае были демонтированы тем самым исполнено предупреждение антимонопольного органа.

Действия, которые могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции в сфере наружной рекламы:

- рекламные конструкции установлены не на тех местах, на которые выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (в большинстве случаев смещение рекламных конструкций происходит в сторону полосы отвода автомобильной дороги), то есть, по сути рекламные конструкции эксплуатируются без действующих разрешений;

- конструкции установлены без соответствующих договоров с собственниками земельных участков;

- рекламные конструкции не включены в Схему размещения рекламных конструкций на территории муниципальных образований.

В случае выявления фактов незаконной установки рекламных конструкций, в том числе на недвижимом имуществе, находящемся в частной собственности, принимаются меры антимонопольного реагирования, предусмотренные антимонопольным законодательством. (письмо ФАС России от 24.05.2018 № ИА/37283/18) [3].

Указание в извещении о проведении конкурса несуществующего адреса расположения рекламной конструкции вводит в заблуждение потенциальных претендентов на участие в торгах, поскольку претенденты не обладают информацией о действительном месте расположения рекламной конструкции, а, следовательно, не обладают существенной информацией, влияющей на принятие решения об участии в торгах.

Так, Марийским УФАС России установлен факт размещения рекламной конструкции без согласования и выдачи разрешения.

Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдается органом местного самоуправления муниципального района или

органом местного самоуправления городского округа на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. (часть 17 статьи 19 Закона о рекламе) [4].

Орган местного самоуправления является исполнительным органом местного самоуправления, осуществляющим организацию деятельности в области выдачи разрешения на установку рекламной конструкции и демонтажа самовольно установленных рекламных конструкций.

В соответствии с Правилами благоустройства юридическим лицам запрещается самовольно размещать и расклеивать объявления, плакаты, вывески, рекламу, печатную продукцию и информацию в неустановленных местах (п.п. 9 п. 2.8 Правил благоустройства) [5].

Органом местного самоуправления при этом дан ответ о том, что разрешение на установку и эксплуатацию рассматриваемой рекламной конструкции не выдавалось.

На основании изложенного, Марийским УФАС органу местного самоуправления выдано предупреждение о необходимости прекратить нарушение части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, путем осуществления действий, направленных на демонтаж спорной рекламной конструкции.

Проведение данных мероприятий позволяет защищать добросовестных участников рынка, способствует развитию конкуренции на рынке размещения рекламы, а также защищает права потенциальных потребителей рекламных услуг.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/871fb1003dab1dd3ef350f8f7f0f0d10ea20b5c6/.
2. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/9083b03e61777d3fe172fb3ef707a10e10688262/.
3. Письмо ФАС России от 24.05.2018 № ИА/37283/18 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_298802//.
4. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/557f501dd14e1da00da85dd8d8429a8a456bb0f9/.
5. Решение Собрании депутатов городского округа «Город Йошкар-Ола» от 22.11.2017 № 569-VI «О Правилах благоустройства территории

городского округа «Город Йошкар-Ола». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://www.consultant.ru/law/podborki/pravila_blagoustrojstva_territorii_joshkar-ola/.

Шевелев Роман Дмитриевич, студент гр. БЭСз-161
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

МОНОПОЛИЯ: ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Вопросы, связанные с изучением монополизации экономики, на протяжении длительного времени не теряют своей актуальности. В исследованиях описаны как положительные, так и отрицательные стороны воздействия монополии на становление международного бизнеса, на развитие и функционирование рыночных отношений. Все это в последующем отражается на качестве жизни, уровне достатка граждан страны.

Экономическая теория дает определение монополии как исключительному праву государства, фирмы, организации, группы лиц или человека в определенной сфере.

Для монополизированного рынка характерны следующие черты [1]:

- на рынке доминирует один (или самый крупный) хозяйствующий субъект;
- отсутствуют прямые аналоги товарам, услугам хозяйствующего субъекта;
- для новых субъектов, выходящих на рынок, предъявляются очень высокие требования.

Основная причина создания монополий – получение бизнесом максимальной прибыли за счет монополизации рынка.

Для возникновения монополий характерны следующие факторы воздействия:

- нормы принятые правительством для регулирования деятельности в сферах сертификации, лицензирования, распределения квот;
- затраты, которые не окупаются в конкуренции, при ведении бизнеса;
- консолидация (объединение) фирм в результате слияний и поглощений;
- политика, направленная на защиту отечественных производителей от иностранных конкурентов.

Различают следующие виды монополий:

- естественная монополия, где хозяйствующий субъект занимает на рынке единоличное обслуживающее положение (ПАО «Газпром», ОАО «Российские железные дороги», ОАО «Роснефть» и др.);

- чистая монополия, в которой отражено единоличное присутствие на рынке хозяйствующего субъекта с определенными видами услуг или товаров;

- конгломерат – взаимное финансовое объединение нескольких предприятий разного типа (примером в России может служить ЗАО «Газметалл»);

- закрытая монополия, в которой субъект наделяется защитой от конкуренции правовыми нормами, патентами и авторскими правами;

- открытая монополия, что выражается в присутствии на рынке одного поставщика продукта, который не имел специальной защиты от конкуренции.

Однако существуют организации, которые невозможно или достаточно проблематично отнести к определенному типу хозяйствующих субъектов, так как многие из них принадлежат к нескольким типам. Примером этого могут выступать хозяйствующие субъекты, работающие на рынке услуг связи, т.к. они могут демонстрировать признаки как естественной, так и закрытой монополии [3].

Воздействие монополизации на экономику стран может проявляться как положительно, так и отрицательно.

Положительное влияние проявляется:

- 1) в высоких производственных возможностях;
- 2) в единых стандартах, технических условиях производства;
- 3) в стабильности крупных фирм во время кризисов - они не подвержены риску разорения и росту безработицы;
- 4) в проведении научных изысканий и разработок.

Негативное влияние монополизации выражается в следующем:

- 1) продажа товаров по завышенным ценам;
- 2) низкое качество товаров;
- 3) для вновь организованных фирм складываются сложные условия развития;
- 4) цель работы – собственная выгода.

Все это указывает на двойственное положение монополий в экономике. Это проявляется в том, что из-за монопольного положения на рынке, такие организации ограничивают объемы производства и устанавливают более высокие цены, что приводит к необоснованному распределению ресурсов и является условием увеличения неравенства доходов. При монополии благосостояние граждан снижается за счет завышения стоимости товаров.

Однако есть аргументы в пользу монополий. Продукция компаний-монополистов имеет отличительную особенность – это качество продукции, благодаря которому компании смогли занять основное положение на рынке. Монополизация оказывает существенное влияние на производственные возможности. Это проявляется в том, что только стабильно развивающаяся компания на защищенном рынке обладает

возможностями и достаточными ресурсами для успешного проведения исследований и внедрения научных разработок [2].

Государство, чтобы уменьшить негативное воздействие рыночной монополизации, своими действиями закладывает фундамент конкурентноспособной экономики. Это проявляется в том, что государство ограничивает монополию, применяет меры, которые способствуют поддержанию здоровой конкуренции, обеспечению высокого уровня жизни граждан, созданию нормального функционирования экономических систем. Ограничение монополии путем применения различных методов выражается в антимонопольной деятельности государства, которая осуществляется через реализацию монопольной политики.

Таким образом, антимонопольная политика представляет собой государственную деятельность, направленную на то, чтобы обеспечить необходимые условия существования нормальной рыночной конкуренции, избежать избыточную монополизацию рынка, которая влечет угрозу нормальному функционированию рыночного механизма и развитию рыночных отношений.

В связи с этим в качестве основных целей антимонопольной политики в нашей стране можно выделить:

- совершенствование экономической структуры рынка, что представляет собой основу создания конкурентной среды и проявляется во влиянии поддержки малого и среднего бизнеса;
- корректировка экономических результатов, проявляющаяся в запрете ограничивающих конкуренцию действий, ликвидации административных барьеров и др.

Основное значение антимонопольного регулирования проявляется в ограничении рыночной власти с целью роста объемов производства продукции и снижения цен.

Список литературы

1. Пермякова Д.В. Монополизация международных рынков крупнейшими транснациональными корпорациями // Молодой учёный. – 2015. – № 16 (96). – С. 293-296.
2. Топалова Е.И., Шолохова Т.А., Власова Е.Л. Монополия: сущность, типы, «за» и «против» // Инновационные исследования. – 2020. – №12-2 (2). – С. 273-278.
3. Фролова Л. Монополии: примеры в мире и в России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/194243/monopolii-primeryi-v-mire-i-v-rossii>.

Шилова Ольга Александровна, студентка гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Шилова Анна Эдуардовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РОССИИ В 2021 ГОДУ

Управление финансами в современных бюджетных образованиях является тем механизмом, который движет развитием региона в целом. Действующий механизм создан за счет федеральных и региональных налогов. При этом финансовая поддержка местных бюджетов выделяется отдельно для расходов, оцениваемых вышестоящими органами, сосредоточена в основном на функции балансирования и не мотивирует местные органы власти к увеличению доходов бюджета. Это снижает стимул для местных властей развивать свою экономическую базу. В связи с этим исследование данной темы является актуальным [6].

Управление финансами в муниципальных образованиях России автономно, что означает самостоятельный статус муниципальных образований в России. Для того чтобы муниципалитеты могли эффективно выполнять свои обязательства, недостаточно укрепить финансовую базу, необходима также грамотная политика управления финансами.

В настоящее время существует ряд проблем, связанных с автономией бюджетов муниципальных органов власти, включая низкий уровень доходов, неэффективное и нецелевое использование бюджетных средств, отсутствие контроля качества финансового менеджмента местных органов власти и отсутствие четких руководящих принципов и методологий по межбюджетным взаимоотношениям.

На управление финансами повлияла и пандемия. Возникшая в 2020 году пандемия потрясла субъектов экономики, заставив правительства принять срочные фискальные меры. 2021 год посвящен устранению отрицательных результатов карантинных ограничений и возвращению страны в режим полноценного экономического роста. Однако даже в этих исключительных условиях запланированные фискальные улучшения, в том числе связанные с бюджетными учреждениями, продолжены [5].

Система закупок была упрощена в связи с распространением коронавируса в 2020 году. К ним относятся отмена штрафных санкций со стороны клиентов, освобождение субъектов малого предпринимательства от обеспечения, возможность изменения продолжительности и цены контрактов, а также снижение минимальных сумм обеспечения.

Для облегчения и оптимизации осуществления процедур государственных закупок на 2021 год запланирована комплексная реформа соответствующих процедур (в соответствии с Руководящими принципами бюджетной, налоговой и таможенной политики на 2021 год и на про-

граммные периоды 2022 и 2023 годов, утвержденными Министерством финансов), которая включает следующие элементы [5]:

- сокращение количества конкурентных способов закупки до трех (конкурс, аукцион, запрос котировок);
- сокращение требований к извещениям и документам о закупках, заявкам на участие в закупках, выбору способа определения поставщика с их изложением в общих положениях об осуществлении закупок;
- введение «универсальной стоимостной предквалификации», предусматривающей возможность допуска к участию в закупках стоимостью свыше 20 млн руб. только участников с успешным опытом исполнения госконтрактов;
- сокращение и унификация сроков осуществления процедур (в том числе рассмотрения заявок) при различных способах определения поставщиков;
- установление электронной формы подачи жалобы в контрольный орган в сфере закупок с использованием единой информационной системы в сфере закупок;
- оптимизация порядка проведения совместных конкурсов и аукционов, а также уточнение положений о централизованных закупках.

Другое изменение заключается в том, что первоначальная (максимальная) цена контракта все чаще завышается, в то время как закон формально соблюдается. Проверки Госфинконтроля, показали, что прибыль по отдельным годичным контрактам часто выше 30%. В целях борьбы с необоснованным обогащением поставщиков осуществляется постепенный переход к разработке и регулированию пороговых значений рентабельности при закупке государственных работ и услуг.

Кроме того, ожидается подробная информация о закупках бюджетных и местных органов власти в отношении предоставления субсидий на иные цели, предоставления субсидий на капитальные вложения или предоставления субсидий в форме грантов на реализацию федеральных и региональных проектов.

Для улучшения точности и надежности расчетов в порядок расчета коэффициента налоговой активности (КПА) были внесены изменения Постановлением № 1052 от 16 июля 2020 года [2].

Коэффициент платной деятельности как понятие введен Положением № 640. Это показатель, используемый для распределения расходов по налогу на имущество между внебюджетной и основной и деятельностью обособленных подразделений.

Данный показатель определяется как отношение объема прогнозируемых доходов от возвратных операций к сумме прогнозируемых доходов, включая гранты, полученные за счет финансового вклада органов государственной власти, и доходов от возвратных операций, определяемых с уче-

том информации об объеме таких доходов в течение финансового года и рассчитываемых по следующей формуле:

$$\text{КПД} = V_{\text{пд}} (\text{план}) / (V_{\text{субсидии}} (\text{план}) + V_{\text{пд}} (\text{план})), \text{ где} \quad (1)$$

$V_{\text{пд}} (\text{план})$ – сумма дохода, которую планируется получить в следующем отчетном периоде от облагаемой деятельности с учетом информации об объеме оказанных в отчетном периоде услуг (работ), о получении (прекращении действия) разрешений, выданных на осуществление конкретного вида деятельности, о других разрешениях, об изменении сборов (тарифов, цен) за оказанные услуги (работы). Сумма предполагаемого дохода от приносящей доход деятельности, используемая для расчета КПД рассчитывается путем вычета НДС из суммы предполагаемого дохода в случае, если деятельность по реализации услуг (работ) признается объектом налогообложения в соответствии с налоговым законодательством Российской Федерации.

$V_{\text{субсидии}} (\text{запланированные})$ – сумма субсидий, запланированных на следующий финансовый год и плановый период, которые не подлежат расчету по КПД.

КПД – это доля дохода от платной деятельности в общем доходе.

С 1 января 2021 года отменены декларации по транспортному и земельному налогам (п. 17 и п. 26 ст. 1 Закона № 63-ФЗ). В результате больше не нужно будет подавать налоговую декларацию за 2020 налоговый год. В то же время налогоплательщик должен направлять информацию налоговому органу только в том случае, если данная служба не располагает этими данными. Налоговый орган сам сообщит организации, владеющей транспортным средством и землей, о налоге, исчисленном за предыдущий период [7].

В целях обеспечения бездекларационного порядка с 2021 года для плательщиков налога на транспорт и имущество введена новая обязанность: если они не получают налоговый отчет, рассчитанный налоговым органом, они должны направить отчет о наличии транспортных средств и земли в налоговый орган.

Таким образом, основная цель в управлении финансами муниципальных образований в России с 2022-2024 гг. состоит в поддержке восстановления муниципальных образований после пандемии.

Задачи программы по улучшению управления финансами муниципальных образований следующие [2]:

- создание механизмов реализации инвестиционных проектов в регионах и стимулирование экономического развития;
- сокращение избыточного регулирования на федеральном уровне полномочий муниципальных образований, минимизация неэффективных расходов региональных бюджетов финансов;

— нормализация бюджетной политики и выход на траекторию сбалансированности региональных бюджетов;

— увеличение в 2021 г. предельных расходов (в т.ч. на финансирование Общенационального плана: ~1,1% ВВП) за счет: повышения первичного структурного дефицита: с 585 до 1 460 млрд. рублей (дополнительные заимствования); компенсации выпадающих (базовых) нефтегазовых доходов от ограничения добычи нефти из ФНБ: 625 млрд. рублей с 2022: устойчивое развитие;

— предельные расходы по «бюджетным правилам».

Таким образом, мы приходим к выводу, что ситуация в рамках COVID-19 заставила российское правительство внести серьезные коррективы в ключевые документы. В прошлом бюджетные учреждения, которые в значительной степени зависели от государственных средств, находились в преимуществе перед другими экономическими участниками, однако в условиях пандемии ситуация изменилась. Государство потратило и планирует потратить значительные суммы на борьбу с коронавирусной инфекцией, что ослабило финансирование традиционных отраслей. «Подушка безопасности», созданная в предыдущие годы, вероятно, предотвратит коллапс экономики в 2021 г. В долгосрочной перспективе трудно предсказать, какой будет экономическая ситуация в постковидный период, поэтому в краткосрочной перспективе целесообразны тактические, а не стратегические меры.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 15.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.07.2021).
3. Постановление Правительства РФ от 16.07.2020 № 1052 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 июня 2015 г. № 640».
4. Кузякин Ю.П., Кузякин С.В. Муниципальное право Российской Федерации. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 406 с.
5. Министерство финансов России [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=65019-aktualnye_problemy_finansovogo_obespecheniya_ryealizatsii_polnomochii_org_anov_mestnogo_samoupravleniya.HTM. – [23.09.2021].
6. Саблин Д.А. Проблемы финансирования местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Вопросы российского и международного права. – 2021. – № 11. – Режим доступа: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-law-2021-2/6a-sablin.pdf>.HTM. – [05.11.2012].

Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РАЗРАБОТКА «ПРАВИЛ КОНКУРЕНЦИИ» ДЛЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ЭКОСИСТЕМ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Цифровизация изменяет жизнедеятельность людей и бизнес-процессы в современном мире. Цифровые технологии оказывают влияние на развитие рынков [1] и формирование конкурентной среды. Цифровизация становится важной составляющей современного социума. Актуальным остается ранее сформулированный тезис автора о том, что «социально-экономические условия непосредственно оказывают влияние на конкуренцию, обуславливают особенности ее функционирования и развития, в т. ч. специфику субъектов, их целей, форм проявлений, размеры и формы регулирования, удельный вес конкурентных отношений в организации рынка» [2]. Необходимо констатировать, что цифровой мир меняет «привычные» правила ведения конкурентной борьбы на рынках. Кроме того, появляются цифровые-лидеры рынков, возникают новые вызовы в обществе [3].

Постановку проблемы исследования в данной статье можно сформулировать, отвечая на вопрос – каким образом и с помощью каких инструментов антимонопольной политики государство должно регулировать процессы рыночного доминирования новых участников российских рынков – цифровых платформ и экосистем. По сути, речь идет о формировании новых цифровых сегментов (кластеров) на традиционных российских рынках и цифровой экономике в целом.

Решению проблемы регуляторного воздействия государства на цифровую экономику посвящены дискуссии научного и бизнес-сообществ в России и за рубежом. Выделим сформировавшиеся общие подходы, которые являются наиболее дискуссионными.

Прежде всего, определим соотношение понятий «цифровая платформа» и «цифровая экосистема». Более широким понятием является цифровая платформа – это «интегрированная информационная система, обеспечивающая многосторонние взаимодействия пользователей по обмену информацией и ценностями, приводящие к снижению общих транзакционных издержек, оптимизации бизнес-процессов, повышению эффективности цепочки поставок товаров и услуг» [4]. Цифровую экосистему можно определить, как «определенное сообщество, которое является результатом «комбинации повседневных использований платформы и ее приложений клиентами, разработчиками, мерчантами (участник, принимающий платежи) и агентами, с навыками и компетенциями, приобретенными посредством этого использования» [5]. Цифровые экосистемы получили название «гейткиперов» – «хранителей» входа на рынок или «привратников» в качестве которых выступают социальные сети, поисковые сервисы. Таким об-

разом, прямая взаимосвязь и взаимозависимость между деятельностью цифровых платформ и экосистем порождает новую форму рыночного доминирования – цифровое рыночное доминирование участников рынков. В свою очередь цифровое доминирование может способствовать усилению монополизации рынков в результате образующейся «рыночной власти» владельцев цифровых платформ, т.е. отрицательных внешних эффектов в экономике. Цифровые платформы становятся частью бизнес-модели рыночных игроков, что позволяет им получать конкурентные преимущества по сравнению с другими участниками рынков и быть монополистами. Монополизм цифровых игроков рынков достигается путем «увеличения своего влияния и контроля цепочки поставок, получения дополнительных рычагов контроля над ценообразованием, влияния на соотношение спроса и предложения за счет создания искусственной асимметрии информации» [7]. В таких условиях возрастает роль государства в контроле и управлении цифровыми процессами для создания справедливых условий для всех участников рыночной конкуренции с учетом возникающих общественных рисков (монополизации рынков) и частных выгод (конкурентных преимуществ) на основе «сетевых эффектов» [6]. Например, развитие российских цифровых экосистем на основе федеральных банков может способствовать усилению конкурентных преимуществ последних по сравнению с региональными банками [7].

Далее отметим, что в настоящее время возникает необходимость активизации процесса создания правил конкуренции для цифровых платформ и экосистем. Актуально регулирование сетевых рынков в секторах «новой экономики» России [8]. При разработке правил конкуренции для цифровых участников рынков необходимо использовать зарубежный опыт правоприменительной практике в сфере антимонопольного законодательства.

Общепринятой точкой зрения является, утверждение, что в мире формируется цифровое неравенство не только на уровне корпораций, но стран и регионов. Мировыми лидерами регулирования цифровой экономики являются Китай и США. При этом США и Китая проводят активную политику ограждения национальных рынков от выхода на них иностранных экосистем (платформ) в целях обеспечения национальной безопасности.

Неоднозначная позиция в мировой практике сформировалась относительно применения принципа «сетевой нейтральности» (Тим Ву, профессор Колумбийского университета). Принцип «сетевой нейтральности» предполагает «одинаковое отношение владельцев телекоммуникационных сетей к любому трафику, т. е. запрет на установление приоритетных трафиков. Налагает запрет за исключением особых случаев в рамках европейского антимонопольного законодательства и ряда других стран (Бразилия, Индия) на дискриминацию со стороны владельцев ключевой инфраструктуры (Регламент ЕС 2015/2120 «Об открытом интернете»)» [9]. В США

этот вопрос остается открытым. Целесообразность закрепления в российском законодательстве принципа «сетевой нейтральности» и «разумного управления трафиком» очевидна, по мнению ряда исследователей [9], а также с точки зрения автора.

Ряд исследователей полагает, что «Россия должна идти по европейскому пути регулирования цифровой экономики, ориентируясь на глобальную деятельность и унифицированное антимонопольное регулирование». Китайскую модель, направленную на создание преимущественно отечественных цифровых платформ в рамках, такого подхода рассматривают как не рациональную [9]. О росте рыночной власти цифровых платформ в экономике Китая свидетельствует недавний конфликт между антимонопольным ведомством Китая и Джеком Ма, владельцем цифровых платформ Alipay, Yu'e Bao, Alibaba обвиненного в «теневой деятельности».

Для выравнивания условий конкуренции на глобальных рынках Еврокомиссия разработала «новый «Акт о цифровых рынках», который устанавливает критерии для идентификации «привратников», ограничивает зону доступных им действий, вводит новые инструменты контроля и правоприменительные меры в случае неподчинения установленным нормам» [9].

Движение России по пути гармонизации отечественного и унифицированного европейского антимонопольного законодательства позволит усилить контроль за деятельностью цифровых экосистем. Отвечая на новые вызовы в России был разработан «пятый антимонопольный пакет», регулирующий цифровые рынки и платформы. Кроме того, при активном участии бизнес-сообщества и Экспертного совета ФАС РФ в 2021 году разработан «проект принципов взаимодействия участников цифровых рынков. К ним относятся:

- разумная открытость цифровых платформ (в частности, свободный доступ к информации о том, как происходит ранжирование результатов поиска);
- нейтральное отношение ко всем участникам рынка;
- обеспечение самостоятельности пользователей платформ при взаимодействии с ними;
- недопущение расширительных и двусмысленных формулировок в правилах работы цифровых платформ;
- обеспечение прав пользователей платформы, в том числе путём рассмотрения их обращений и предоставления им полных ответов» [10].

Итак, разработка правил поведения участников цифровых рынков направлена на нейтрализацию возможных рисков, обусловленных «сетевым эффектом» и устранение условий для недобросовестной конкуренции в России.

Список литературы

1. Шутько Л.Г. Актуальная проконкурентная политика государства как фактор социально-экономического развития / Конкуренция и монополия.

- Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования / Под общей редакцией В. Г. Михайлова; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2018. – С. 238-243.
2. Шутько Л.Г. Развитие конкуренции в условиях реформирования российской экономики диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Кемерово, 2000. – 168 с.
 3. Голомолзин А. Нужно выгоды цифровой экономики преумножать, а возможными рисками управлять [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://plan.fas.gov.ru/news/25038> [06.10.2021].
 4. Месропян В. Цифровые платформы – новая рыночная власть [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=46781&p=attachment> [06.10.2021].
 5. Цифровые платформы и экосистемы финансовой инклюзивности. российский опыт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/skolkovo_iems/research_reports/skolkovo_iems_research_2015-11-11_ru.pdf [06.10.2021].
 6. Виноградова Е. Цифровые тиски: ЦБ предупредили о давлении экосистем на региональные банки / Е. Виноградова, Н. Ильина [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.comnews.ru/content/215808/2021-08-04/2021-w31/cifrovye-tiski-cb-predupredili-o-davlenii-ekosistem-regionalnye-banki> [06.10.2021].
 7. Шутько Л. Г. Конкурентные преимущества виртуальных организаций и конкурентная среда «новой экономики» России / Л. Г. Шутько // Современные тенденции и инновации в науке и производстве : Материалы X Международной научно-практической конференции, Междуреченск, 22 апреля 2021 года. – Междуреченск: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2021. – С. 280.1-280.6. [06.10.2021].
 8. Антимонопольное регулирование цифровых рынков в условиях пандемии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ild.hse.ru/news/430139538.html> [06.10.2021].
 9. ФАС в СМИ: Экосистемный анализ: фас составила пять принципов работы цифровых платформ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/publications/23202>. [05.09.2021].

Щекочихин Владислав Валерьевич, студент гр. ЗБ-МУПР5-4
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОЕКТА «ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСА ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ» В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Проектная, как и любая другая деятельность в рамках организации, нуждается в управлении. Управлением проектами занимаются проектные менеджеры. В связи с тем, что деятельность функционального менеджера организации отличается от проектного менеджера, набор необходимых компетенций руководителя проектов будет отличаться от стандартного набора операционного руководителя [1], [2]. Общеизвестного исчерпывающего набора компетенций руководителя проектов не существует. Однако, работая в компании ООО «Милти», и занимая должность руководителя проекта экспресс-доставки, автору удастся продемонстрировать изнутри те требования, что предъявлялись ему со стороны собственника компании. Изучение способа организации у правления проектами в компании показало, на основе проектной литературы, [3], [4] что на предприятии имеются существенные возможности для повышения эффективности процесса управления проектом. Во-многом, ручная модель у правления, установившаяся в компании, проигрывает той модели, где в управлении принимают с разной степенью участия все члены команды. Собственник компании инициировал создание проекта экспресс-доставки. Опираясь на опыт и компетенцию автора, последний был выбран руководителем этого проекта на конкурентной основе.

В процессе организации открытия первых точек экспресс-доставки автором решались следующие задачи:

Открытие точек на базе уже функционирующих «островков» Милти, расположенных в различных ТЦ и БЦ с целью экономии средств по аренде;

- Проведение брифинга для продавца на точке. Целью брифинга является ознакомление руководителем проекта продавца новыми обязанностями последнего в связи с открытием экспресс-доставки на его точке;
- Уведомление директора «куста» о том, что у его продавца появляются новые обязанности, вследствие чего оклад продавца повышается на согласованную с собственником величину. Продавцу начисляет зарплату директор, поэтому это уведомление должно быть своевременным;
- Организация поставки дополнительного холодильника на точку. Так как количество товара увеличивается в связи с тем, что точка начинает осуществлять не только оффлайн-продажи, но и online-

- доставку, один холодильник теперь не вмещает всю утреннюю поставку;
- Определение зоны доставки путем анализа удаленности улиц и домов от точки продаж;
 - Предоставление IT-отделу информации о списке адресов, входящих в зону доставки, для корректной работы сайта сервиса. Предоставление ссылки на нарисованную зону, также для визуального представления ее на сайте;
 - Коммуникация с менеджерами по загрузке. Информирование их о дате коммерческого открытия точки;
 - Коммуникация с логистами. Информирование их о дате коммерческого открытия точки. Общение по возникающим вопросам о доставке продукции в течение всего времени работы экспресс-точки;
 - Коммуникация с руководителем HR-отдела по количеству и качеству необходимых соискателей-курьеров. Коммуникация с менеджерами HR по вопросам, связанным с конкретными соискателями;
 - Обучение в новь нанятых курьеров принципам работы в компании. Уведомление курьеров о системе бонусов и штрафов;
 - Контроль выхода курьеров утром на работу. В случае невыхода оперативное решение проблемы путем переброски свободных курьеров с одной точки на другую;
 - Распределение заказов между курьерами. Составление логистических маршрутов;
 - Контроль за временем доставки. Своевременное уведомление клиентского отдела о величине и причине опоздания;
 - Табелирование курьеров после окончания их рабочего дня;
 - Оформление перебросок товара с истекающим сроком годности в местной CRM-системе. Уведомление о необходимости такой переброски отдела логистики;
 - Заполнение ежедневных отчетов о выручке, количестве заказов, количестве необходимых курьеров и о другой работе экспресс-доставки точек в Google таблицах;
 - Контроль выплаты зарплаты курьерам со стороны бухгалтерии два раза в месяц;
 - Решение всевозможных внештатных ситуаций в процессе работы экспресс- доставки;
 - Коммуникация с собственником компании о векторе развития проекта экспресс-доставки.

Мы рассмотрели наборы компетенций, которые определяют известные стандарты из области проектного управления, изложенные в научной литературе. Данные компетенции мы привязали к конкретному проекту по открытию экспресс-доставки. Любая компания, реализующая больше 2-3 проектов в год, должна озадачиться созданием проектного офиса, которого

очень не хватает в компании «Милти». Команда проекта компании, в свою очередь, состоит из одних и тех же сотрудников организации, которые не отрываются от основной деятельности и на стадии реализации проектов испытывают колоссальную нагрузку, почти не имея выходных дней. Документирование проектов и проектной деятельности почти не производится. Проектная работа ограничивается формированием собственником «рабочей группы» с определением обязанностей, выполняемых тем или иным участником. В связи с этим, компании предлагается организовать офис проектного управления с переводом в него стабильно и активно участвующих в проектах сотрудников, и руководителя проектов. После формирования проектного офиса организационная структура ООО «Милти» из сбалансированной матричной усовершенствуется до сильной матричной. В проектный офис предполагается перевести часть IT-отдела интернет-проектов, а также сформировать операционный отдел, состоящий из руководителя отдела проектов и команды менеджеров проектов. Руководитель проектов, который станет возглавлять операционный отдел, будет определяться по наличию необходимых личных и технических компетенций, выявленных в нашем исследовании. Постоянные участники команды проектов будут участвовать на полной занятости в связи с тем, что успешная проектная деятельность не предполагает одновременную нагрузку менеджеров различными параллельными направлениями работы. При организации проектного офиса компания понесет некоторые затраты. Появится необходимость в назначении работников на освободившиеся должности, а также в организации рабочих мест для нового подразделения в компании.

По итогу, создания проектного офиса, руководитель проектов будет освобожден от лишней операционной деятельности, не связанной с проектами. Помимо этого, компания получит полноценный проектный отдел, с профильными специалистами, работа которых будет позволять быстрее и качественнее решать новые проектные задачи. Управление проектом можно рассматривать как под-проект всего проекта. Такой же подход изложен в [5]. Точно так же, как необходимо определить и управлять контекстом, результатами, ответственностью, срокам и, стоимостью и эффективностью проекта, должны быть определены и управляться мероприятия по управлению проектом.

В рамках данной деятельности решающее значение имеет интеграция, которая включает в себя объединение требований проект, видов деятельности и результатов для достижения целей и успешного результата. Чем выше сложность и чем разнообразнее ожидания заинтересованных сторон, тем сложнее подход к интеграции [6]. Руководитель проекта должен идентифицировать все заинтересованные стороны, их интересы и последовательность в порядке важности для проекта [7]. Для управления заинтересованными сторонами руководители проектов могут создавать внутренние и внешние сети (официальные, неформальные) среди тех, ко-

торые связаны с проектом (например, компании, агентства, менеджеры, эксперты, сотрудники и лидеры общественного мнения).

К техническим компетенциям руководителя мы отнесем базовые методологические и практические знания и навыки по управлению проектами, а именно по:

- управлению интеграцией проекта;
- управлению содержанием проекта;
- управлению временем проекта;
- управлению стоимостью проекта;
- управлению качеством проекта;
- управлению человеческими ресурсами;
- управлению коммуникациями;
- управлению рисками.

Список литературы

1. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Элементы модели рынка клининга в Российской Федерации // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 9. – С. 1083-1092.
2. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. – 2012. – № 4. – С. 52-54.
3. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 88-92.
4. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусоперабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. – 2018. – № 4. – С. 16-27.
5. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. – 2020. – Т. 2. – № 1 (118). – С. 207-210.
6. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. – 2017. – № 4 (29). – С. 9-15.
7. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. – С. 304-309.

Юрзина Татьяна Александровна, к.э.н., научный сотрудник
(КузГТУ г.Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Являя собой сложную и многогранную категорию, качество жизни содержит в себе социальные и экономические составляющие. В то же время это собирательная категория, отражающая диалектическое единство материальных и духовных условий жизнедеятельности человека и отражение этих условий в его сознании, единство объективного и субъективного. В ней фокусируются такие важные характеристики положения человека в современной экономике, как рабочая сила, личный фактор производства, человеческий капитал, предпринимательская деятельность.

По мнению П.Д. Косинского «... качество жизни – это социально-экономическая категория, которая представляет собой совокупность основных условий и характеристик всей жизнедеятельности человека, проявляющихся в масштабе потребностей, а также объеме, форме и способах удовлетворения их» [1].

Данное определение показывает, что в основе его заложены разнообразные потребности и их удовлетворение. Ключевые потребности и удовлетворение их являются характеристикой уровня жизни людей проживающих на территории страны, отдельного региона. Здесь на первый план выступают потребности материального порядка, на которые прямо воздействуют показатели отражающие благосостояние и потребление человека.

Касаемо качества жизни, то данная категория является более широким понятием, охватывающим здоровье населения, продолжительность жизни, окружающую среду и ее состояние, ситуацию в социальной сфере, уровень психологического комфорта, удовлетворенность потребностями культурного и религиозного характера.

Современным взглядам и подходам на концепцию качества жизни предшествовали интеллектуальные поиски, начатые Т. де Шардони и Вернадским В.И., которые ввели в научную терминологию определение ноосферы, означающей организованное взаимодействие общества и природы. Такое взаимодействие подразумевает целенаправленную деятельность на реализацию мер, способствующих рациональному природопользованию, способствующему превращению биосферы в ноосферу.

Постиндустриальное общество, формируя концепцию качества жизни, выработало ограничительные рамки накладываемые на удовлетворение человеческих потребностей, направленных на ноосферу, гармоничность ее

развития. Ограничительными рамками здесь выступают: охрана окружающей среды; безопасность производства и продукции; мероприятия поддерживающие ресурсные запасы в стране.

В соответствии с концепцией, разработанной в Швеции, первостепенными определены условия труда и сам труд. Именно труд людей составляет основу экономики и главным источником удовлетворения разнообразных физиологических и духовных потребностей. Для удовлетворения разнообразных физиологических и духовных потребностей и мотиваций существует объединяющее начало: люди должны принимать участие в управлении и распределении результатов своего труда. Если это условие не соблюдается, в обществе возникают противоречия, которые могут выразиться в недовольство властью.

Для оценки качества жизни населения сегодня применяется ИРЧП, рассчитывается ООН, являющийся комплексным показателем характеризующим степень развития людей по странам мира [4]. Данный показатель позволяет исследовать социальные процессы по результатам ежегодно проводимого мониторинга развития человека. С 2013 г. используется индекс ИЧР, как нам представляется, более упрощенный показатель, учитывающий здоровье людей, питание, образование в той или иной стране.

Зачастую исследователями проводится знак равенства с уровнем жизни, который не учитывает ряд показателей характеризующих состояние уровня преступности, выбросы веществ загрязняющих атмосферный воздух, состояние преступности.

В основе расчета ИРЧ с 2010 г. используются показатель ожидаемой продолжительности жизни при рождении, образовательный уровень, ВВП или ВРП приходящиеся на душу населения. ИРЧ России в 2019-2020 годах составил 0,824, что характеризует страну, как имеющую очень высокий индекс.

Анализируя другие предлагаемые подходы к оценке качества жизни, используемых разными странами, очевидно, что в применяемых моделях акцентируется внимание на состояние, характеризующее окружающую среду. Данная компонента напрямую оказывает влияние на здоровье людей и продолжительность жизни при рождении.

В качестве примера приведем Кемеровскую область, характеризующуюся интенсивно развивающейся угольной отраслью, высокой плотностью населения. В следствии этого, наличествуют экологические риски, воздействующие на качество жизни людей в регионе [2, 3].

Добыча угля подземным способом сопровождается обустройством площадок для складирования угля и горной породы, технологии вентиляции подземных выработок, проветривания и дегазации, способствуют поступлению в атмосферу метана, что представляет собой основные источники загрязнения атмосферного воздуха. Порода,

выдаваемая из шахт содержит значительное наличие угля, а ее складирование при взаимодействии с атмосферой самовозгорается, выделяя при этом сернистый газ, смолистые вещества в виде продуктов возгонки, окись углерода.

Технологии проведения открытых горных работ предусматривают буровзрывные работы, сопровождающиеся газо-пылеобразованием, являющихся загрязнителем атмосферного воздуха. Высокоинтенсивная добыча угля в регионе, последствия высокой степени урбанизации сопровождается наличием признаков деградации земель, включая ее плодородие, снижением популяции животных, а значит потерей возобновляемых природных ресурсов. При этом, интенсивное развитие угольной промышленности увеличивает выбросы летучих веществ в атмосферу и загрязняет воздушную среду.

Объемы добычи угля в 2020 году составили 220,7 миллионов тонн, на 11,8 % меньше аналогичного периода 2019 года на 11,8 процента, (250,1 миллионов тонн), по данным Министерства угольной промышленности Кузбасса. Интенсивная добыча угля с применением открытого способа, сопровождается загрязнением атмосферы. За 2020 год, объемы выбросов веществ загрязняющих атмосферный воздух превысили 1600 тыс. тонн (602 кг. на одного жителя).

Типы различных загрязняющих веществ, попадающий в атмосферный воздух превышают 250 единиц, различного рода опасности «Среди них высокотоксичные и канцерогенные вещества в виде сажи, свинца, оксидов углерода и азота. Структура загрязняющих веществ в наибольшей степени содержит элементы, которые производятся стационарными источниками и являются твердыми веществами объемом 146,8 тыс. тонн. Кроме того, объемы газообразных и жидких веществ занимают 1340,8 тыс. тонн» [3, 5].

Среда обитания и ее качество характеризуется здоровьем населения, а динамика заболеваемости и смертность людей в трудоспособном возрасте показывает благополучие и отрицательные явления регионального развития. Для Кемеровской области выше названные показатели являются основными проблемами.

Сокращение населения Кузбасса за период 2016-2020 гг. составило 1,9 процента (51,0 тыс. человек). Темпы рождения упали 29,7 процентов при резком росте смертности, которая в 2020 году достигла показателя 16,1 (на 12,6 процента к 2016 году) [6]. При явных положительных тенденциях смертности детей до одного года, показатели демографическая ситуация выглядит неблагоприятной. Кемеровская область по плотности населения является одной из лидирующей в 2020 г. по Сибирскому федеральному округу -27,77. Это предопределило Кузбассу 1-е место в Сибирском федеральном округе и 7-е – России.

Что касается здоровья и продолжительности жизни населения в регионе, то в демографическом рейтинге регионов-2021 эксперты

агентства РИА Рейтинг определили Кузбассу одно из последних мест. По естественной убыли населения Кузбасс занимает 80-е место среди субъектов РФ: в 2018-2020 годах показатель составил - 46,2 тыс. человек, миграционное сальдо также имеет отрицательное значение -14,7 тыс. человек. 50 процентов в структуре умершего населения – это граждане в трудоспособном возрасте. Из них 78% составляют мужчины [7].

Как и в большинстве регионов страны, демографическую ситуацию можно охарактеризовать сокращением численности населения в следствии невысокой продолжительности жизни и сокращением миграционного прироста. В 2020 году миграционная убыль в Кемеровской области составила 3754 человек. Следствием негативного воздействия неблагоприятной окружающей среды на демографическую ситуацию в регионе являются повышенный уровень заболеваний органов дыхания, травм, как производственных, так и бытовых несчастных случаев, а также инфекционные и паразитарные заболевания.

Подводя итог вышеизложенному, сделаем вывод о том, что неблагоприятные факторы окружающей среды оказывают существенное воздействие на здоровье, отражающееся на качестве жизни людей, а реальное улучшение экологической обстановки не отмечается.

Для решения выявленных проблем, на наш взгляд, следует более активно задействовать такой инструмент, как социальную ответственность бизнеса. Поскольку угольные предприятия осуществляют свою производственную деятельность на территории региона, при этом используют трудовые ресурсы с других отраслей экономики, социальную, существенно загрязняют среду обитания, пользуются инфраструктурой сельских муниципальных округов, то логичным будет, если социальная ответственность бизнеса своим приоритетом определит повышение качества жизни людей на территории присутствия.

Формы социальной ответственности бизнеса могут иметь разноплановый характер и включать: «1) финансирование и материальные вложения через спонсорство, меценатство муниципальных учреждений здравоохранения, образования, культуры и спорта и пр.; 2) добровольное вложение, направленное на снижение выбросов и сбросов, превышающие законодательные нормы, способствующие реализации решений проблем бизнес-структуры экологического порядка; 3) финансирование и материальные вложения в строительство и модернизацию объектов коммунального хозяйства, обеспечение топливом, в целом и сельскую инфраструктуру; 4) финансовое и материальное участие в благоустройстве и озеленении сельских территорий; 5) финансовое и материальное участие в строительстве жилья нуждающихся сельских жителей и обустройстве зон для отдыха; 6) оказание поддержки для осуществления общественно значимых мероприятий и инициатив местных сообществ, праздничные торжества, через поддержку в виде грантов» [1].

Резюмируя вышеизложенное, подчеркнем, Кузбассу присущи: высокая антропогенная нагрузка и значительная заболеваемость людей, превышающие средний показатель в России более, чем в 2 раза, что сказывается на качестве жизни кузбассовцев. Выявленные проблемы предлагается решить посредством социальной ответственности бизнеса, ориентированного на социально-экономическое развитие территории, согласованность целевых ориентиров региона и муниципальных округов способствующих повышению качеству жизни населения.

Список литературы

1. Косинский П.Д. Регулирование качества жизни населения административно-территориального образования (вопросы теории и практики): дис. ...канд. эконом. наук. – Кемерово, 1999.
2. Косинский П.Д., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. Воздействие эколого-экономических факторов жизни техногенного региона // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 11-4. – С.711-716.
3. Косинский П.Д., Бондарев Н.С., Бондарева Г.С. Качество среды обитания и ее влияние на качество жизни населения // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 8-1. – С.180-184.
4. Косинский П.Д. Управление качеством жизни населения: системный подход: монография // Краснояр. гос. ун-т.- Красноярск, 2004. – 212 с.
5. Доклад о состоянии окружающей среды Кемеровской области- Кузбасса в 2020 году. Кемерово: Администрация Правительства Кузбасса. Министерство природных ресурсов и экологии Кузбасса, 2021. – 240 с.
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kemerovostat.ru>.
7. Демографический рейтинг регионов – 2021. РИА Рейтинг. [Электронный ресурс] – URL: <https://riarating.ru/infografika/20210405/630198230.html> (дата обращения 19.09.2021).
8. Андрюхин А.Ю., Михайлов В.В. Повышение финансово-экономической самодостаточности муниципальных образований на основе взаимодействия с гражданами и бизнесом // Вопросы управления. – 2015. – № 2 (33). – С.102-109.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ЗАМЕСТИТЕЛЯ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА КУЗБАССА (ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ И ЦИФРОВИЗАЦИИ) С.Н. ВАЩЕНКО | 3 |
| ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДИТЕЛЯ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ, ЗАВЕДУЮЩЕЙ КАФЕДРОЙ КОНКУРЕНЦИИ И АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КУЗГТУ Н.Е. КУХАРСКОЙ | 4 |
| ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕКТОРА КУЗГТУ А.Н. ЯКОВЛЕВА | 5 |
| ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ДИРЕКТОРА ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ КУЗГТУ Н.В. КУДРЕВАТЫХ | 6 |
| ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ О.Т-о. Агакишиев (г. Москва) | 7 |
| МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ Н.К. Андрианов (г. Москва) | 12 |
| АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЗАЩИТЫ КОНКУРЕНЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН К. Берикұлы (г. Семей, Республика Казахстан) | 17 |
| ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИ КВАЛИФИКАЦИИ ПРАВОНАРУШЕНИЯ ПО ЧАСТИ 2 СТАТЬИ 9.21 КОАП РФ С.В. Веревкин (г. Барнаул) | 21 |
| МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ И.Ю. Верчагина, Е.В. Ельцова, И.П. Колечкина (г. Белово) | 25 |
| УГЛЕРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ И.Ю. Верчагина, Е.В. Ельцова, И.П. Колечкина (г. Белово) | 29 |
| НЕКОРРЕКТНОЕ СРАВНЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ Е.М. Вислобокова, С.В. Мазаева (г. Тамбов) | 33 |

| | |
|--|----|
| ИНСТИТУТ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ПРИ ОБЖАЛОВАНИИ НЕНОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО АКТА АНТИМОНОПОЛЬНОГО ОРГАНА Ю.В. Воложанинова, Л.Л. Пак (<i>г. Самара</i>)..... | 37 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ В КУЗБАССЕ К.В. Востриков (<i>г. Кемерово</i>)..... | 42 |
| МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПО АНАЛИЗУ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ НА МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ А.Н. Галочкин (<i>г. Москва</i>)..... | 46 |
| ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ А.С. Губкина (<i>г. Кемерово</i>)..... | 49 |
| НЕЭТИЧНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ: ВОПРОСЫ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ Н.В. Дмитриева (<i>г. Кемерово</i>)..... | 51 |
| ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ГДК» ЗА СЧЕТ ОБНОВЛЕНИЯ ПАРКА КАРЬЕРНОЙ ТЕХНИКИ Н.В. Дорожкина, М.Е. Бунин (<i>г. Кемерово</i>)..... | 55 |
| ВОПРОСЫ КОНКУРЕНЦИИ И МОНОПОЛИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ПЛАТФОРМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ И.А. Дымова (<i>г. Кемерово</i>)..... | 59 |
| УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И.А. Дымова, Т.В. Черных (<i>г. Кемерово</i>)..... | 63 |
| КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ РОБОТАМИ И ЛЮДЬМИ: МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ Е.Е. Жернов (<i>г. Кемерово</i>)..... | 67 |
| ВЛИЯНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И КОНКУРЕНЦИЮ Е.В. Зубов (<i>г. Кемерово</i>)..... | 70 |
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И НЕКОТОРЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ А.В. Зубова (<i>г. Кемерово</i>)..... | 75 |

| | |
|--|-----|
| НАПРАВЛЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПАКЕТА ПОПРАВКИ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЕ: РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ И ПОДДЕРЖКА МЕСТНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ Т.Б. Иванова (г. Волгоград)..... | 77 |
| НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ БАНКА ПАО «ВТБ» Ю.А. Казакова (г. Кемерово)..... | 80 |
| РАЗВИТИЕ ВЫСОКОКОНЦЕНТРИРОВАННЫХ РЫНКОВ В РФ Е.Г. Казанцева (г. Кемерово)..... | 83 |
| ОЦЕНКА ESG ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С.И. Казаченко (г. Прокопьевск)..... | 88 |
| РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПОДХОДА АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ К ВЫДАЧЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ Е.Б. Каминская, А.К. Дрешер (г. Кемерово)..... | 90 |
| БАНК РОССИИ КАК МЕГАРЕГУЛЯТОР ФИНАНСОВОГО РЫНКА Р.А. Канцеров, Н.Н. Школьникова (г. Черкесск)..... | 92 |
| СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ Р.А. Канцеров, Н.Н. Школьникова (г. Черкесск)..... | 97 |
| МОДЕЛИ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЛИГОПОЛИИ И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ А.О. Кишковская (г. Ростов-на-Дону)..... | 101 |
| МОДЕЛИ ЦЕНОВОЙ ОЛИГОПОЛИИ И СГОВОР НА РОССИЙСКИХ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ А.О. Кишковская (г. Ростов-на-Дону)..... | 105 |
| ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ФАКТОРОВ ООО «МОНТАЖЭНЕРГОСТРОЙ» Е.Д. Климова (г. Кемерово)..... | 109 |
| ИНДУСТРИЯ 4.0 КАК НОВЫЕ СРЕДА И ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ Е.А. Корягина (г. Кемерово)..... | 112 |
| АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «СОЛНЕЧНЫЙ» О.В. Колодяжная (г. Симферополь)..... | 115 |

| | |
|--|-----|
| РАЗВИТИЕ АГЛОМЕРАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ П.Д. Косинский, В.В. Меркурьев (г. Кемерово)..... | 119 |
| ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ Р.М. Котов (г. Кемерово)..... | 124 |
| ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ») А.С. Кулагина (г. Кемерово)..... | 127 |
| РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Л.В. Кусургашева, В.Н. Давыдова (г. Кемерово)..... | 130 |
| МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Д.В. Колтунов (г. Москва)..... | 133 |
| ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭЛЕВАТОРА А.А. Леонтьева (г. Курган)..... | 139 |
| КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ «УМНОГО» ПРЕДПРИЯТИЯ Д.П. Литвина (г. Кемерово)..... | 142 |
| ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АПК ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ Э.М. Лубкова, Г.С. Ермолаева (г. Кемерово)..... | 146 |
| ЭТИКА КОНКУРЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Т.А. Луценко (г. Кемерово)..... | 149 |
| ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА И.И. Лямкин (г. Кемерово)..... | 152 |
| АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ А.Н. Малюгин, В.А. Фиофилактова (г. Кемерово)..... | 156 |
| ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ И.В. Мартыненко (г. Москва)..... | 159 |
| АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ А.Н. Медведева (г. Симферополь)..... | 164 |

| | |
|---|-----|
| ОСОБЕННОСТИ РЫНКА МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ П.А. Мухина (г. Курган)..... | 167 |
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА Л.В. Наседкина (г. Кемерово)..... | 170 |
| ПОЧЕМУ В РОССИИ ОТСУТСТВУЕТ ЧЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ? О.А. Никифорова (г. Кемерово)..... | 174 |
| ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РАСХОДОВ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ С.Ю. Осинкин (г. Кемерово)..... | 177 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ А.И. Паутова (г. Ярославль)..... | 181 |
| ТОРГИ В АНТИМОНОПОЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ И ПРИ КВАЛИФИКАЦИИ КАРТЕЛЬНЫХ СОГЛАШЕНИЙ В.И. Пегова (г. Пенза)..... | 186 |
| ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА КУЛЬТУРЫ В КУЗБАССЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ И.А. Перов (г. Кемерово)..... | 191 |
| ПРАКТИКА КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ: НАРУШЕНИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ, СВЯЗАННЫЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ И БЮДЖЕТНЫМ ФИНАНСИРОВАНИЕМ БЕЗ КОНКУРСНЫХ ПРОЦЕДУР Ю.А. Полякова, А.К. Дрешер (г. Кемерово)..... | 194 |
| ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА – ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Д.С. Почуева, С.М. Бугрова (г. Кемерово)..... | 197 |
| О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В РОССИИ Ю.А. Поюнова (г. Кемерово)..... | 201 |
| ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ Д.Ю. Прошкин (г. Ростов-на-Дону)..... | 205 |
| ПРОБЛЕМА КОНЦЕНТРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ Е.А. Радионова (г. Кемерово)..... | 209 |

| | |
|--|-----|
| СОЦИАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА В.А. Райс, К.И. Черница (г. Кемерово)..... | 214 |
| АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Н.В. Рознина, М.В. Карпова, Ю.И. Овчинникова (г. Курган), Е.С. Соколова (г. Тюмень)..... | 218 |
| ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ Н.В. Рознина (г. Курган), Е.С. Соколова (г. Тюмень)..... | 223 |
| КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА А.В. Салихов (г. Кемерово)..... | 227 |
| ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КРАУДФАНДИНГА КАК НОВОЙ ФИНАНСОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Ю.Е. Самсонова (г. Новосибирск)..... | 230 |
| КРАУДФАНДИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Ю.Е. Самсонова (г. Новосибирск)..... | 234 |
| ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕРМИНАЛОВ САМООБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АЗС З.И. Семин (г. Кемерово)..... | 238 |
| СООТНОШЕНИЕ МОНОПОЛИИ И КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ К.В. Скрипко, В.Е. Скрипко (г. Кемерово)..... | 242 |
| ПРАКТИКА УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ПО ПРЕСЕЧЕНИЮ НАРУШЕНИЙ СТАТЬИ 10 «ЗАКОНА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ» Т.М. Соболевская (г. Курган)..... | 245 |
| КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ А.Д. Спудис (г. Кемерово)..... | 256 |
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПРОДАЖ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В.Е. Старостина, А.А. Потапова (г. Кемерово)..... | 259 |

| | |
|---|-----|
| НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА ПРИМЕРЕ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ О.В. Степанова, Е.В. Леготина (г. Кемерово)..... | 261 |
| ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ А.О. Табакова (г. Кемерово)..... | 264 |
| ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ПАО «ВТБ» И.Н. Третьякова (г. Кемерово)..... | 268 |
| К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА Т.А. Тюленева (г. Кемерово)..... | 273 |
| ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗИ КОРРУПЦИИ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ (ПО ДАННЫМ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ) Т.А. Тюленева (г. Кемерово)..... | 277 |
| КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ Р.Ф. Фаляхов, С.М. Бугрова (г. Кемерово)..... | 280 |
| ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА Р.Ф. Фаляхов (г. Кемерово)..... | 283 |
| ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ: АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ОСНОВ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ Е.А. Хромов (г. Кемерово)..... | 288 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ Т.В. Черных (г. Кемерово)..... | 292 |
| ПРЕДЕЛЫ ИСЧЕРПАНИЯ ПРАВ ПРИ ОСПАРИВАНИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ М.А. Шабанова (г. Самара)..... | 296 |
| КОНТРОЛЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЙСТВИЙ (БЕЗДЕЙСТВИЙ) ОРГАНА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ М.А. Швецова (г. Йошкар-Ола)..... | 302 |
| МОНОПОЛИЯ: ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ Р.Д. Шевелев (г. Кемерово)..... | 307 |
| ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РОССИИ В 2021 ГОДУ О.А. Шилова (г. Кемерово)..... | 310 |

| | |
|---|-----|
| РАЗРАБОТКА «ПРАВИЛ КОНКУРЕНЦИИ» ДЛЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ЭКОСИСТЕМ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ Л.Г. Шутько (<i>г. Кемерово</i>)..... | 314 |
| ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОЕКТА «ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСА ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ» В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ В.В. Щекочихин (<i>г. Москва</i>)..... | 318 |
| ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА Т.А. Юрзина (<i>г. Кемерово</i>)..... | 322 |

Научное издание

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

*Сборник материалов
IV Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 20-21 октября 2021 г.)*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 15.10.2021. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 20,9
Тираж 100 экз. Заказ .
КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28
Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4 а.