



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№1(56)

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

МОСКВА, 2022



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам LVI международной
научно-практической конференции*

№ 1 (56)
Январь 2022 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2022

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО "Воронежский экономико-правовой институт", Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам LVI междунар. науч.-практ. конф. – № 1(56). – М.: Изд. «МЦНО», 2022. – 48 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2022

Оглавление

1. Менеджмент	5
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ	5
Елькин Максим Сергеевич Бутиков Виталий Юрьевич Лубкин Александр Владимирович Прядко Светлана Николаевна	
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СРЕДСТВ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ	10
Овсянников Артём Евгеньевич Шершов Данил Бескровных Александр Прядко Светлана Николаевна	
2. Региональная экономика	16
ВЛИЯНИЕ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ НА РЕГИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ Сюй Юнь	16
3. Экономика и управление народным хозяйством	23
ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	23
Захарова Анастасия Сергеевна Городов Даниил Николаевич Прядко Светлана Николаевна	
4. Экономика предпринимательства	29
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ НА РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ФИТНЕС КЛУБА	29
Бобров Петр Игоревич Шамсутдинова Анна Альбертовна Советов Иван Николаевич	
ЧАСТНАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИНИЦИАТИВА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	36
Кравцов Сергей Владимирович Бармута Карина Александровна	

5. Экономическая теория

42

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА И ЕГО
УЛУЧШЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ
БАШКОРТОСТАН

42

Зинатуллин Евгений Маратович
Маликов Рустам Илькович

1. МЕНЕДЖМЕНТ

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ

Елькин Максим Сергеевич

*студент кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Бутиков Виталий Юрьевич

*студент кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Лубкин Александр Владимирович

*студент кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Прядко Светлана Николаевна

*доцент кафедры менеджмента и маркетинга
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

MARKETING RESEARCH OF THE REGIONAL HAIRDRESSING MARKET

Maxim Elkin

*Student
of the Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Vitaly Butikov

*Student
of the Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Alexander Lubkin

*Student
of the Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Svetlana Pryadko

*Associate Professor, Department of Management and Marketing
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Аннотация. В статье представлены краткие результаты исследования регионального рынка парикмахерских. Исследование проводилось в ноябре 2021 года. Методом исследования выступил онлайн опрос, проведенный на сайте Google форма. В исследовании приняли участие 68 респондентов. Исследование показало, что большинство респондентов пользуются услугами парикмахерских один раз в месяц, и обычно тратят около одной тысячи рублей. Услугами специализированных барбершопов постоянно пользуются более половины опрошенных респондентов мужского пола.

Abstract. The article presents brief results of the study of the regional hairdressing salon market. The study took place in November 2021. The research method was an online survey conducted on the Google form site. The study involved 68 respondents. The survey showed that the majority of respondents use hairdressing services once a month, and usually spend about one thousand rubles. The services of specialized barbershops are constantly used by more than half of the surveyed male respondents.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; рынок парикмахерских услуг; онлайн опрос.

Keywords: marketing research; hairdressing market; online survey.

Актуальность проблемы и методика проведения исследования. В условиях возрастающей неопределенности внешней среды возрастает необходимость информационного обеспечения управленческих решений.

Основой для принятия управленческих решений в области маркетинга являются маркетинговые исследования. На основании проведенных исследований формируется маркетинговая политика и разрабатываются инструменты воздействия на потребителя. С целью проведения маркетингового исследования рынка парикмахерских услуг нами был проведен опрос жителей города Белгорода. Исследование проходило в виде онлайн опроса при помощи сервиса Google Формы [1]. Для формирования выборки исследования был использован онлайн калькулятор [2]. В опросе приняло участие 68 человек, из них 24 женщины (35,3%) и 44 мужчины (64,7 %)/

Проведенное исследование показало, что большая часть респондентов (54%) посещают парикмахерские раз в месяц.

3. Как часто вы посещаете парикмахерские?

68 ответов

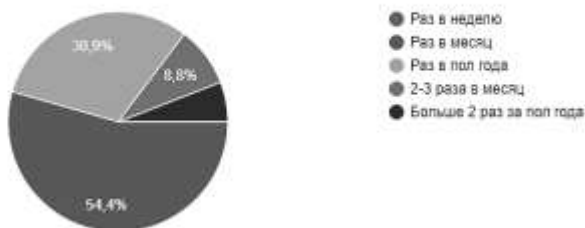


Рисунок 1. Частота посещения парикмахерских

Нами были проанализированы ценовые ожидания в отношении парикмахерских услуг на региональном рынке. Исследование показало, что большинство респондентов (67,6%) готовы заплатить за услуги парикмахерских сумм до 1000 рублей.

6. Какую сумму вы готовы заплатить за один поход в парикмахерскую:

68 ответов



Рисунок 2. Ценовые ожидания респондентов

Нами были проанализированы несколько ведущих парикмахерских города Белгорода. Парикмахерская «PROОбраз» пользуется наибольшей популярностью у респондентов (14,7 %). Парикмахерская «Персона» занимает второе место (13,2 %). Парикмахерские «Соль» и «Багира» занимают 3 и 4 место (11,8%), Дisko – 5 (4,7%).

8. Какие парикмахерские вы знаете в городе Белгороде

68 ответов

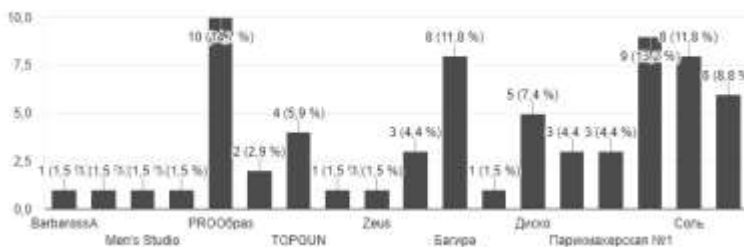


Рисунок 3. Топ-5 ведущих парикмахерских города Белгород

Нами были проанализированы специализированные услуги Барбершопов. Опрос показал, что всего 2,9 % респондентов не знают что такое Барбершоп.

12. Вы знаете что такое Барбершоп?

68 ответов



Рисунок 4. Информированность респондентов об услугах Барбершопов

Наибольшей популярностью, из числа барбершопов, пользуется барбершоп «TOPGUN» (45,5 %).

14. Какие из перечисленных барбершопов вы знаете?

66 ответов

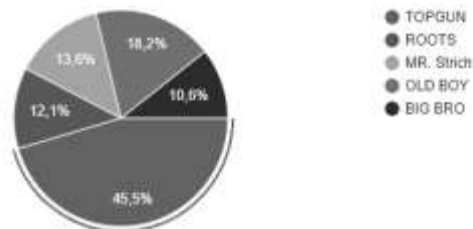


Рисунок 5. Топ-5 ведущих барбершопов города Белгород

Таким образом, проведенное исследование показало что, большая часть респондентов предпочитают посещать парикмахерские раз в месяц. 67,6% респондентов готовы заплатить за услуги парикмахерской сумму до 1000 рублей. 64.7 % респондентов негативно относятся к навязчивому общению со стороны мастера парикмахерской. Наибольшей популярностью у респондентов (14,7 %) пользуется парикмахерская «PROОбраз» Наибольшей популярностью, из числа барбершопов, пользуется барбершоп «TOPGUN»; ему отдали предпочтение 30 респондентов, что составляет 45,5 %.

Список литературы:

1. Официальный сайт Google Формы. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1eMtmBgEloQsbk6AJGae8uJGn3LT4EYcZ92ddLHojG3E/edit>
2. Расчет размера выборки: онлайн калькулятор socioline. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>
3. Анализ российского рынка парикмахерских : итоги 2020 г., прогноз до 2025 г. Официальный сайт РБК. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/39123/>
4. Тхориков Б.А. Базовые элементы проектного управления в общественном секторе экономики //Актуальные вопросы экономики и управления. – 2017. – С. 138-142.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СРЕДСТВ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ

Овсянников Артём Евгеньевич

студент

*кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Шершов Данил

студент

*кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Бескровных Александр

студент

*кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Прядко Светлана Николаевна

*доц. кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

MARKETING RESEARCH OF THE REGIONAL MARKET FOR HAIR CARE PRODUCTS

Artem Ovsyannikov

*Student
Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Danil Shershov

*Student
Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Alexander Beskrovnykh

*Student
Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Svetlana Pryadko

*Associate Professor, Department of Management and Marketing,
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Аннотация. В статье представлены краткие результаты исследования регионального рынка ухода за волосами. Исследование проходило в ноябре 2021 года. Методом исследования выступил онлайн-опрос, проведенный при помощи сервиса Google Формы. В исследовании приняли участие 86 респондентов. Исследование показало высокий уровень осведомленности потребителей марки «Head And Shoulders».

Abstract. The article summarizes the results of a study of the regional hair care market. The study took place in November 2021. The research method was an online survey conducted using the Google Forms service. The study involved 86 respondents. The survey showed a high level of consumer awareness of the Head And Shoulders brand.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; рынок ухода за волосами; онлайн опрос.

Keywords: marketing research, hair care market, online survey.

Актуальность проблемы и методика проведения исследования. В условиях неопределенности и нарастания кризиса все большее значение приобретает необходимость более качественного информационного обеспечения управленческих решений. Основой для принятия управленческих решений в области маркетинга являются маркетинговые исследования рынка, конкурентов, потребителей. Объектом проведенного маркетингового исследования выступил региональный рынок ухода за волосами. В качестве конкретного продукта был выбран шампунь марки «Head And Shoulders». Исследование проходило в виде онлайн-опроса при помощи сервиса Google Формы [1]. Для формирования выборки исследования был использован онлайн калькулятор выборки исследования [2]. Выборка исследования составила 86 респондентов. Проведенный опрос показал, что 40,7% респондентов покупают шампунь раз в 2-3 месяца, 32,6% делают покупку раз в 3-5 месяцев, остальная часть опрошенных, в свою очередь, делают покупки чаще (рис.1).

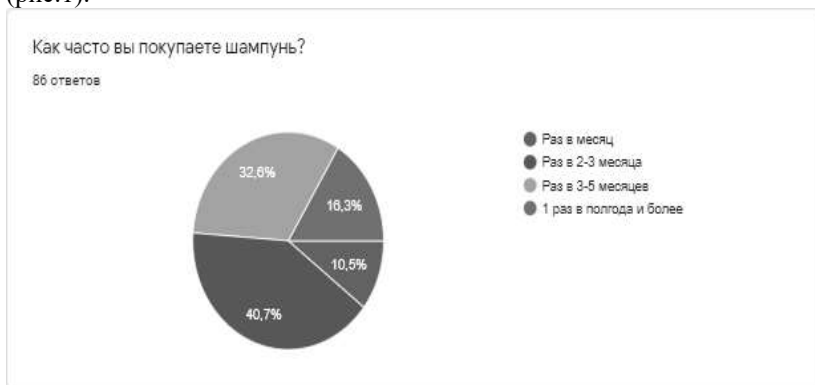


Рисунок 1. «Как часто вы покупаете шампунь?»

Почти половина опрошенных (46,5%) меняют марку шампуня раз в 2-6 месяцев; 23,3 % респондентов меняют марку раз в полгода; так как 20,9% - являются лояльными потребителями, и не меняют марку в течение долго времени.

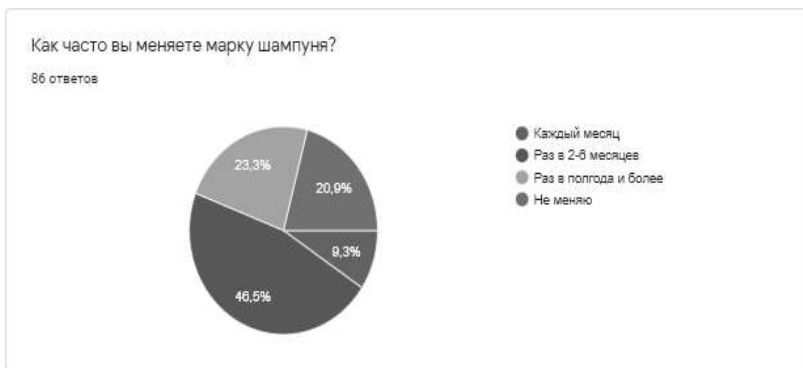


Рисунок 2. «Как часто вы меняете марку шампуня?»

Исследование было проведено на примере торговой марки «Head And Shoulders». На основании данного опроса можно констатировать, что 79,1% опрошенных знают бренд «Head And Shoulders», что говорит о хорошей рекламе и распространенности среди покупателей.

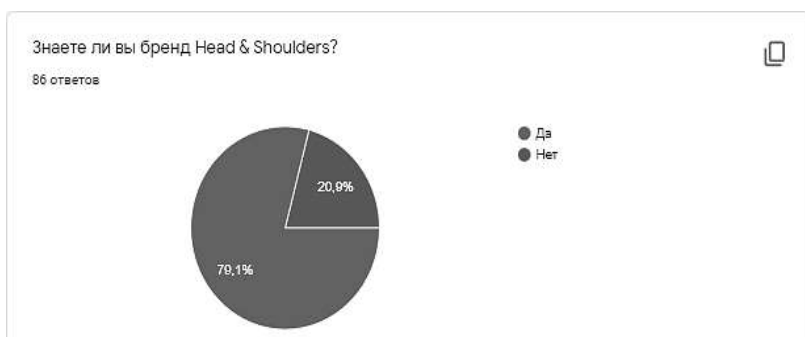


Рисунок 3. «Знаете ли вы бренд «Head And Shoulders»?»

На основании данного опроса мы можем сказать, что 45,3% всех опрошенных периодически пользуются шампунем марки «Head And Shoulders», что говорит о широкой распространенности данной марки на рынке города Белгород.

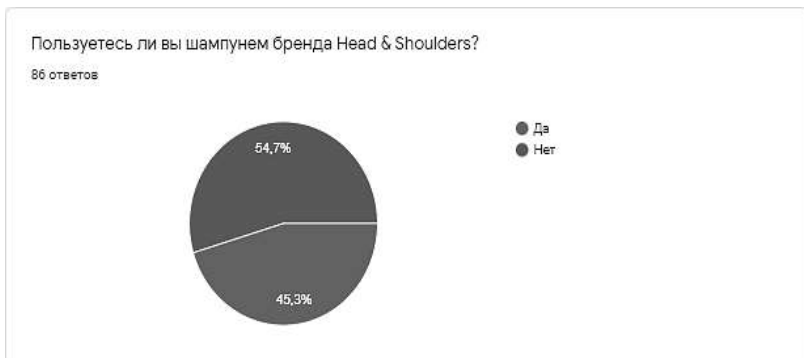


Рисунок 4 «Пользуетесь ли вы шампунем бренда «Head And Shoulders»?»

Нами были проанализированы ценовые ожидания покупателей Белгорода. На основании опроса можно проследить тенденцию покупки недорогих шампуней, например до 300 рублей шампуню покупают 32,6% опрошенных, до 600 рублей 39,5% опрошенных.

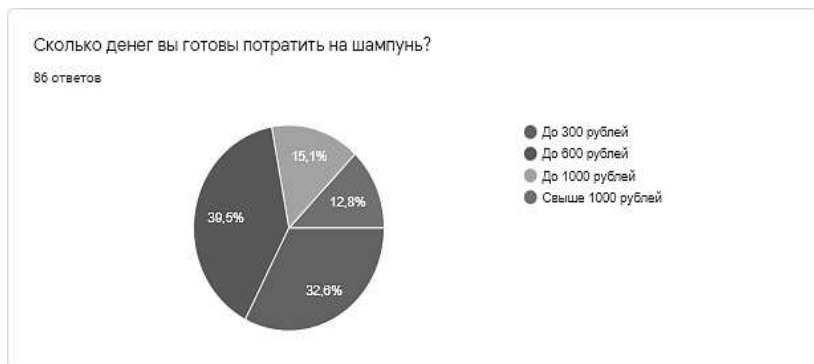


Рисунок 5 «Сколько денег вы готовы потратить на шампунь?»

Таким образом, исследование показало, что о шампуне марки «Head And Shoulders» известно почти 80 процентам всех опрошенных, а пользуются им почти половина. Почти половина опрошенных меняют шампунь раз в 2-6 месяцев, так как 20,9% не меняют её вовсе. Так же большинство опрошенных были мужчины в возрасте 20-30 лет. Так же большое влияние на выбор продукта влияет ценовая политика, чем ниже цена, тем выше спрос. Большинство респондентов

использует шампунь раз в 2-3 дня. На основании вышесказанного, можно сделать вывод о том, что шампуни марки «@Head And Shoulders» пользуются высокой популярностью и спросом на белгородском рынке.

Список литературы:

1. Официальный сайт Google Формы. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1eMtmBgEloQsbk6AJGae8uJGn3LT4EYcZ92ddLHojG3E/edit>
2. Расчет размера выборки: онлайн калькулятор socioline. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>
3. Анализ российского рынка парикмахерских : итоги 2020 г., прогноз до 2025 г. Официальный сайт РБК. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/39123/>
4. Тхориков Б.А. Базовые элементы проектного управления в общественном секторе экономики //Актуальные вопросы экономики и управления. – 2017. – С. 138-142.

2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ВЛИЯНИЕ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ НА РЕГИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Сюй Юнь

аспирант,
Российский технологический университет,
Китай, г. Кайфэн".

Аннотация. В этой статье выбрали показатели нефтегазодобывающей отрасли провинций Китая в 2019 году и получили более точную модель анализа с помощью множественной линейной регрессии с использованием статистического программного обеспечения SPSS. Результаты расчетов дают представление о текущем состоянии нефтегазодобывающей отрасли Китая.

Нефть является одним из важнейших природных ресурсов в мире. Она влияет на экономическое развитие и влияет на окружающую среду и на то, как люди путешествуют.

В 1969 году спрос на сырую нефть в Китае был 25-м в мире, а теперь Китай стал вторым по величине потребителем нефти в мире. Гарантия поставок нефти является важным проявлением стабильного развития страны.

В этой статье мы проанализировали степень влияния нефтедобывающей отрасли на экономическое развитие различных провинций и получили тенденцию развития нефти. выбрали объем добычи нефти в каждой провинции в 2019 году и использовали уравнение множественной линейной регрессии для получения Взаимосвязь ВВП и объем добычи нефти в каждой провинции.

2. Текущее состояние нефтедобывающей отрасли Китая в различных провинциях в 2019 г.

Национальное статистическое бюро Китая ведет статистику по 12 показателям, отражающим состояние нефтегазодобывающей промышленности, в 19 провинциях Китая.

Таблица 2. 1.

Показатели провинций Китая в 2019 г.

	ВВП (сто- млн юаней)	Иностранные инвестиции в нефтегазовую и нефтяную добычу (100 млн юаней)	Общие активы нефтегазовых компаний (100 млн юаней)	Общие активы нефтегазовых компаний (100 млн юаней)	Основные фонды нефтегазовых компаний (100 млн юаней)	Доход от нефтегазовых добычи (100 млн юаней)	Общая прибыль нефтегазовых компаний (100 млн юаней)	Общая стоимость нефтегазовых активов (100 млн юаней)	Общая стоимость нефтегазовых активов (100 млн юаней)	Объем добычи нефтегазовых добычи (млн т)	Потребление нефтегазовых добычи (млн т)	Количество нефтегазовых добычи (млн т)	Стоимость нефтегазовых добычи (10000 т)
Тяньцзинь	14055.5	340.24	1440.76	1180.74	972.46	545.77	662.86	31.12	16.93	476	107	3.8	
Хэйлунцзян	34978.6	23.27	520.37	396.15	191.71	-5.2	157.9	5.5	21.78	788	193	22.4	
Монголия	17212.5	110.99	85.91	72.23	26.5	-3.5	23.28	0.15	4.29	707	44	5.9	
Ляонин	24854.3	90.85	514.35	298.38	300	4.08	320.13	10.53	98.95	681	351	13.1	
Цзяньцзян	11726.8	135.88	522.69	71.33	155.2	-26.61	232.81	4.11	10.35	330	648	7.7	
Хэйлуцзян	13544.4	229.69	3761.58	1611.85	1124.88	116.4	1410.87	30.9	15.35	492	162	15.9	
Шанхай	37987.6	0	154.53	79.18	22.85	-10.69	126.82	0.39	25.97	670	115	5.6	
Цзяцзы	98656.8	3.77	141.27	67.36	68.17	-4.46	109.77	1.54	41.21	1210	788	47.4	
Шаньдун	70540.5	228.17	1621.95	878.4	780.62	7.39	996.69	22.26	136.32	1380	363	27.6	
Хэнань	53717.8	25.44	334.53	132.17	114.98	-41.51	338.65	2.51	8	776	97	25.2	
Хубэй	45429	19.44	252.62	103.65	70.05	-6.55	128.93	0.54	15.16	774	249	26.8	
Гуандун	107986.9	104.95	1128.51	483.17	620.2	313.95	724.38	15.08	56.32	1181	769	63.5	
Гуанси	21237.1	0	40.52	2.49	15.28	12.09	6.37	0.5	16.38	589	109	32.7	
Хэйлунцзян	5330.8	43.81	47.13	2.85	11.33	3.72	8.11	0.31	11.38	56	10	4.5	
Синьцзян	46363.8	286.34	2025.01	1115.82	797.18	130.94	705.7	0.88	10.1	1109	242	32.9	
Шаньси	25793.2	448.48	4696.56	2967.83	1459.98	274.76	2431.2	27	18.38	886	90	9.8	
Ганьсу	8718.3	22.11	805.68	653.64	269.72	65.33	341.58	9.04	14.8	490	45	6	
Цзянсу	2941.1	64.36	436.63	52.11	174.21	16.29	190.18	2.28	1.56	164	4	2	
Синьцзян	13597.1	646.7	3211.93	2059.11	1290.19	172.89	1126.72	27.89	23.77	809	50	16.5	

Для анализа влияния нефтегазовой отрасли на экономику региона мы выбрали 12 показателей в Таблице 2-1. Экономические показатели: ВВП, Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль, Общие активы нефтегазодобывающей отрасли, Основные фонды нефтегазодобывающей отрасли, Доход от основной деятельности, Общая прибыль нефтегазодобывающей отрасли, Общая сумма обязательств нефтегазодобывающей отрасли.

Показатели добычи нефти: Объем добычи нефти, Потребление нефти, Количество государственных промышленных предприятий.

Экологические показатели: Сточные воды нефтеперерабатывающих производств, Химическое потребление кислорода (ХПК)

3. Создание модели и расчет

В этой статье использовали метод множественной линейной регрессии для измерения влияния нефтегазодобывающей отрасли на местный ВВП в 2019 году. создали регрессионную модель. и выбрали некоторые показатели нефтяной отрасли, которые могут влиять на ВВП в качестве независимых переменных (x), и региональный ВВП в качестве зависимой переменной (y).

3.1 Сначала мы вычисляем коэффициент корреляции Пирсона, который измеряет линейную корреляцию. Если $r = 0$, это означает, что нет линейной корреляции между независимой переменной x и зависимой переменной y. Чем больше абсолютное значение коэффициента корреляции, тем сильнее корреляция: чем ближе коэффициент корреляции к 1 или -1, тем сильнее корреляция и чем ближе коэффициент корреляции к 0, тем слабее корреляция.

$$\text{Формула Пирсона : } \rho_{X,Y} = \text{corr}(X, Y) = \frac{\text{cov}(X,Y)}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{E[(X-\mu_X)(Y-\mu_Y)]}{\sigma_X \sigma_Y}$$

Pearson Correlation	ВВП (сто млн юаней)	Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль (сто млн юаней)	Общие активы нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)	Основные фонды нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)	Доход от основной деятельности (сто млн юаней)	Общая прибыль нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)
	1	-0.193	-0.115	-0.138	-0.046	0.028
	Общая сумма обязательств нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)	Объем добычи нефти (млн т)	Потребление нефти (млн т)	Количество государственных промышленных предприятий	Сточные воды нефтеперерабатывающих производств (т)	ХПК (10000 т)
	0.005	-0.085	.466	.824	.737**	.883

3-1. Коэффициент корреляции между региональным ВВП и влияющими на него факторами

Из таблицы коэффициентов корреляции 3-1 видно, что имеется 3 показателя сильной корреляции (коэффициент корреляции больше 0,7): Количество государственных промышленных предприятий, Сточные воды нефтепетроводарство, и ХПК.

Имеется 7 показатели слабой корреляции (коэффициент корреляции менее 0,3): Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль, Общие активы нефтегазодобывающей отрасли, Основные фонды нефтегазодобывающей отрасли, Доход от основной деятельности, Общая прибыль нефтегазодобывающая отрасль, Общая сумма обязательств нефтегазодобывающей отрасли, Объем деятельности нефти.

3.2 Мы используем программный пакет SPSS Statistics 26 для создания уравнения множественной линейной регрессии, анализируем несколько независимых переменных в нефтедобывающей отрасли.

$$y = B + B_1x_1 + B_2x_2 + \dots + B_{11}x_{11} + \mu$$

В уравнении y представляет ВВП, называемый объясненной переменной, $x_1x_2 \dots x_{11}$ — 11 объясняющих переменных, также называемых независимыми переменными, B_0 — константа, $B_1 B_2 \dots B_{11}$ — коэффициент регрессии, а μ — член случайной интерференции.

Используя метод пошаговой регрессии, постепенно добавляли независимые переменные и удаляли несущественные независимые переменные. Полученные результаты показаны в следующей таблице.

Таблица 3.2.

Переменные

Модель 3	Beta	t	Sig.	partial correlati	Tolerance	VIF
Общие активы нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)	-.050 ^d	-.316	.757	-.084	.317	3.156
Основные фонды нефтегазодобывающей отрасли (сто млн юаней)	-.064 ^d	-.353	.729	-.094	.237	4.214
Доход от основной деятельности (сто млн юаней)	.049 ^d	.231	.821	.061	.175	5.710

Модель 3	Beta	t	Sig.	partial correlati	Tolerance	VIF
Общая прибыль (сто млн юаней)	.144 ^d	1.313	.210	.331	.589	1.697
Общая сумма обязательств (сто млн юаней)	.055 ^d	.395	.699	.105	.400	2.502
Объем добычи нефти (млн т)	.108 ^d	.814	.430	.212	.429	2.332
Потребление нефти (млн т)	.053 ^d	.480	.639	.127	.650	1.539
Сточные воды нефтеперерабатывающих производств(т)	.210 ^d	1.894	.079	.452	.514	1.946

Модель 3	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
3 (Constant)	-9081.480	6087.026		-1.492	.156		
ХПК (10000 т)	865.895	252.982	.471	3.423	.004	.391	2.559
Количество государственных промышленных предприятий	45.343	12.053	.522	3.762	.002	.385	2.596
Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль (сто млн юаней)	-38.154	16.397	-.223	-2.327	.034	.807	1.239

Таблица 3.3.

Параметры модели

Модель3	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14600970887.694	3	4866990295.898	40.025	.000 ^d
Within Groups	1823997110.838	15	121599807.389		
Total	16424967998.532	18			

Таблица 3.4.

ANOVA

Модель	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimant	DW
3	.943 ^c	.889	.867	11027.2303	2.799

Коэффициент регрессии

С помощью регрессионного анализа в программе SPSS получили уравнение множественной линейной регрессии уровня регионального экономического развития:

$$y = -9081.48 + 865.895x_1 + 45.343x_2 - 38.154x_3$$

Среди них x_1 — Химическое потребление кислорода (ХПК) ,
 x_2 — Количество государственных промышленных предприятий,
 x_3 — Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль.

3.3 Модельный тест и описание

Из таблицы 3-4 ANOVA видно, что когда $\alpha = 0,05$, критическое значение $F(3, 15) = 3,287$, а $F = 40,025 > 3,287$ и $p = 0,000$, поэтому уравнение регрессии имеет значение. В t-тесте сопутствующие значения вероятности равны 0,004, 0,002 и 0,034, которые все меньше 0,05, поэтому уравнение регрессии значимо. В диагностике коллинеарности, Tolerance меньше 1, VIF меньше 10, Следовательно, мы можем думать, что независимые переменные x_1 , x_2 , x_3 и зависимая y переменная имеют значительную статистическую значимость.

Из уравнения множественной линейной регрессии видно, что, когда другие независимые переменные не изменяются, На каждые дополнительные 10 000 тонн ХПК ВВП будет увеличиваться на 86,589 млрд юаней. когда другие независимые переменные не изменяются. На каждое дополнительное Количество государственных промышленных предприятий ВВП увеличится на 4,5343 млрд юаней. когда другие независимые переменные не изменяются. Инвестиции в нефтегазодобывающую отрасль вырастут на 100 млн юаней, ВВП снизится на 3,8154 млрд юаней.

4. Вывод

Из уравнения регрессии видно что , при Увеличении Количество государственных промышленных предприятий и увеличении ХПК ,ВВП увеличивается. На самом деле это тоже логично, Процесс урбанизации Китая ускорился, а уровень индустриализации повысился, Увеличение количества промышленных предприятий приведет к быстрому экономическому развитию, а увеличение ХПК свидетельствует о более серьезном загрязнении водного объекта органическими веществами. Увеличение сброса промышленных сточных вод привело к увеличению ВВП. Напротив, с увеличением инвестиций в нефтегазодобывающую отрасль ВВП имеет тенденцию к снижению, что указывает на то, что Китай в настоящее время переживает относительно сложный этап. Поскольку запасы высококачественных традиционных нефтяных ресурсов сокращаются, Освоение нефтяных ресурсов Китая смещается в сторону разработки сверхглубоких нефтяных скважин, месторождений сланцевой нефти, глубоководной нефти и др. Эти ресурсы трудно исследовать, требуют высоких технологий добычи и высоких затрат на добычу. В то же время китайская нефть очень зависит от импорта, поэтому она должна увеличить разведку нефтяных ресурсов, увеличить инвестиции в исследования и разработки инновационных технологий добычи полезных ископаемых, увеличить добычу нефти и обеспечить энергоснабжение Китая. В то же время, развивая отрасль добычи нефти и природного газа для улучшения экономики, мы должны хорошо поработать в области защиты окружающей среды, разрешить противоречие между экономическим развитием и защитой окружающей среды и добиться устойчивого экономического развития.

Список литературы:

1. Национальное бюро статистики. Статистический ежегодник энергетики Китая (2020). Пекин: China Statistics Press, 2020.
2. Чжан Вэнь, Го Юань, Сюй Сяоцин. Анализ структурных факторов уровня регионального экономического развития Китая с макроэкономической точки зрения// „Reform of Economic System.- 2011- № 2. С. 39-43.
3. Лонг Фэнли. Регрессионный анализ экономики туризма и экономики третичного сектора в различных регионах//, Journal of anshan normal university.- 2004-№ 06. 13-15.

3. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Захарова Анастасия Сергеевна

магистрант

*Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Городов Даниил Николаевич

магистрант,

*Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Прядко Светлана Николаевна

канд. экон. наук, доцент,

*Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

TRENDS IN THE FORMATION OF THE COMPANY'S CORPORATE CULTURE IN THE RUSSIAN ECONOMY

Anastasia Zakharova

Student

*Belgorod State University,
Russia, Belgorod*

Daniil Gorodov

Student

*Belgorod State University,
Russia, Belgorod*

Svetlana Pryadko

*Candidate of economic sciences, associate professor
Belgorod State National Research University,
Russia, Belgorod*

Аннотация. В данной статье произведен анализ социологических исследований корпоративной культуры российских компаний, позволяющий выделить некоторые показатели, характеризующие современное состояние исследуемой проблемы в России. Показана взаимосвязь показателей, характеризующих уровень корпоративной культуры в компаниях в условиях пандемии.

Abstract. This article analyzes sociological studies of the corporate culture of Russian companies, which allows us to identify some indicators that characterize the current state of the problem under study in Russia. The relationship of indicators characterizing the level of corporate culture in companies in a pandemic is shown.

Ключевые слова: корпоративная культура; организационная культура; стратегические задачи компании.

Keywords: corporate culture; organizational culture; strategic tasks of the company.

Невозможно отрицать значимое влияние корпоративной культуры на деятельность организации в целом. Существует множество трактовок термина «корпоративная культура». Так, А.Н. Крылов под «корпоративной культурой» понимает «совокупность идей, ценностей, общепризнанных моделей и норм поведения, присущих конкретной организации; совместный опыт членов организации, формирующийся в ходе коллективной деятельности и выраженный как материальными, так и духовными формами» [3].

Некоторые исследователи отождествляют понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» и вкладывают в эти понятия некую систему определенных правил, норм, ценностей, ритуалов, которых должны придерживаться сотрудники той или иной организации.

Можно выделить 5 основных составляющих корпоративной культуры организации:

1. Внешний вид персонала. Определенные предметы одежды, аксессуары или общие правила внешнего вида;

2. Стиль руководства. Здесь речь чаще всего идет о традиционном подходе к классификации, где выделяются авторитарный, демократический и попустительский (либеральный) стили;

3. Культурная сеть организации. Если рассматривать данный элемент в широком смысле, речь здесь идет о неформальных связях внутри организации. Кроме того, под культурной сетью подразумевается иерархия, не зависящая от должностей, а скорее построенная на ролях, выполняемых сотрудниками;

4. Церемонии и ритуалы. Символические мероприятия, включенные в спланированную повседневную жизнь организации [4]. В рамках данного элемента можно говорить как о формальных (собрания, совещания), так и неформальных (корпоративы, поездки, посещения музеев) мероприятий. Первые требуют неукоснительного соблюдения.

5. Герои организации. Сотрудники организации, являющиеся примером как в трудовой деятельности, так и в области соблюдения корпоративной культуры.

В разных компаниях различная интенсивность проявления корпоративной культуры: если в одной организации существует и соблюдается каждый из пяти вышеперечисленных элементов, в другой они вовсе могут не присутствовать. По мнению исследователей, корпоративная культура влияет на конкурентоспособность, имидж компании и даже на ее доход.

Так, Коттер и Хескетт провели исследование и отметили, корпоративная культура с ценностями роста производительности повысила доход организаций на 765% в период с 1977 по 1988 год, и только на 1% увеличился доход за тот же период времени у компаний без корпоративной культуры повышения производительности [5].

Существует также мнение, что корпоративная культура в большей степени развита за рубежом, нежели в России. По данным портала Oliver Wyman одним из слабых мест корпоративной культуры отечественных организаций является недооцененное положение ценности самостоятельности сотрудников или концепции «наделения полномочиями». По результатам исследования, проведенного порталом, можно выделить ряд индексов, характеризующих современное состояние корпоративной культуры в России [2]:

Таблица 1.

Показатели состояния корпоративной культуры в России

Показатель	Среднее значение среди опрошенных (шкала от 1 до 10)
Понимание старшим руководством роли корпоративной культуры	6,1
Уровень доверия между сотрудниками компании	7,5
Эффективность коммуникаций в компании	3,8
Эффективность корпоративной культуры в реализации трансформаций	6,7
Важность корпоративной культуры в достижении стратегических задач	7,4

Итак, представленные данные наглядно показывают, что при высокой оценке респондентами роли корпоративной культуры в реализации изменений в компании и достижении ее стратегических задач, существует такая проблема, как непонимание высшим руководством этих фактов, а также низкие показатели по эффективности коммуникаций внутри компании – одному из составляющих элементов корпоративной культуры.

Корпоративная культура – это система, нуждающаяся в постоянных изменениях. Некоторые изменения происходят по инициативе сотрудников компании. По результатам опроса портала PWC абсолютное большинство респондентов, что корпоративная культура их компании нуждается в трансформации, кроме того, в большей степени об этом заявляют рядовые сотрудники, нежели руководители. Однако часть изменений происходит под влиянием внешних факторов.

Известно, что типы корпоративной культуры, исходя из преобладающих ценностей, условно можно разделить на:

1) «Мягкий» (Soft), где ключевые ценности: доброта, взаимопомощь, доверие, преданность, поддержка, исключительная честность по отношению к сотрудникам, клиентам и конкурентам. Согласно зарубежным источникам этому типу соответствуют элементы: символы, мифы компании, ритуалы.

2) «Жесткий» (Hard) с ценностями: власть, успех, соперничество, агрессивность, достижение цели любыми средствами. В зарубежных

источниках для этого типа наиболее развиты элементы: властные структуры, организационные структуры, системы контроля.

Итак, по данным исследования компании Superjob с 2019 года корпоративная культура в России претерпела некоторые изменения. В периоде пандемии коронавируса на 7 п.п. сократилось число работодателей, транслирующих для своих сотрудников ценности достижения цели любыми способами (с 16% до 9%). Число компаний, где главными являются ценности взаимопомощи, доверия и поддержки, напротив выросло с 64% до 71% (диаграмма) [1].

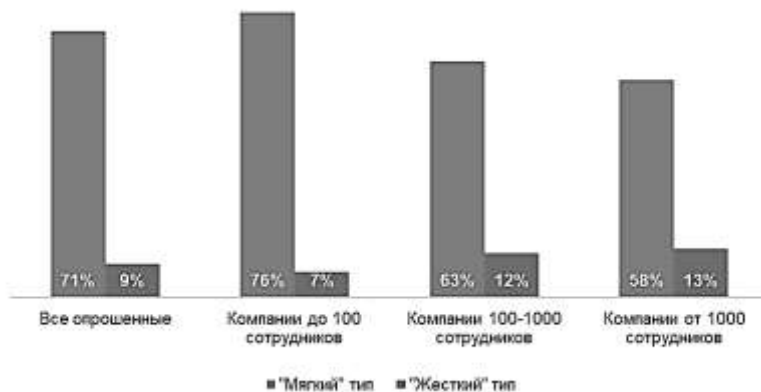


Рисунок 1. Типы корпоративной культуры в российских компаниях на 2021 год

Очевидно, в компаниях с большим числом сотрудников в большей степени преобладает «жесткий» тип корпоративной культуры.

Таким образом, корпоративная культура, являясь одним из важных составляющих реализации стратегических задач организации, повышения ее доходности и конкурентоспособности играет важную роль в функционировании компании в целом. В России корпоративная культура находится на стадии своего становления, потому существуют такие слабые места, как непонимание руководителями значимости корпоративной культуры, а также невысокая эффективность внутриорганизационных связей.

Список литературы:

1. Исследовательский центр портала Superjob.ru. URL: <https://reutov.superjob.ru/research/articles/112814/koronavirus-snizil-chislo-kompanij-s-agressivnym-tipom-korporativnoj-kultury/>
2. Корпоративная культура в россии: новые горизонты трансформации. URL: <https://www.oliverwyman.com/ru/our-expertise/insights/2019/jul/corporate-culture-in-russia.html>
3. Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества.. – 2-е изд.. – М., 2015. – С. 104. –352 с.
4. Организационное Поведение. Учебник Для ВУЗов. URL: <http://bzbook.ru/Organizaczionnoe-povedenie-Uchebnik-dlya-VUZov.1.html#a1.G-R-Latfullin-O-N-Gromova-Organizaczionnoe-povedenie>
5. Shahzad F. Luqman A. Impact of Organizational Culture on Organizational Performance: An Overview. URL: https://www.researchgate.net/publication/328027871_Impact_of_Organizational_Culture_on_Organizational_Performance_An_Overview

4. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ НА РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ФИТНЕС КЛУБА

Бобров Петр Игоревич

студент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Оренбургский филиал,
РФ, г. Оренбург*

Шамсутдинова Анна Альбертовна

студент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Оренбургский филиал,
РФ, г. Оренбург*

Советов Иван Николаевич

канд. экон. наук, доцент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Оренбургский филиал,
РФ, г. Оренбург*

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF THE PANDEMIC ON THE PERFORMANCE INDICATORS OF THE ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF A FITNESS CLUB

Petr Bobrov

Student,

*Russian University of Economics G.V. Plekhanov, Orenburg branch,
Russia, Orenburg*

Anna Shamsutdinova

Student,

*Russian University of Economics G.V. Plekhanov, Orenburg branch,
Russia, Orenburg*

Ivan Sovetov

*cand. economy Sciences, Associate Professor,
Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov,
Orenburg branch,
Russia, Orenburg*

Аннотация. За прошедшие годы из-за распространения Covid-19 пострадала большая часть отраслей экономики по всему миру. Потребители, оказавшись в сложном финансовом положении, были не способны поддерживать прежние показатели спроса, а предпринимателям вовсе пришлось изменять режим работы, а некоторым закрываться совсем. Всё это привело к образованию кризисной ситуации. Основной проблемой для представителей малого бизнеса стало отсутствие достаточного финансового запаса, который позволил бы им платить заработную плату сотрудникам, арендную плату, налоги, коммунальные платежи и прочее. Именно из-за этого для компаний не представлялось возможным работать более трех месяцев без государственной поддержки.

Abstract. Over the past years, due to the spread of Covid-19, most sectors of the economy around the world have been affected. Consumers, finding themselves in a difficult financial situation, were not able to maintain the previous indicators of demand, and entrepreneurs had to change their working hours altogether, and some closed completely. All this led to the formation of a crisis situation. The main problem for small businesses was the lack of a sufficient financial reserve that would allow them to pay salaries to employees, rent, taxes, utility bills, and so on. It was precisely because of this that it was not possible for companies to operate for more than three months without government support.

Ключевые слова: экономика; анализ, фитнес; пандемия; экономические показатели.

Keywords: economics; analysis; fitness; pandemic; economic indicators.

Сложившаяся эпидемиологическая ситуация привела к тому, что большому числу фитнес-объектов пришлось приспособливаться к текущей, непростой экономической обстановке. Именно из-за этого появилась резкая необходимость в редактировании системы работы, с целью сохранения конкурентоспособности и удержания на рынке. Основная сложность заключалась в том, что никто не был готов к подобного рода событиям, и не у всех работодателей получилось адаптироваться к суровым реалиям. В этих условиях спортивная сфера как сектор экономики потерпела огромные убытки. По данным, которые были опубликованы национальным фитнес-сообществом (НФС), в конце 2019 года

действовало и полностью функционировали 13 тыс. фитнес-объектов. В данной отрасли было трудоустроено 768 тыс. сотрудников. В период с апреля по сентябрь 2020 года всё это буквально обрушилось. Общий объём выручки фитнес индустрии в целом сократился более чем на 70%. В период продолжительного локдауна было закрыто из-за банкротства около 30% спортивных объектов по России. А рабочих мест лишились почти 140 тыс. человек.

Целью исследования является рассмотрение положения фитнес-индустрии в экономических условиях пандемии. Для достижения данной цели были использованы такие методы, как: анализ СМИ, статистических данных НФС, наблюдение за развитием эпидемиологической ситуации и анализ результирующего состояния фитнес-индустрии, на примере Оренбургского филиала фитнес-клуба Alex Fitness.

Основная часть

Фитнес-индустрия – относительно юный сегмент спортивной сферы в Российской Федерации. Основные направления в российском фитнесе включают: тренажерный зал, это силовые упражнения и кардио-тренировки, групповые программы, растяжку, водные занятия в бассейне. За последнее время индустрия фитнеса набирает популярность среди всех возрастов населения. Люди стали больше времени уделять своему образу жизни и телу.

Благодаря этому индустрия стала активно набирать обороты, стали развиваться новые направления, форматы фитнес-клубов и различные варианты абонементов. Всё это привело к увеличению ежедневной выручки. Для исследования были получены данные о средней ежедневной выручке одного из клубов сети Alex-Fitness.

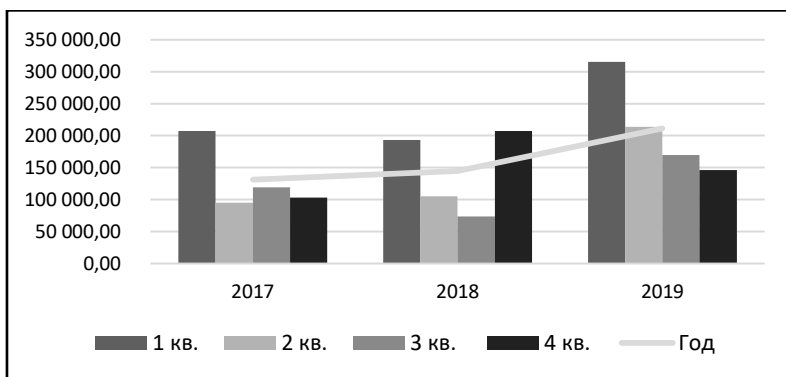
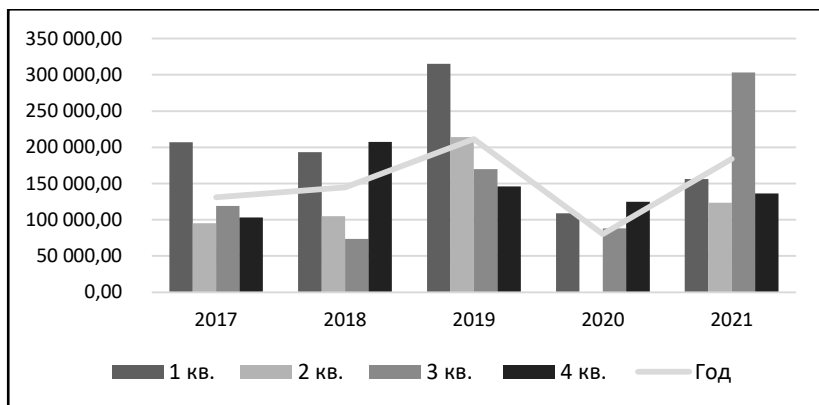


Рисунок 1. Средняя ежедневная выручка (руб.) Оренбургского филиала фитнес-клуба Alex Fitness поквартально

Исходя из данной диаграммы, видно, что в период 2017-2019 годов клуб набирает популярность и средний ежедневный показатель выручки имеет тенденцию к росту. В 2019 году прирост этого показателя был значительно выше, чем в предыдущих годах.

В марте 2020 г. фитнес-объекты лицом к лицу столкнулись с ограниченными мерами, в соответствии с которыми необходимо было приостановить работу. Именно это повлекло за собой тяжелейшие для отрасли экономические последствия. Индустрия подверглась огромным материальным потерям, это и возврат средств клиентам, и прекращение каких-либо продаж, но долговые обязательства, в свою очередь, никуда не делись. Клубам всё также необходимо было выплачивать заработную плату, коммунальные услуги, аренду. В конце марта был объявлен локдаун. Фитнес-индустрия, как и многие другие сферы, была полностью парализована, клубы закрыты, администрация и весь тренерский состав оказались без работы. Всё это продолжалось почти 6 мес. до августа 2020 года. В период локдауна началось приспособление сотрудников и клуба к сложившимся реалиям. Отдел продаж возобновил свою работу почти сразу с объявления локдауна. Свою профессиональную деятельность менеджеры продаж осуществляли из дома по телефону и с помощью интернета. Тренерский состав начал развитие своих социальных сетей и стали переводить клиентов в онлайн. Да, это не могло заменить специализированные тренажёры и снаряды, но это позволило поддержать спортивный дух своих клиентов и не нарушить дисциплину.

Для предприятий в фитнес-индустрии характерна низкая маржинальность бизнеса, в основном объекты функционируют за счет оборотных средств, постоянного продления абонементов на посещение. Ввиду всего этого показатели выручки упали до 0 на всём протяжении данного периода. Исходя из данных фитнес-клуба, можно сделать вывод о том, что локдаун нанёс невероятный ущерб финансовому состоянию клуба. На графике наглядно это видно. Показатели средней ежедневной выручки за 2020 год сократились почти на 62%.



**Рисунок 2. Средняя ежедневная выручка (руб.)
Оренбургского филиала фитнес-клуба Alex Fitness поквартально**

После такого продолжительного простоя очень проблематично восстановить работу клуба в прежнем ритме. Одной из причин, повлиявших на состояние фитнес-индустрии в России, являются требования Роспотребнадзора о соблюдение санитарно-эпидемиологических мер. Помимо возможных задолженностей по аренде, уплаты коммунальных платежей, всевозможных текущих кредитов, отрасль несет дополнительные затраты в среднем по 150–200 тыс. рублей в месяц на один объект для выполнения санитарно-эпидемиологических требований. Для примера, с целью соблюдения требований сохранения социальной дистанции руководство клуба было вынуждено сократить количество человек на групповых занятиях, следить за количеством одновременного нахождения нескольких людей в помещении, проводить дезинфекцию оборудования, закупать специальные средства обработки поверхностей, средства защиты.

Государство включило ряд фитнес-сетей в список системообразующих предприятий России, фитнес-отрасль же была добавлена правительством в список пострадавших отраслей. Департамент стратегического развития и реализации федеральных проектов Минспорта в лице Сергея Смирницкого подтверждает, что государственная помощь была оказана в размере всего 1,5 млрд руб. В рамках этой помощи предприятия получили отсрочку по налоговым платежам, безвозвратные кредиты. Отдельной проблемой стал вопрос с арендодателями, так как около 90% фитнес-объектов находилось в аренде. Некоторым компаниям удалось договориться об отсрочке платежа или оплаты неполной стоимости, но не у всех это получилось.

В свою очередь, компания Alex Fitness – сеть фитнес-клубов, имеющая филиалы в большинстве регионов России. Чтобы остаться на плаву, компания также переходила в онлайн, помимо тренировок, был запущен марафон Alexgame, в аренду сдавались тренажеры и продавались специально созданные наборы тренировок на закрытом портале GetCourse. Тем не менее большого фидбэка на новые платные онлайн-услуги среди клиентов не отмечалось, по данным, предоставленным аналитиками президенту холдинга Алексею Ковалеву. В июле в Санкт-Петербурге было закрыто несколько небольших спортивных клубов сети, в марте убытки компании составили 150 млн. рублей, в апреле уже превысили 250 млн рублей. Весь топ-менеджмент компании работал, не получая заработной платы, деньги, заработанные на онлайн-продуктах, были направлены на зарплаты сотрудникам. Как правило, онлайн-тренировки бесплатны или очень дешевы, прибыль незначительна.

Таблица 1.

Показатели деятельности фитнес-клуба

	2019	2020	2021	Абсолютное отклонение 2019-2020, руб.	Абсолютное отклонение 2020-2021, руб.	Темп прироста 2019-2020, %	Темп прироста 2020-2021, %
Выручка	76 076 210	28 936 180	64 741 527	-47 140 030	35 805 347	-61,96	123,74
Цена абонемента 10 мес.	8 900,00	7 900,00	6 900,00	-1 000,00	-1 000,00	-11,24	-12,66
Число клиентов	6 178,00	4 875,00	5 919,00	-1 303,00	1 044,00	-21,09	21,42

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что за период локдауна компания очень много потеряла в выручке. В 2020 году, по сравнению с 2019 выручка сократилась почти на 62%, что в количественном отношении составило 47 млн. рублей. Связано это с полным прекращением какой-либо деятельности. Также можно заметить, что в ходе ухудшения экономической ситуации фитнес-клуб начал сокращать цены на свои услуги с целью охвата большей аудитории. Помимо сокращения выручки, сократилось и общее число клиентов клуба. Многие не вернулись обратно, не смотря на все проводимые акции

и скидки, из-за опасения заразиться новым вирусом. При сокращении числа клиентов и, как следствие, сокращение показателя выручки, добавилась еще одна статья расходов. А именно на обеспечение выполнения всех необходимых санитарных и эпидемиологических мер безопасности сотрудников и клиентов фитнес-клуба. Перед администрацией клуба встала задача обеспечения сотрудников и клиентов средствами индивидуальной защиты, размещения и поддержание работоспособности диспенсеров с антисептическими средствами и прочее.

Можно сделать вывод, что основная тенденция выживания бизнеса – запуск онлайн-продуктов в различных вариантах. Безусловно, решить все финансовые задачи, получить хорошую прибыль, хорошие показатели рентабельность – переход в онлайн не позволил, но это стало для кого-то, помимо возможности удержаться на рынке, новым вектором развития бизнеса. Помимо этого, важна позиция и репутация компании, сложившаяся до введения повсеместного карантина. Как показывает практика, крупные игроки рынка смогли пережить финансовые трудности, в то время как более мелкие компании, в силу недостаточного запаса ресурсов, оказались более подвержены изменениям. Необходимо соблюдать требования Роспотребнадзора, так как при внезапной проверке владелец может понести серьезные финансовые потери.

Список литературы:

1. Головин Михаил Юрьевич Влияние пандемии COVID-19 на мировую финансовую систему // Научные труды Вольного экономического общества России. 2021. №4.
2. Давыдова Алина Максимовна Влияние пандемии COVID-19 на маркетинг в организации // Скиф. 2020. №5-2 (45).
3. Каракетова Л.Т. Социально-экономические последствия пандемии COVID-19 // Вестник КазНМУ. 2021. №2.
4. Кокорев Александр Сергеевич Влияние пандемии на малый и средний бизнес // Московский экономический журнал. 2021. №2.
5. Кулага Анастасия Сергеевна Влияние пандемии COVID-19 на процессы цифровизации малого бизнеса // Стратегии бизнеса. 2021. №5.
6. Полтавская А.М. Влияние пандемии COVID-19 на финансовый сектор // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №2-2.
7. Севостьянова К.К. Влияние пандемии COVID-19 На мировую экономику и энергетику // Инновации и инвестиции. 2021. №6.
8. Смирнова И.Н. Влияние пандемии COVID-19 на малый бизнес // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №5-3.
9. Тимофеева Арина Юрьевна Влияние пандемии на российский рынок труда // Скиф. 2020. №5-2 (45).

ЧАСТНАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИНИЦИАТИВА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Кравцов Сергей Владимирович

аспирант,

*Донской государственной технической университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Бармута Карина Александровна

д-р. экон. наук, доцент,

*Донской государственной технической университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

PRIVATE ENTREPRENEURIAL INITIATIVE AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

Sergey Kravtsov

Graduate student

*Don State Technical University,
Russia, Rostov-on-Don*

Karina Barmuta

Doctor of Economics, Associate Professor,

*Don State Technical University,
Russia, Rostov-on-Don*

Аннотация. В статье обосновывается эффективность привлечения государством частных предпринимательских структур к финансированию и управлению капиталоемкими объектами, доказывается тезис о том, что частная предпринимательская инициатива является действенным инструментом активизации процесса развития сферы авиаперевозок путем реализации проектов государственно-частного партнерства.

Abstract. The article substantiates the effectiveness of attracting private entrepreneurial structures to the financing and management of capital-intensive facilities by the state, proves the thesis that a private entrepreneurial initiative is an effective tool for activating the process of developing the air transportation sector through the implementation of public-private partnership projects.

Ключевые слова: проекты; соглашения; частная предпринимательская инициатива; государственно-частное партнерство; финансирование.

Keywords: projects; agreements,; private business initiative; public-private partnership; financing.

История партнерства государства и частных предпринимательских структур в России претерпевала многочисленные трансформации и в разные периоды времени их сотрудничество либо активизировались, либо шло на спад. Динамика количества заключенных соглашений о партнерстве свидетельствует о том, что в последние годы взаимные интересы бизнеса и государства в реализации совместных инфраструктурных проектов усиливаются.

Одним из эффективных механизмов обеспечения результативного сотрудничества государства и частного предпринимательства, многократно доказавшим свою состоятельность в мировой практике, является привлечение государством к финансированию и управлению капиталоемкими объектами частных предпринимательских структур в рамках реализации проектов государственно-частного партнерства (ГЧП). Эти проекты позволяют государству, используя предпринимательскую инициативу и компетенции участников частного бизнеса, привлечь в экономику дополнительные инвестиции, обеспечить надежное инфраструктурное строительство, расширить его и увеличить объем услуг государственного сектора. Предпринимателям данные проекты обеспечивают государственные гарантии, налоговые льготы, нивелируют риски, стабилизируют норму прибыли. Современное состояние сферы авиаперевозок Российской Федерации обусловлено не только внутренними экономическими факторами, но и подвержено внешним ограничениям. Экономические санкции и сложная эпидемиологическая ситуация сдерживают развитие отрасли. В этой связи особую значимость приобретают инструменты укрепления партнерства государства и частных предпринимательских структур, выработка новых способов и форм сотрудничества, поиск компромиссов для решения острых проблем в сфере авиаперевозок. Эти аспекты создают предмет приоритетных научных исследований в части актуализации теоретико-методологической основы развития предпринимательства в отечественном сегменте авиаперевозок, выявления особенностей организации проектов ГЧП в данной сфере, поиска направлений совершенствования способов повышения эффективности внедрения проектов ГЧП в авиаперевозках на основе частной предпринимательской инициативы.

В период 2015-2019 годов сфера авиаперевозок стабильно развивалась и демонстрировала устойчивый прирост. Это подтверждается статистическими данными по совокупности объема пассажиро-перевозок через аэропорты России (таблица 1).

Разразившаяся пандемия, начало которой в России пришлось на март 2020 года, и последовавший за ней кризис сильно дестабилизировали сферу авиаперевозок в РФ.

Таблица 1.

**Объем пассажироперевозок через аэропорты России
за период 2015-2019 гг. [2]**

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Международные авиалинии, млн. чел.	40	32	42	47	55
Динамика к предыдущему году, %	-16	-19	+32	+11	+16
Внутренние авиалинии, млн. чел.	53	56	63	69	73
Динамика к предыдущему году, %	+14	+7	+11	+10	+6

Уже по итогам апреля 2020 г. было зафиксировано падение уровня авиаперевозок по стране на 87% (таблица 2). Вместо начала сезонного роста пассажиропотока, произошел обвал авиаперевозок из-за введенных правительством ограничений, в некоторых регионах РФ показатель пассажиропотока достиг нулевых значений.

Таблица 2.

**Сопоставление объемов пассажироперевозок через аэропорты России
в апреле 2020 г. с апрелем 2019 года [1, С.5]**

	Апрель 2019 г.	Апрель 2020 г.	Сокращение спроса в %
Международные авиалинии, млн. чел.	3,9	0,01	99,7
Внутренние авиалинии, млн. чел.	5,5	0,74	87
Итого, млн. чел.	9,4	0,75	92

Резкое падение объемов оказываемых сферой авиаперевозок услуг привело к сжатию этого сегмента рынка, что негативно сказалось на связанных с ним сегментах деятельности: авиационных предприятиях, организациях по техническому обслуживанию и ремонту авиационной техники, аэропортах и т. д.

Динамика количества заключенных соглашений о ГЧП в России свидетельствует о том, что в последние годы взаимные интересы бизнеса и государства в реализации совместных инфраструктурных проектов усиливаются. На Рисунке 1 нами приведены данные по сотрудничеству государства и частного бизнеса, которые демонстрируют существенные темпы прироста объема концессионных соглашений, начиная с 2014 года.

Сфера авиаперевозок относится к числу отраслей, экономическое благополучие которых зависит от качества аэропортовой инфраструктуры. Масштабное сокращение числа аэропортов страны привело к уменьшению числа маршрутов, добавив к этому проблемы в авиастроении, в частности снижение выпуска воздушных судов, угрозу потери лидерства отечественной сферой авиаперевозок, что стало очевидным. Поставленные Правительством РФ задачи по развитию и модернизации авиационной отрасли в целом и сферы авиаперевозок в частности, требуют огромных капиталовложений, которые невозможно осуществить без привлечения частного капитала и активизации предпринимательской инициативы.

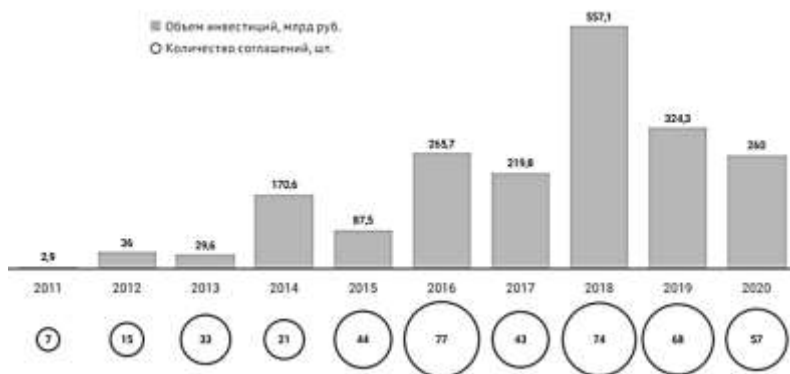


Рисунок 1. Динамика концессионных соглашений в РФ за период 2011-2020 гг.

Однако аэропортовый бизнес весьма специфичен, имеет низкий порог рентабельности в условиях малой интенсивности полетов, поэтому не каждая предпринимательская структура может заинтересоваться таким инвестиционным вложением. В остальных случаях, решением является лишь полное государственное финансирование, либо финансирование из бюджета субъекта РФ. Практика взаимоотношений публичной и частной стороны в проектах ГЧП в настоящее время выглядит следующим образом. В сфере развития аэропортов проекты ГЧП реализуются путем синхронизации создания единого технологического комплекса аэропорта (аэродром и терминалы) публичным и частным участниками. Аэродромный комплекс финансируется и создается на 100% за счет средств государственного бюджета, а терминалы финансируются и создаются частным собственником. Общая схема отражена на рисунке 2.



Рисунок 2. Взаимоотношения публичной и частной стороны при строительстве аэропорта посредством проектов ГЧП

Наращивание темпов инфраструктурного строительства является «дорожной картой» развития экономики в ближайшее десятилетие за счет создания новых рабочих мест, сокращения времени в пути и транспортных издержек в структуре себестоимости товаров и услуг. Расширение транспортной инфраструктуры за счет авиасообщения с удаленными регионами страны позволит повысить мобильность не только пассажиров, но и грузов, а значит обеспечит не только рост уровня и качества жизни населения, но и укрепит экономику в целом.

Список литературы:

1. Аналитический обзор «Российские авиакомпании во времена закрытия границ и самоизоляции: ставка на выживание» // Национальное рейтинговое агентство. – Москва. – 2020. – С. 5.
2. Федеральное агентство воздушного транспорта (Росавиация). Статистические данные. Объемы перевозок через аэропорты России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://favt.gov.ru/deyatelnost-ajeroporty-i-ajerodromy-osnovnie-proizvodstvennie-pokazateli-aeroportov-obyom-perevoz/>

5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА И ЕГО УЛУЧШЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Зинатуллин Евгений Маратович

*аспирант,
Уфимский Государственный Нефтяной Технический Университет,
РФ, г.Уфа*

Маликов Рустам Илькович

*д-р экон. наук, профессор,
Уфимский Государственный Нефтяной Технический Университет,
РФ, г. Уфа*

DEVELOPMENT OF THE INVESTMENT CLIMATE AND ITS IMPROVEMENT ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

Evgeny Zinatullin

*Post-graduate student,
Ufa State Petroleum Technical University,
Russia, Ufa*

Rustam Malikov

*Doctor of Economics, Professor,
Ufa State Petroleum Technical University,
Russia, Ufa*

Аннотация. В статье проведен анализ развития инвестиционного климата и его улучшения на примере республики Башкортостан. Исследованы вопросы совершенствования системы управления финансами в данной области. Проведен анализ особенностей инвестиционной деятельности в выбранном регионе. Методы исследования: аналитический метод, обзорный метод.

Abstract. The article analyzes the development of the investment climate and its improvement on the example of the Republic of Bashkortostan. The issues of improving the financial management system in this area are studied. The analysis of the features of investment activity in the selected region is carried out. Research methods: analytical method, review method.

Ключевые слова: инвестиционный климат; инвестиции; регион; развитие; инвестиционная привлекательность; экономика; Башкортостан.

Keywords: investment climate; investment; region; development; investment attractiveness; economy; Bashkortostan.

Под инвестиционным климатом принято понимать сложившиеся определенные условия, которые учитываются инвестором при принятии решения о вложении инвестиций в тот или иной объект. Взаимосвязанными понятиями являются инвестиционный климат и инвестиционная привлекательность. Инвестиционная привлекательность как раз характеризует целесообразность инвестирования [2].

Чтобы регионы стабильно развивались, требуется постоянное вложение в их экономику инвестиций. Регион, который желает постоянно получать инвестиции, должен поддерживать свою инвестиционную привлекательность на высоком уровне. Инвестиционный климат представляет в своем роде спрос на инвестиции. А он зависит от ряда факторов. В России на ежегодной основе формируются и публикуются рейтинги инвестиционной привлекательности регионов.

Даже с учетом разных используемых методик для проведения исследования инвестиционного климата и потенциала результаты оказываются схожими. В качестве примера необходимо привести Национальное рейтинговое агентство, где к факторам оценки инвестиционного климата относятся трудовые ресурсы, политическая и социальная стабильность и т. д. Рейтинг данного агентства, который приводится на 2018 г., позволяет убедиться в том, что республика Башкортостан находится в третьей группе регионов, куда включаются субъекты РФ с высоким уровнем инвестиционной привлекательности [1].

Если обращаться к рейтингу Агентства стратегических инициатив, то и в нем Башкортостан в течение последних лет входит в ТОП-20 регионов по развитию инвестиционного климата. В соответствии с данным рейтингом на 2019 г. республика Башкортостан находилась на 16-м месте среди всех остальных российских регионов по уровню развития инвестиционного климата. В соответствии с рейтингом «Эксперт РА» в 2016 г. республика относилась к списку регионов со средним инвестиционным потенциалом и умеренным риском в части инвестирования средств.

В 2017 г. данные рейтинга изменились, республика стала относиться к регионам со средним инвестиционным потенциалом и минимальным риском при инвестировании средств. Для того, что судить о развитии инвестиционного климата и его улучшении на примере взятой нами республики, необходимо обратиться к статистике по инвестициям в основной капитал. Изучение динамики в период 2014-2008 гг. позволяет убедиться в том, что объем инвестиций в основной капитал снизился [5].

Если объем вложенных инвестиций в основной капитал в 2014 г. составлял 283,55 млрд., то к 2018 г. объем инвестиций в основной капитал сократился до 267,87 млрд. Снижение объема инвестиций в основной капитал составило 5,53%. Теперь обратимся к данным по источникам инвестиций в основной капитал. В течение января-сентября 2019 г. в основной капитал было инвестировано собственных средств в объеме 59,8% от общего объема инвестиций. В период 2017-2019 гг. процентное соотношение собственных средств к общему объему инвестиций в основной капитал изменилось незначительно [1].

На привлеченные средства для инвестирования в основной капитал в период января-сентября 2019 г. пришлось 40,2% от общего объема среди всех источников инвестиций. В исследуемый период отмечается незначительное сокращение количества привлеченных средств для инвестирования в основной капитал. Доля бюджетных средств в качестве инвестиций в основной капитал в первые 9 месяцев 2019 г. составила 14,9%. Она неуклонно растет, начиная с 2017 г. В то же время сокращается доля кредитов банков в качестве инвестиционных вложений основной капитал. По итогам первых 9 месяцев 2019 г. доля кредитов составила 14%. В исследуемый период времени сократился объем средств, полученных от долевого участия на строительство до 4,1%. Объем прочих поступлений, включая инвестиции из-за рубежа, сократился до 3,7%. Сократился и объем заемных средств других организаций до 3,3%. На прежнем уровне остался объем средств внебюджетных фондов и составил 0,2%.

Согласно представленным выше данным, инвестиции в основной капитал в рассматриваемом периоде в основном представлены в виде собственных средств. Привлекаемые средства в 2017-2018 гг. в основном были представлены кредитами от банков. В 2019 г. ситуация изменилась за счет увеличения доли бюджетных средств, вкладываемых в основной капитал.

В соответствии с данными рейтинга «РАЭК» республика Башкортостан в 2018 г. находилась на 11-м месте среди всех остальных российских регионов по уровню развития инвестиционного климата.

И данная позиция для региона актуальна и на 2020 г. Республика занимает высокие позиции по большинству показателей развития инвестиционного климата.

Проблемы есть только в отношении инфраструктурной составляющей. С учетом представленных статистических данных и данных рейтинговых агентств Башкортостан имеет высокие позиции среди остальных регионов по уровню инвестиционной привлекательности. Уровень рисков при вложении в экономику региона остается минимальным [3].

Проблема развития и улучшения инвестиционного климата для республики Башкортостан заключается в снижении инвестиционной активности, это хорошо заметно по статистике последних лет. На сайте минэкономразвития и инвестиционной политики республиканского правительства приводится информация по мерам для улучшения инвестиционного климата, на которых в рамках настоящего исследования хотелось бы остановиться более подробно. В частности, ведется работа по мероприятиям, направленным на улучшение позиций республики в Национальном рейтинге.

Ведется работа по внедрению наиболее успешных инвестиционных практик. Ранее утвержденные меры поддержки и стимулирования инновационной деятельности совершенствуются. Мероприятия в части улучшения инвестиционного климата на территории республики проводятся с учетом принципов проектного управления.

Для информирования потенциальных инвесторов и с целью реализации единой инвестиционной политики на территории республики, которая отвечает приоритетам и целям социально-экономического развития республики, обеспечена работа Инвестиционного совета при правительстве республики Башкортостан [4].

Задачей совета является создание и поддержание условий для улучшения инвестиционного климата, создание условий для привлечения инвестиций в экономику региона. С учетом возможного возникновения проблем и вопросов от представителей бизнес-сообщества, налажена работа Проектного офиса. Его сотрудники решают проблемы и вопросы бизнес-сообщества в рамках осуществления инвестиционной деятельности, реализуют мероприятия по внедрению лучших практик для формирования на территории региона благоприятной деловой среды. Не реже, чем раз в квартал, проводятся заседания Инвестиционного совета при республиканском правительстве. Заседания на базе Проектного офиса проводятся еженедельно. С учетом предложений от инвесторов формируется повестка заседаний.

Решения в части новых инвестиционных проектов принимаются во время проведения так называемого «инвестиционного часа». На еженедельной основе проходят встречи главы республики с инвесторами. В ходе встреч на высшем уровне проходит презентация инвестиционных предложений, принимаются решения по оказанию поддержки в реализации крупных инвестиционных проектов. Решения, которые принимаются в рамках встреч, позволяют значительным образом сократить время на реализацию проекта, а также повысить шансы на получение успеха от реализации.

По данным на 2020 г., по результатам работы Проектного офиса открыт специальный бизнес-центр «Фабрика будущего». Он объединяет под своим крылом центр молодежного инновационного творчества, бизнес-инкубатор, центры народно-художественных промыслов, бизнес-акселератор и центры социального предпринимательства.

Более того, создан и успешно работает Единый портал в области бизнеса и инвестиций. На территории 20 муниципальных образований создаются так называемые коворкинг-центры за счет выделенных средств из республиканского бюджета. Обеспечено сокращение сроков по предоставлению государственных и муниципальных услуг, связанных с ведением бизнеса. Сокращено время на получение услуг, связанных с лицензированием медицинской деятельности.

Ранее срок на получение лицензии составлял 45 дней, теперь этот срок сокращен до 23 дней. На территории г. Уфа сокращены сроки для выдачи ордера, связанного с проведением земляных работ, получением порубочного билета. Теперь сроки получения разрешений составляют 10 рабочих и 10 календарных дней соответственно. Обеспечено сокращение сроков по предоставлению государственного имущества для субъектов малого предпринимательства в аренду.

Срок получения имущества в аренду за исключением земельных участков сокращен до 23 дней. На финальную стадию выходят работы, связанные с внедрением информационной системы обеспечения градостроительной деятельности.

С целью улучшения инвестиционных условий и стимулирования инвестиционной деятельности по отношению к муниципальным образованиям установлены Стандарты деятельности органов местного самоуправления в части развития предпринимательства в муниципальных районах.

Стандарты были внедрены в марте 2019 г. позволили повысить эффективность взаимодействия местных органов власти и представителей бизнеса. Более того, создан и успешно функционирует институт бизнес-шерифов, на эти должности на территории муниципальных

образований назначаются заместители глав администраций по предпринимательству. На территории республики создана полноценная система для оказания поддержки предпринимателям. Работа с инвесторами ведется через бизнес-инкубаторы [3].

На территории республики функционирует Центр поддержки предпринимательства, Центр инноваций в области социальной сферы и Региональный интегрированный центр. Полная информация по свободным мощностям, точкам подключения к газораспределительным и электросетям приводится на инвестиционном портале республики.

На интернет-сайте «Корпорации развития республики Башкортостан» выкладывается информация по свободным инвестиционным площадкам и инвестиционным предложениям.

Необходимые услуги в виде подбора площадок, консультаций, разработки и оценки бизнес-планов, а также информационное сопровождение инвесторов предлагаются на базе «Корпорации развития республики Башкортостан». В целом можно констатировать, что применением принципов проектного управления по отношению к инвестиционному климату позволяет его на территории республики Башкортостан развивать и улучшать, стимулируя тем самым инвестиционную активность.

Список литературы:

1. Справочная информация об участии Республики Башкортостан в реализации приоритетных проектов [Электронный ресурс] // сайт Правительства Республики Башкортостан. Режим доступа: <https://www.pravitelstvorb.ru/lonely-files/20190521-2.pdf>
2. Голованова Н.В. Межбюджетные трансферты: многообразие терминов и российская практика // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2018. № 2 (42). С. 24-35.
3. Радченко В.М., Саранцева О.И. Межбюджетные трансферты и финансовый потенциал в территориальном экономическом развитии // Теория и практика общественного развития. 2018. № 5 (123). С. 99-104.
4. Богачева О.В., Феоктистова О.А. «Горизонтальные» межбюджетные трансферты: опыт зарубежных стран и возможность применения в России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 24 (258). С. 55-68.
5. Поварова А.И. Источники увеличения межбюджетных трансфертов территориальным бюджетам // Вопросы территориального развития. 2016. № 5 (35). С. 5.

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам LVI международной
научно-практической конференции*

№ 1(56)
Январь 2022 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 31.01.22. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 3. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru