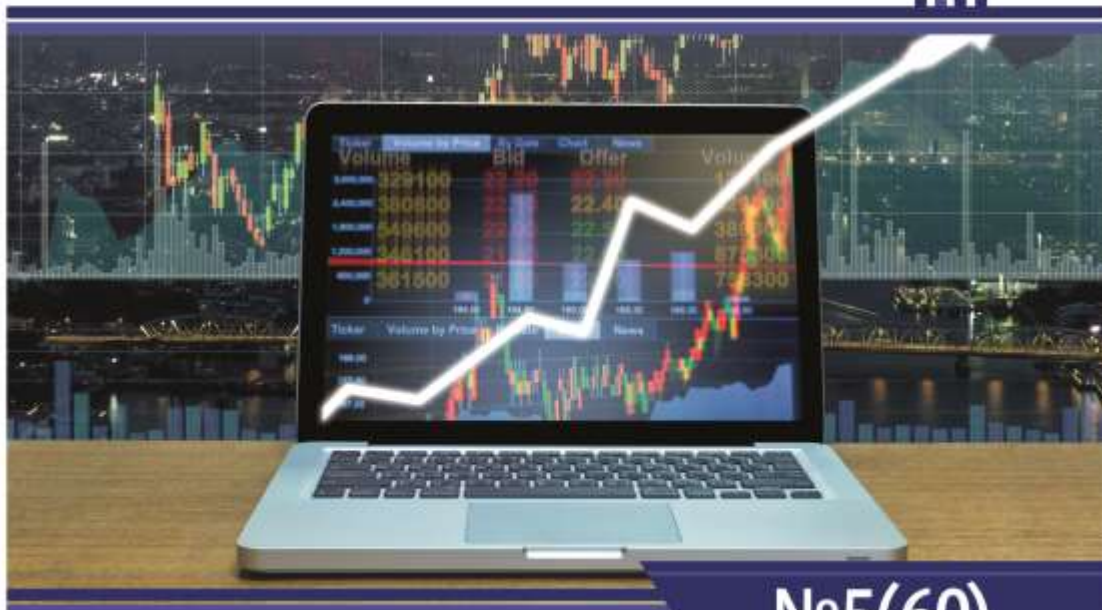




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№5(60)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2022



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

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

№ 5 (60)
Май 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 LX междунар. науч.-практ. конф. – № 5(60). – М.: Изд. «МЦНО», 2022. – 50 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. Маркетинг	5
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ФОРМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЗАПРЕТА ВИЗИТОВ К ВРАЧАМ В КАЗАХСТАНЕ Жаксыбаева Жансая Ерболаткызы	5
ФРАНЧАЙЗИНГ, КАК СРЕДСТВО УСТРОЙСТВА БИЗНЕСА СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ Руденко Радион Владимирович Корнаухова Дмитрий Андреевич	10
2. Математические и инструментальные методы экономики	16
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИКИ СРАВНЕНИЯ АНАЛОГОВ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ СБЫТОВЫХ НАДБАВОК ГАРАНТИРУЮЩИХ ПОСТАВЩИКОВ Быкова Анастасия Викторовна	16
3. Менеджмент	25
ФРАНЧАЙЗИНГ КАК МОДЕЛЬ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ФИТНЕС-УСЛУГ Гармонов Николай Александрович Руденко Родион Владимирович	25
ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В РОССИИ Недоростков Павел Валентинович	28
4. Региональная экономика	34
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ РАССЕЛЕНИЯ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ Сулименко Олег Вячеславович Корниенко Дарья Юрьевна Морозова Ксения Олеговна	34
5. Экономика и управление народным хозяйством	40
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РК С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА Асрепов Габит Нурлубекевич	40

6. Экономическая теория	44
РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН Битенова Багдат Сабитовна	44

1. МАРКЕТИНГ

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ФОРМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЗАПРЕТА ВИЗИТОВ К ВРАЧАМ В КАЗАХСТАНЕ

Жаксыбаева Жансая Ерболаткызы

магистрант,

Алматы Менеджмент Университет,

Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация. Фармацевтический рынок Казахстана многие годы функционировал по одному маркетинговому пути, в котором роль полевых сотрудников был очень высоким в разрезе личных посещений врачей медицинскими представителями. И данная маркетинговая стратегия продвижения лекарственных средств «face to face» имела высокий результативный характер. В 2019 году наряду с регулированием цен на лекарства в Казахстане, Минздрав принял приказ с правилами по этическому продвижению лекарств, один из пунктов которого звучит следующим образом «Не допускаются индивидуальные контакты производителей, дистрибьюторов или уполномоченных представителей на основании доверенности, а также иных субъектов в сфере обращения лекарственных средств и медицинских изделий, наделенных полномочиями по продвижению лекарственных средств и медицинских изделий, с медицинскими и фармацевтическими работниками в их рабочее время и на рабочем месте с целью продвижения лекарственных средств и медицинских изделий.». Данное изменение в законодательстве очень резко повлияло на фармацевтический рынок в нашей стране, что фармацевтические компании были вынуждены разрабатывать новые виды маркетинговых активностей в критических условиях, которые смогли бы заменить индивидуальные визиты по результативности.

Актуальность темы

Динамика развития мирового фармацевтического рынка и его отдельных региональных сегментов свидетельствует о том, что фармацевтическая отрасль является сегодня одной из самых перспективных отраслей. Свидетельством тому постоянный рост объема продаж

медикаментов в мире. Но государственное регулирование фармацевтического сектора создает определенные условия для реализации конечных целей фармацевтических компаний. Взаимодействие фармацевтических компаний с представителями здравоохранения с целью мониторинга побочных эффектов, обучение и информирование врачей о правильном применении лекарственных препаратов, механизме действия, стандартах терапии, принятых в других странах, имеет огромную роль для корректного формирования дальнейших маркетинговых активностей. Введенные в недавние периоды изменения в законодательство создали большие препятствия в маркетинговом продвижении фармацевтических компаний, что создало актуальную проблему в разработке и введении новых эффективных маркетинговых активностей.

Исследовательский вопрос: Какие актуальные формы коммуникаций применяются для эффективной замены устоявшимся активностям в рамках новых корректировок в законе об этическом продвижении лекарств на фармацевтическом рынке?

Управление маркетингом долгое время было сосредоточено исключительно вокруг повышения эффективности взаимодействия представителей фармкомпаний с врачами и аптеками. Усилия фармацевтического маркетинга, направленные на врачей, с годами привлекают все больше внимания. Существует много тактик, принятых фармацевтическими компаниями, таких как рекламные акции для врачей, которые представляют собой бесплатные образцы, журнальную рекламу, печатную литературу и другие подарки, которые помогли им повысить приемлемость своей продукции. В среднем фармацевтические компании тратили 20% или более своих продаж на маркетинг, что приносило им хороший доход, и у них не было причин, чтобы останавливать эту тактику. Было подсчитано, что 84% усилий фармацевтического маркетинга направлены на врачей, потому что с точки зрения производителя врачи являются ключевыми лицами, принимающими решения, привратниками к продажам лекарств.

В обеспечение личных продаж в фармацевтической отрасли работает сложившаяся практика использования специалистов, подготовкой которых не занимается ни одно высшее учебное заведение - медицинских представителей, которые в свою очередь, являются фундаментом всей системы продвижения лекарственных препаратов. Основываясь на постоянной работе по обучению своих представителей, на их профессионализме, фармацевтические компании всего мира пользуются уникальной возможностью личной (не опосредованной)

передачи информации о лекарстве тому, от кого зависит или может зависеть в будущем назначение лекарства пациентам, либо иное ключевое решение. Традиционно высокий уровень доверия к личному общению делает работу медицинских представителей особенно эффективной.

Медицинский представитель – это специалист, занимающийся продвижением лекарственных препаратов компаний-производителей в больницах, поликлиниках, медицинских центрах и аптеках. Медицинские представители являются лицом и голосом фармацевтической компании. Внимание аудитории к информации, происходящей из личного общения, значительно превышает таковые показатели обезличенной рекламы. Отличие МП в том, что они являются специалистами значительно более высокого уровня, так как от уровня их собственной медицинской квалификации напрямую зависит эффективность работы. Ценность медицинских представителей для фармацевтических компаний подтверждается еще и тем, что отрасль, тратит на них львиную долю своих бюджетов продвижения. Эти инвестиции легко окупаются, так как медицинские представители обеспечивают своим компаниям значительную прибыль. В крупнейших мировых фармацевтических компаниях работает такое количество МП, что в количественном отношении можно говорить о них как об отдельной профессиональной группе.

Структура фармацевтических рынков отличается в каждой отдельной стране, она имеет национальный характер.

Прежде чем оценивать тенденции развития методов продвижения и коммуникации на казахстанском фармацевтическом рынке, необходимо объяснить основные принципы и инструменты, которые применяются в этом бизнесе в рамках местного законодательства. В целом на казахстанском рынке лекарства делятся на два принципиально различных класса: рецептурные и безрецептурные. По сути, конечными потребителями фармацевтической продукции являются пациенты, но потребительская аудитория фармацевтических брендов включает в себя не только их, но еще и профессионалов медицинской отрасли, так как оба этих сегмента являются потребителями информации, транслируемой компанией о лекарстве. Фармацевтический рынок - один из самых ограниченных в законодательном плане в контексте рекламы и продвижения. Реклама и продвижение рецептурных и безрецептурных лекарств строятся по совершенно различным схемам. Фармацевтический рынок Казахстана многие годы функционировал по одному маркетинговому пути, в котором роль полевых сотрудников был очень высоким в разрезе личных посещений врачей медицинскими представителями. И данная маркетинговая стратегия продвижения лекарственных средств «face to face» имела высокий результативный характер. В 2019 году наряду с регулированием цен на лекарства в Казахстане, Минздрав

принял приказ с правилами по этическому продвижению лекарств, один из пунктов которого звучит следующим образом «Не допускаются индивидуальные контакты производителей, дистрибьюторов или уполномоченных представителей на основании доверенности, а также иных субъектов в сфере обращения лекарственных средств и медицинских изделий, наделенных полномочиями по продвижению лекарственных средств и медицинских изделий, с медицинскими и фармацевтическими работниками в их рабочее время и на рабочем месте с целью продвижения лекарственных средств и медицинских изделий.». Данное изменение в законодательстве очень резко повлияло на фармацевтический рынок в нашей стране, что фармацевтические компании были вынуждены разрабатывать новые виды маркетинговых активностей в критических условиях, которые смогли бы заменить индивидуальные визиты по результативности. Если сравнить динамику объема фармацевтического рынка РК в 1 полугодии 2019 года по сравнению с 1 полугодием 2018 года, то в I полугодии текущего года в натуральном выражении объем рынка уменьшился (-3,4%) и составил 0,24 млрд упаковок (это практически 79% от объема рынка). Тогда как в стоимостном выражении объем рынка, наоборот, довольно существенно увеличился на 17% и достиг 151 млрд тенге. Главная причина произошедшего – рост цен. Тем не менее основная доля ЛС реализуется через розничный канал продаж, т. е. это лекарственные средства, которые граждане покупают в аптечных организациях за собственные средства. Объем отечественных препаратов по отношению к 2017 году демонстрирует прирост 15%. Объем продаж импортируемых препаратов - прирост 5%.

Согласно новому закону, представителями производителей и (или) дистрибьюторов допускается продвижение лекарственных средств и медицинских изделий в медицинских организациях и организациях образования в области здравоохранения только во время ежедневных врачебных конференций, научно-практических конференций и (или) специализированных семинаров. Ввиду данного правила фармацевтические компании начали искать альтернативные формы встреч с врачами избегая нарушений нового закона: одними из основных форм встреч с врачами остались круглые столы, семинары и тренинги за пределами ЛПУ, которые применялись и до новых корректировок в закон, что позволяет сохранить формат передачи необходимой информации о лекарственных средствах в рамках новых правил. Но теперь данная форма встреч с врачами стала основной и одной из ключевых. К тому же одним из плюсов данной формы маркетинговой коммуникации с врачами является большой охват специалистов за одну встречу в сравнении с индивидуальными.

Новые поправки в законе наряду с массовой диджитализацией рынков заставили пересмотреть маркетинговые коммуникации фармацевтических компаний в том числе. Потребность в новых формах коммуникаций, возможностях донесения актуальной информации о препаратах становится крайне необходимой и значимой, получение новых маркетинговых знаний и особенно возможности digital в фармацевтическом секторе выходят на первое место. Ограничение деятельности медицинских представителей ведет к переориентации промоционных усилий в коммуникациях с врачами в направлении digital-ресурсов. Фармацевтические компании, стремясь компенсировать снижение объема личных контактов представителей с целевой аудиторией, осуществляют перенос общения на профессиональные темы в Интернет. Врачи активно включаются в процесс обсуждения лечения и перестают быть пассивными участниками, поэтому удаленные визиты, работа в специализированных социальных сетях, и часто доступ к врачу через электронные инструменты более эффективны и менее затратны, чем реальные визиты представителей. Стали актуальными проведения вебинаров, научных конференций онлайн, удаленные визиты посредством прямых звонков и организация рассылок – все это новые подходы мультиканального маркетинга на фармацевтическом рынке.

Ввиду актуальности и новизны данной темы, и отсутствия проведенных исследований связи между новыми правилами и реальными цифрами, существует ряд сложностей в выявлении плюсов и минусов новых поправок, анализе влияния на продажи лекарственных средств. Таким образом, в сложившейся ситуации для страны, как уже говорилось выше, очень важно активное внедрение решительных мер в направлении диджитализации и переходе к онлайн коммуникациям. На сегодняшний день казахстанский фармацевтический рынок характеризуется острой конкуренцией среди производителей и прямой зависимостью от принимающихся законов. В таких условиях фармацевтические бренды стараются уделять максимальное внимание не только качеству продукта, но и его комплексному продвижению с соблюдением всех норм и правил. В последние несколько лет возникла и начала активно развиваться тенденция диджитализации, которая заключается в переносе коммуникаций фармацевтических брендов со своими целевыми аудиториями в интернет-пространство. Это напрямую коснулось продвижения лекарственных средств, как рецептурных, так и безрецептурных.

Список литературы:

1. <https://qazspeakers.kz/tpost/6oxofkxss1-ogranichennie-vozmozhnosti-farmi>
2. Правила этического продвижения лекарственных средств и медицинских изделий РК.

3. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35385994&pos=16;-58#pos=16;-58
4. Коласса Е.М., Перкинс Г., Сикер Б., Смит М.С. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика. М.: Литтерра, 2005. 383 с.
5. Куприна К.А., Хазанова Д.Л. Диджитализация: понятие, предпосылки возникновения и сферы применения // Вестник научных конференций. — 2016. — №. 5. — С.259-263.
6. Широкова И. «Диджитализация» фармацевтического маркетинга // Ремедиум. — 2013. — №1. — С. 74-75.

ФРАНЧАЙЗИНГ, КАК СРЕДСТВО УСТРОЙСТВА БИЗНЕСА СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ

Руденко Радион Владимирович

*доц. кафедры теории и управления физической подготовки,
Военный институт физической культуры,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Корнаухов Дмитрий Андреевич

*курсант,
Военный институт физической культуры,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Аннотация. В данной статье был собран материал о франчайзинге, а именно о франчайзинге в сфере бизнеса спортивного питания. Дана его краткая характеристика относительно других сфер бизнеса. Был проведен контент-анализ компаний, предлагающих франшизы, в сфере спортивного питания. Указаны возможные трудности и недостатки открытия данного бизнеса.

Ключевые слова: маркетинг; франчайзинг; франшиза; спортивные организации; предпринимательство; физкультурно-спортивные услуги; спортивное питание.

ВВЕДЕНИЕ

Основными приоритетами социальной и экономической политики, определенными в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2021 года (Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р) являются наряду с другими: возрождение массовой физической культуры и вовлечение населения

в систематические занятия физической культурой и спортом, содействие развитию малого и среднего бизнеса, снижение высоких рисков ведения предпринимательской деятельности в России. Решение этих задач требует поиска новых форм организации бизнеса в сфере физкультурно-спортивных услуг. Одной из самых быстро развивающихся направлений спортивного бизнеса является рынок спортивного питания, который также предлагает услуги франчайзинга.

Ориентация на здоровый образ жизни, обозначенная в программах развития физической культуры и спорта в Российской Федерации, продолжает набирать обороты. Поклонников фитнеса и различных спортивных направлений становится с каждым днем все больше, создавая благодатную почву для развития бизнеса в этой сфере.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В современном мире деньги играют огромную роль в жизни каждого человека. И согласно принципу рационального поведения, люди стремятся заработать как можно больше денег, тратя при этом как можно меньше времени и других ресурсов. Одним из способов большого заработка является создание своего бизнеса, но не каждый предприниматель готов с нуля открывать свое производство, так-как это сопряжено с большими рисками неудачи. Согласно статистике 2 из 10 новых предприятий закрываются в первый же год работы (данные Bureau of Labor), а 9 из 10 стартапов терпят неудачу (данные Startup Genome). В случае, если предприниматель не готов рисковать и вносить что-то новое на уже существующий рынок, то он может использовать уже устоявшийся на рынке популярный бренд в бизнес-целях. Такой вид рыночных отношений называется франчайзинг. Франчайзинг является удобной формой предпринимательской деятельности. Он позволяет открыть своё дело под уже известным именем.

Также, стоит отметить, что в условиях нынешней реальности мы пользуемся товарами и услугами брендов, известных по всему миру и созданных за пределами нашей страны. Но дело не в работе почтовых отделений и перевозок; важно отметить, что несмотря на месторождение бренда, сам товар может производиться из любой точки планеты. Проанализируем данный формат организации, который является одновременно локальным и повсеместным.

Франшизой называют право вести бизнес под другим, ранее созданным, брендом. Суть такой сделки заключается в том, что, покупая франшизу, франчайзи, новоиспеченный владелец бизнеса, не создает его с нуля, а начинает работать по уже отработанной схеме опытного предпринимателя. В этом есть существенные плюсы, которые делают такую форму работы достаточно привлекательной и выгодной.

Организация, продающая франшизу, называется франчайзером. Обычно она имеет успешный опыт ведения бизнеса, хорошо зарекомендовала себя на рынке, заняла определенную нишу, известна широкой публике и пользуется спросом. Индивидуальный предприниматель, юридическое лицо, приобретающее франшизу или, по сути, лицензию – а вместе с ней обязательства вести бизнес так, как предписано в договоре - франчайзи. Схема их взаимодействия представлена в схеме 1.



Рисунок 1. Организация бизнес-модели франчайзера и франчайзи

Например, начинающий предприниматель, может быть заинтересован в приобретении таких прав. Он знает, в какой отрасли хочет вести бизнес, у него есть стартовый капитал, но он боится открывать что-то новое, так как есть риск банкротства. Поэтому в этом случае покупка франшизы для него - идеальный вариант. Предприниматель выбирает подходящую ему франшизу в нужной сфере, подписывает договор, платит деньги и получает готовую бизнес-систему. Отработанная схема четко диктует свои правила. Это можно отнести как к плюсам, так и к минусам. Вопросы по организации, брендированию, рекламной компании даже не возникают: скорее всего в договоре будет прописано всё: от формы сотрудников до визиток. Для новичка это, конечно же, большой плюс. Но такая форма работы не оставляет никакого шанса творчеству, развитию личного бренда, внедрения новшеств. Любые изменения и нововведения придётся согласовывать. Для человека с высоким творческим потенциалом это может стать существенной проблемой. В целом, такая модель имеет успех во всем мире и регулярно набирает обороты. Россия находится в числе лидеров по темпам развития франчайзинга. Согласно направлениям развития Российской ассоциации франчайзинга, к 2025 году планируется увеличить количество франчайзинговых точек

до 200 тысяч, что увеличит количество рабочих мест с существующих 500 тысяч до 2 миллионов в точках, открытых в данной форме международного сотрудничества. Наиболее популярными являются франшизы стоимостью до двух миллионов рублей.

Одна из наиболее перспективных направлений бизнеса является сфера «Здоровье». Теперь здоровый образ жизни — это не просто тренд. Люди начали понимать, что, не вкладывая деньги в себя, они не смогут построить успешную карьеру или развивать собственный бизнес. Поэтому сейчас востребованы фитнес-центры, школы красоты и здоровья, магазины спортивного питания и так далее. Проанализируем деятельность франшиз магазинов спортивного питания. Среди крупных игроков, имеющих франшизу стационарных точек, можно назвать сети SportFood, Do4a Market, Fit-Health. Мною был проведен контент-анализ компаний, предлагающих франшизы, в сфере спортивного питания. Наиболее часто упоминаемые франшизы спортивных услуг в сфере спортивного питания представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Франшизы спортивного питания

Компания		Число предприятий	Регионы развития	Инвестиции тыс. руб.	Паушальный взнос тыс. руб.	Роялти	Окупаемость мес.
VitaHit	Легкий старт	26	Альметьевск, Белгород, Воронеж, Железнодорож, Москва, Обнинск, Тюмень, Южно-Сахалинск	От 450	100	Нет	5-6
	Стандарт			От 750	100	Нет	7-9
	Индивидуальн.			От 1050	нет	Нет	5-7
Do4a Market		21	Великий Новгород, Владивосток, Екатеринбург, Иркутск, Санкт-Петербург, Чита	2500	500	Нет (1 год), 15 тыс. руб. + 2% на маркетинг	12
Fit-Health		19	Архангельск, Нижний Тагил, Новосибирск, Санкт-Петербург	От 1000	нет	10%	От 12

Пик формы		9	Екатеринбург, Копейск, Челябинск	310-800	200	5-10 тыс. + 5 тыс. на маркетинг	
Body- pit.ru	Легкий старт	5	Армавир, Краснодар	999	300	н/д	6
	Стандарт			1457	300	н/д	6
	Индивидуальн.			1966	300	н/д	6

С какими трудностями может столкнуться начинающий предприниматель? Разумеется, основной головной болью станет неверный выбор франчайзера. Тот может либо пустить партнера в «свободное плавание», либо поставить его в жесткие рамки по закупкам и планам продаж. Также никто не может гарантировать и стандартных проблем бизнеса, которые предостерегают каждого.

Узкая аудитория клиентов. Несмотря на то, что все больше людей по данным статистики занимается спортом, потребителей спортивного питания не так много. Аудитория делится на тех, кто хорошо разбирается в спортивном питании и точно знает, продукция каких производителей ему необходима, и на всех остальных. Обычно наиболее «продвинутые» потребители спортпита уже имеют свои излюбленные места покупок, либо заказывают питание через известные сайты, поэтому привлечь их к новой точке будет затруднительно. Для этого, как говорится, нужно заработать хорошую репутацию в определенных кругах: среди спортсменов, воспитанников спортивных клубов, секций, фитнес-центров и т.д. Поэтому без серьезной рекламной поддержки, взаимодействия с потенциальными клиентами (желательно самому «вариться в спортивной кухне») есть риск провалиться в самом начале из-за низкого потока клиентов и расходов на аренду, зарплату и налоги. Поэтому полагаться исключительно на руку помощи франчайзера будет не самым разумным вариантом.

Риск затоваривания точки. Одна из самых распространенных бед магазинов спортпита – неправильный подбор ассортимента. Совершая закупку большой партии товаров, предприниматель вдруг обнаруживает, что большая часть продукции по тем или иным причинам покупателей не находит. Мертвый товар занимает место на полках, а срок его годности постепенно истекает. Некоторые франчайзеры предлагают обмен неликвида, однако на каких условиях этот обмен происходит, какая требуется доплата и какие расходы может понести франчайзи, остается загадкой.

Несертифицированный товар. Спортивное питание в России – товар, который зачастую попадает в нашу страну нелегальным или

полулегальным способом, не проходит санитарно-эпидемиологических проверок и не имеет сертификатов для продажи на территории России.

Сезонность. Стоит заранее подготовиться к такому фактору, как сезонность. У магазинов спортивного питания, как и у фитнес-клубов, есть свои «мертвые сезоны». Значительный спад продаж продукции происходит к лету, в период отпусков и массового отдыха.

Необходимость досконально разбираться в продукции. Без хорошего знания продукции предпринимателю придется туго. Владение темой будет необходимо не только для формирования ассортимента (с ним может помочь франчайзер), но и непосредственно для ведения продаж. Продавец должен быть способен проконсультировать человека о любом товаре и помочь определиться с выбором, если тот совершает свою первую покупку. К сожалению, очень часто продавцы спортивного питания не имеют опыта тренировок и не знакомы со спортивным режимом приема пищи, да и выглядят в глазах потенциальных покупателей далеко не должным образом. Отсутствие мышц или лишний вес у продавца могут свести на нет все его рассказы о том, как сбросить килограммы или достигнуть отличной физической формы. Поэтому на работу в качестве консультантов чаще всего нанимаются люди с соответствующим образованием и познаниями в области спорта и медицины. В любом случае, решившись на такой бизнес, франчайзи нужно будет серьезно подойти к подбору персонала и как следует изучить популярных производителей, отзывы о продукции «из первых уст», а также регулярно отслеживать тенденции и появление на рынке новых видов добавок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, мы видим, что франчайзинг – это удобная модель сотрудничества для тех, у кого есть финансы на открытие дела, но нет необходимых знаний. Однако, следует учитывать то, что в таком аспекте предпринимательской деятельности не будет места творчеству и индивидуальному подходу.

Список литературы:

1. Абдалова Е. Франчайзинг//Финансовая газета. Региональный выпуск. - 2018.-№1.
2. Багдасарян А.Ф. Принцип обязательного предпродажного раскрытия и предоставления во франчайзинговых отношениях//Законодательство. - 2019. -№6.
3. Белов В.А. Гражданское право: Общая и Особенная части: учебник. М.: АО «Центр ЮрИнфоР», 2019. С. 914-916
4. Бондаренко Д.П. Правовое регулирование договора коммерческой концессии в российском праве: автореф. канд. юрид. Наук / Бондаренко Диана Петровна. -М., 2018.

2. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИКИ СРАВНЕНИЯ АНАЛОГОВ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ СБЫТОВЫХ НАДБАВОК ГАРАНТИРУЮЩИХ ПОСТАВЩИКОВ

Быкова Анастасия Викторовна

магистрант,

*Уфимский государственный авиационный университет,
РФ, г. Уфа*

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF APPLYING THE METHODOLOGY FOR COMPARING ANALOGUES WHEN ESTABLISHING SALES MARGINS FOR GUARANTEEING SUPPLIERS

Anastasia Bykova

Undergraduate,

*Ufa State Aviation University,
Russian Federation, Ufa*

Аннотация. Цель исследования заключается в определении эффективности применения новых методических указаний по расчету сбытовой надбавки гарантирующих поставщиков с использованием метода сравнения аналогов, а также влияние данной методики на уровень сбытовой надбавки, на примере деятельности гарантирующего поставщика ООО «ЭСКБ». Для решения поставленной задачи использовался DEA-метод, при помощи которого для каждой единицы принятия решений построена отдельная DEA-модель, в свою очередь, которая показывает эффективность одного решения по отношению ко всем другим. В ходе исследования дана краткая характеристика методическим указаниям и рассмотрено ее влияние на величину сбытовой надбавки как в переходный период, так и по его завершению.

Abstract. The purpose of the study is to determine the effectiveness of the application of new guidelines for calculating the sales margin of last resort suppliers using the method of comparing analogues, as well as the impact of this methodology on the level of sales margin, using the example of the activities of the guaranteeing supplier LLC "ESKB". To solve the problem, the DEA method was used, with the help of which a separate DEA model was built for each decision-making unit, which, in turn, shows the effectiveness of one decision in relation to all others. In the course of the study, a brief description of the methodological guidelines was given and its influence on the value of the sales allowance was considered both during the transition period and after its completion.

Ключевые слова: гарантирующий поставщик; сбытовая надбавка; метод сравнения аналогов; DEA-метод, эталон затрат; необходимая валовая выручка; эффективность.

Keywords: guaranteed supplier; sales allowance; analogue comparison method; DEA method, cost benchmark; required gross revenue; efficiency.

В течение переходного периода, начиная со 2 полугодия 2018 г., введенный п. 65 постановления Правительства №1178 новый порядок расчёта величины сбытовой надбавки предусматривает, что расчет необходимой валовой выручки (далее НВВ) гарантирующего поставщика осуществляется регулятором с использованием двух методов: экономически обоснованных затрат и метода сравнения аналогов [5]. Схема перехода на эталонную выручку представлена на рисунке 1.

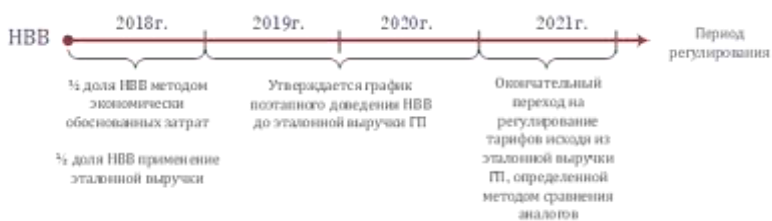


Рисунок 1. Переход на эталонную выручку

Таким образом, в 2021 г. регулирование сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков полностью перейдет на эталонную выручку, определенную методом сравнения аналогов.

Рассмотрим основные положения метода сравнения аналогов [5]. Структура и порядок определения НВВ гарантирующего поставщика электрической энергии по методу сравнения аналогов представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Краткая характеристика метода сравнения аналогов

НВВ	Составляющая НВВ	Характеристика	
Необходимая валовая выручка гарантирующего поставщика	Эталонная выручка ГП	Постоянный компонент	оплата труда
			содержание помещений (включающий расходы на аренду помещений и земельных участков)
			печать и доставка документов
			организация работы колл-центров, взаимодействие с потребителями через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»
			организация сбора и обработки показаний приборов учета
			обеспечение потребителей возможностью внесения платы по договору различными способами, в т.ч. непосредственно ГП без оплаты комиссии
			накладные расходы
	Переменный компонент	расходы на обслуживание заемных средств, необходимых для поддержания достаточного размера оборотного капитала при просрочке платежей со стороны потребителей	
		расходы на формирование резерва по сомнительным долгам в размере 1,5% от валовой выручки от продажи электрической энергии потребителям	
	Неподконтрольные расходы	амортизация основных средств и нематериальных активов	
		налоги (включая налог на прибыль)	
		капитальные вложения из прибыли в соответствии с порядком утверждения инвестиционных программ субъектов электроэнергетики	
		расходы на выполнение обязанностей гарантирующего поставщика по обеспечению коммерческого учета электрической энергии (мощности), в том числе не относящиеся к капитальным вложениям	
Выпадающие, недополученные (излишне полученные) доходы от осуществления деятельности в качестве ГП	Расходы связанные с процедурой принятия гарантирующим поставщиком на обслуживание потребителей электрической энергии	Недополученные (излишне полученные) доходы, обусловленные отклонением величины фактического полезного отпуска от величины, учтенного при установлении сбытовых надбавок ГП	

В общем виде эталонная выручка гарантирующих поставщиков с использованием метода сравнения аналогов (без учета особенностей определения по отдельным группам и подгруппам потребителей) определяется по формуле:

$$\text{ЭВ} = \sum C_j \cdot n \cdot \text{ИПЦ} + \% \text{Заем} + \text{РСД}_{\text{уст}1,5\%} + \text{РПП}_{1,5\%};$$

где: C_j – постоянный j -й компонент эталона затрат ГП, установленного на одну точку поставки для группы потребителей;

n – количество точек поставки по договорам энергоснабжения, заключенным ГП с потребителями;

ИПЦ – индекс потребительских цен на расчетный период регулирования;

%Заем – переменный компонент эталона затрат, отражающий расходы на уплату процентов по заемным средствам;

$\text{РСД}_{\text{уст}}$ – величина расходов на формирование резерва по сомнительным долгам, составляет 1,5% от валовой выручки от продажи электрической энергии потребителям;

РПП – расчетная предпринимательская прибыль ГП на расчетный период регулирования, составляет 1,5% от валовой выручки по регулируемому виду деятельности.

Исходя из количества обслуживаемых точек поставки n выделяют 10 групп масштабов деятельности гарантирующего поставщика [9]. Рост масштаба деятельности гарантирующего поставщика соответствует увеличению порядкового номера группы и предполагает снижение удельной величины эталонных затрат на одну точку поставки. Таким образом, методикой установлены следующие ограничения расходов по отдельным статьям: резерв по сомнительным долгам - 1,5%, расчетная предпринимательская прибыль - 1,5%, а также делением эталонов затрат гарантирующих поставщиков в соответствии с масштабом их деятельности. Логично предположить, что для одних компаний внедрение данной методики должно привести к увеличению выручки, а для других — к снижению.

На рисунках 2, 3 представлена динамика чистой прибыли и динамика полезного отпуска потребителям гарантирующего поставщика ООО «ЭСКБ» соответственно [3].

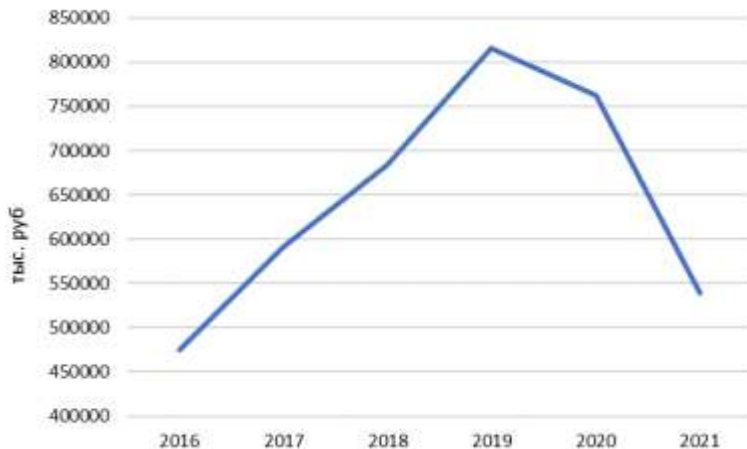


Рисунок 2. Динамика чистой прибыли ООО «ЭСКБ»

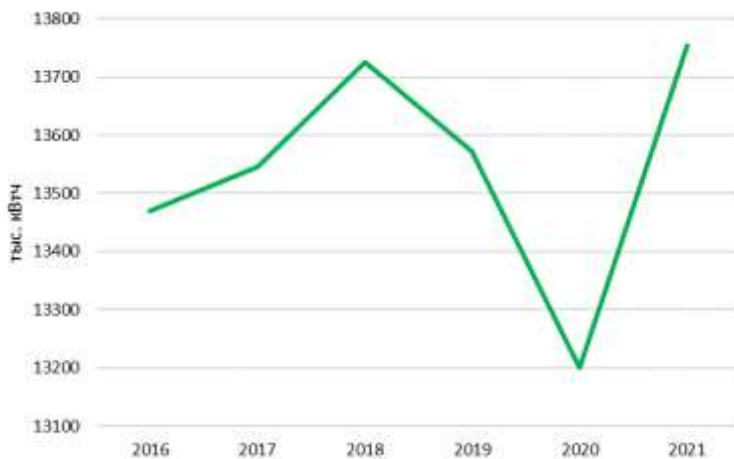


Рисунок 3. Динамика полезного отпуска потребителям ООО «ЭСКБ»

Проанализируем так же динамику сбытовой надбавки гарантирующего поставщика за период с 2016 по 2021 г. (рисунок 4.)

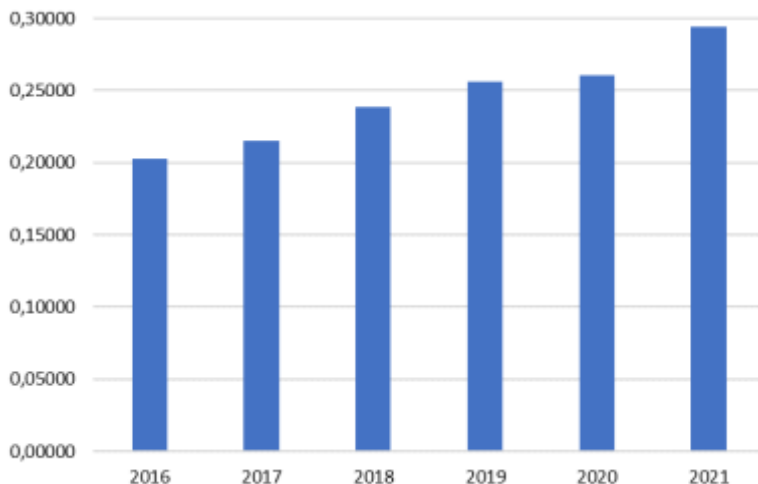


Рисунок 4. Динамика утвержденной сбытовой надбавки ООО «ЭСКБ»

Из рисунков 2, 3, 4 видим, что, например:

- при росте уровня сбытовой надбавки и полезного отпуска в 2021 г. прибыль предприятия снижается до уровня 2017 г.;
- прибыль в 2020 г. выше, чем в 2021 г., но при этом полезный отпуск в 2020 г. самый низкий из рассматриваемых периодов.

Для оценки эффективности и сравнения методик по расчету сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков воспользуемся методом Data Envelopment Analysis [1] (далее DEA-метод) и построим CCR – модель с ориентацией на выход (задача максимизации), в которой в качестве:

- входного параметра x (Input) выбран объем электрической энергии, Вээ;
- выходного параметра y (Output): необходимая валовая выручка, НВВ.

Допустим, что $x_{ij} \geq 0$ и $y_{rj} \geq 0$ и также, что каждая единица принятия решения (далее DMU) имеет хотя бы одну положительную как входную, так и выходную переменную. Каждый «вход» и «выход» имеет некоторые неизвестные весовые коэффициенты v_i и u_r :

$$\begin{aligned} \text{Input} &= v_i x_{ij} + \dots + v_m x_{mj} \\ \text{Output} &= u_r y_{rj} + \dots + u_s y_{sj} \end{aligned}$$

Используя линейное программирование [2], можно определить вес каждой переменной с учетом того, что нужно максимизировать следующее отношение:

$$\max \theta = \frac{HBB}{VЭ}$$

Пусть DMU_o оценивается, где o варьируется $1, 2, \dots, n$. Далее необходимо решить следующую дробную задачу для нахождения весовых коэффициентов v_i ($i = 1, 2, \dots, m$) входных переменных и коэффициентов u_r ($r = 1, 2, \dots, s$) для выходных:

$$\max \theta = \frac{u_1 y_{1o} + u_2 y_{2o} + \dots + u_s y_{so}}{v_1 x_{1o} + v_2 x_{2o} + \dots + v_m x_{mo}}$$

При условии, что:

$$\frac{u_1 y_{1o} + u_2 y_{2o} + \dots + u_s y_{so}}{v_1 x_{1o} + v_2 x_{2o} + \dots + v_m x_{mo}} \leq 1 \quad (o = 1, \dots, n)$$

$$v_1, v_2, \dots, v_n \geq 0$$

$$u_1, u_2, \dots, u_s \geq 0$$

Ограничения означают, что отношение «выхода» к «входу» не может превосходить 1 для каждой DMU. То есть оптимальное значение θ равняется 1.

Теперь необходимо преобразовать дробный вид задачи в линейный:

$$\max \theta = u_1 y_{1o} + u_2 y_{2o} + \dots + u_s y_{so}$$

При условии, что:

$$v_1 x_{1o} + v_2 x_{2o} + \dots + v_m x_{mo} = 1$$

$$u_1 y_{1j} + u_2 y_{2j} + \dots + u_s y_{sj} \leq v_1 x_{1j} + v_2 x_{2j} + \dots + v_m x_{mj}$$

$$(j = 1, 2, \dots, n)$$

$$v_1, v_2, \dots, v_n \geq 0$$

$$u_1, u_2, \dots, u_s \geq 0$$

Математическая модель DEA-метода представлена в таблице 2 [3]. Для решения данной задачи использовался классический симплексный метод.

Таблица 2.

Результаты DEA-метода

Период	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Input, Vээ, тыс.кВтч	13469	13545	13725	13572	13199	13753	13387
Output, НВВ, тыс. руб	2580	2699	2965	3220	3487	3688	4018
Функция	$2580 \cdot u$	$2699 \cdot u$	$2965 \cdot u$	$3220 \cdot u$	$3487 \cdot u$	$3688 \cdot u$	$4018 \cdot u$
Условия	$13469 \cdot v = 1$	$13545 \cdot v = 1$	$13725 \cdot v = 1$	$13572 \cdot v = 1$	$13199 \cdot v = 1$	$13753 \cdot v = 1$	$13387 \cdot v = 1$
	$2580 \cdot u \leq 13469 \cdot v$						
	$2699 \cdot u \leq 13545 \cdot v$						
	$2965 \cdot u \leq 13725 \cdot v$						
	$3220 \cdot u \leq 13572 \cdot v$						
	$3487 \cdot u \leq 13199 \cdot v$						
	$3688 \cdot u \leq 13753 \cdot v$						
	$4018 \cdot u \leq 13387 \cdot v$						
	$u \geq 0$						
$v \geq 0$							
v	0,000074	0,000074	0,000073	0,000074	0,000076	0,000073	0,000075
u	0,000247	0,000246	0,000251	0,000245	0,000252	0,000242	0,000248
θ	0,64	0,66	0,74	0,79	0,88	0,89	1,00

Для каждой единицы принятия решений построена отдельная DEA-модель, в свою очередь, которая показывает эффективность одного решения по отношению ко всем другим. В качестве единицы решения принят год утверждения сбытовой надбавки, который соответствует методике расчета сбытовой надбавки в соответствующем году. Из полученных данных можно сделать вывод, что действующая методика расчета сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков с использованием метода сравнения аналогов в течение переходного периода привела к качественному сдвигу. По сравнению с методом экономически обоснованных затрат, при котором эффективность регулируемой деятельности гарантирующего поставщика ООО «ЭСКБ» максимально достигала значения 66%., то после применения метода сравнения аналогов

эффективность составила 89%. Для повышения эффективности необходимо входной параметр $V_{\text{Э}}$ уменьшить либо оставить на первоначальном уровне или увеличить выходной параметр НВВ или оставить на прежнем уровне, что в принципе и наблюдается в 2022г. в котором достигнута максимальная эффективность. Однако выводы, представленные в статье, могут служить основой для последующих исследований, направленных на исследование внутренних механизмов функционирования компании.

Список литературы:

1. Алимханова А.Н., Мицель А.А. Оценка эффективности предприятий на основе метода DEA // Доклады ТУСУР. – 2019. – № 22. – С. 104–108.
2. Анисимова Н.П., Ванина Е.А. Линейное программирование : учебн.-метод. пособие / Санкт-Петербургский филиал Нац. исслед. ун-та «Высшая школа экономики». – СПб. : НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2012. – С. 70.
3. Башэлектросбыт: информация о деятельности компании / [Электронный ресурс]. – Режим доступаФ: <https://www.bashesk.ru/corporate/company/> (дата обращения: 25.04.2022).
4. Методические указания по расчету сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков и размера доходности продаж гарантирующих поставщиков, утвержденных ФАС России от 30.10.2012 № 703-э.
5. Методические указания по расчету сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков с использованием метода сравнения аналогов, утвержденных приказом ФАС России от 21.11.2017 № 1554/17.
6. Мозговая О.О. Эталонный метод и метод сравнения аналогов при регулировании энергосбытовой деятельности // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 6. – С. 11.
7. Мозговая О.О., Шеваль Ю.В. Установление сбытовых надбавок гарантирующих поставщиков методом сравнения аналогов: снижение или рост // Вестник университета. – 2019. – № 12. – С. 119–125.
8. Орлова И.В., Половников В.А. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование : учебн. пособие. – М. : Вузовский учебник, 2007. – С. 365.
9. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 № 442 «О функционировании электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии».
10. Тарифная политика в Российской Федерации в отраслях коммунальной сферы: приоритеты, проблемы, перспектива / Е.В. Яркин, И.А. Долматов (рук. авт. кол.), М.А. Панова [и др.] // Докл. к XXI Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – С. 174.

3. МЕНЕДЖМЕНТ

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК МОДЕЛЬ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ФИТНЕС-УСЛУГ

Гармонов Николай Александрович

курсант,
Военный институт физической культуры,
РФ, г. Санкт-Петербург

Руденко Родион Владимирович

доцент, преподаватель кафедры,
Военный институт физической культуры,
РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. Статья посвящена особенностям ведения бизнеса по договору франшиза, анализу рынка фитнес услуг в России и перспективам развития фитнес клуба по модели франчайзинга.

Ключевые слова: франчайзинг; предпринимательство; технологии; фитнес-клуб; фитнес-услуга; анализ рынка; фитнес индустрия; рынок фитнес-услуг

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

Развитие предпринимательства в России неразрывно связано с влиянием государства на его деятельность. В настоящее время перед экономикой России стоит ряд проблем, замедляющих развитие и снижающих эффективность предпринимательской деятельности. Неблагоприятная ситуация остается в фитнес индустрии, которая занимает важную роль в жизни населения.

Рынок фитнес-услуг в России является молодым: появление первых фитнес-клубов в крупных городах России произошло лишь в начале 90-х годов. Формирование рынка долгое время было в эскалации по нескольким причинам: все существовавшие клубы развивались в премиум и люкс сегментах, а доходы и образ жизни россиян были далеки от современных. Целевая аудитория фитнес-клубов была небольшой до середины 2000-х.

Кризис и падение доходов населения негативно сказались на темпы роста рынка фитнес-услуг, однако рынок продолжает расти высокими по российским меркам темпами: в 2015 году номинальный прирост рынка составил 14,1%, реальный - 3,6%. Объемы рынка фитнес-услуг вместе со схожими рынками (Crossfit, персональные тренировки и т.п.) составляют не менее 101,4 млрд руб.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Одним из способов решения всех этих проблем является франчайзинг, позволяющий объединить вместе малый и крупный бизнеса. **Франчайзинг** – это форма предпринимательства, основанная на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, при которых одна сторона (франчайзер) предоставляет возмездное право действовать от своего имени (реализовывать товары) другой стороне (франчайзи), способствуя тем самым расширению рынка сбыта.

Популярность франчайзинга объясняется специфическим характером взаимоотношений, их прозрачностью, а также преимуществами партнерских связей, позволяющих образовать единую сеть с эффективной диверсификацией капиталовложений, создать систему реализации товаров и услуг, стать конкурентоспособным по отношению к другим субъектам рынка, обеспечить низкий порог входа на рынок с минимальными рисками новых участников. Внутренняя система координации также позволяет оптимизировать издержки, в том числе связанные с выводом на рынок новых и модифицированных товаров и услуг, способствует продвижению и распределению этих товаров, что является конкурентным преимуществом.

Таким образом, ведение бизнеса по договору франчайзинга обеспечивает больше шансов на успех и в этой связи становится все более популярной формой ведения бизнеса во всем мире.

В России, где франчайзинг появился в начале 1990-х гг., такая форма ведения бизнеса развивается очень медленно. Франчайзинг на сегодняшний день активно внедряется в экономику.

Необходимо подчеркнуть, что в России для развития франчайзинга имеются достаточно возможности, для реализации которых нужно создание определенных условий.

Основными наиболее перспективными сферами являются: общественное питание, одежда и обувь, компьютерные системы, транспорт.

В сфере услуг франчайзинг развивается менее активно, чем в других отраслях.

В области фитнес-услуг лидируют зарубежные бренды «World Class», «World's Gym» и «Gold's Gym», а также отечественная «Планета Фитнес», выходящая сегодня с программой франчайзинга в регионы.

По разным оценкам, на сегодняшний день в России действуют 3,5-3,7 тысяч фитнес-клубов, а объем российского рынка фитнес-индустрии составляет не более 1% от общемирового рынка. Доля фитнес-клубов, открытых по франшизе, в регионах составляет около 25%. Роль франчайзинга может стать определяющей в условиях насыщения столичных рынков и необходимости развития региональных рынков. Преимущества работы по франшизе очевидны: узнаваемый бренд, лояльность арендодателей, помощь франчайзера с поставками оборудования и обучением персонала, автоматизация системы управления, помощь в организации отдела продаж и даже, в некоторых случаях, рекламная поддержка.

Активное распространение в современное время приобретают также смежные направления – кроссфит, индивидуальные тренировки, EMS (электростимуляция). EMS сегодня считается одним из наиболее перспективных направлений для развития по франшизе. Этот сегмент развился из медицинского направления, в котором электростимуляция использовалась для реабилитации людей с проблемами нервной системы и ОДА. Впрочем, это направление пока только набирает обороты, выручка EMS-студий существенно ниже, чем у классических фитнес клубов. Тем не менее, направление активно развивается, прирост количества EMS-студий значительно опережает данный показатель для фитнес-клубов.

Важными событиями и изменениями рынка фитнес-индустрии считаются многочисленные закрытия и открытия клубов, а также смена локаций, которые связаны с изменением условий аренды, цены и другими факторами. Многие арендодатели не идут навстречу нерентабельным клиентам, которыми обычно являются фитнес-клубы. Цены часто устанавливают в условных единицах, что привело к росту стоимости аренды только в 2015 году на 25-30%. Разумеется, что далеко не все предприниматели могут компенсировать такой рост за счет собственной рентабельности или перевести повышение через повышение цен на свои услуги, и вынуждены уходить с рынка.

К факторам, способствующим дальнейшему росту рынка можно отнести следующие:

- Слабая степень развития фитнеса в России относительно других стран
- Рост популярности фитнеса в мире
- Государственная политика в области физической культуры культивирует здоровый образ жизни, что способствует проникновению фитнес-услуг в жизнь населения
- Недостаточное распространение фитнес-услуг в регионах

- Для значительной части целевой аудитории посещение фитнес-клуба и приобретение годового абонемента – это изображение социального статуса и принадлежности к определенной социальной группе; даже в условиях кризиса эта группа людей не готова отказываться от услуг фитнес-центров; в первую очередь это касается сегментов «Люкс» и «Премиум».

По оценкам экспертов, ежегодный прирост рынка фитнес-услуг может достичь 22-25%. По итогам 2016 года называется цифра +15%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, объем франчайзинговых фитнес-клубов в РФ с каждым годом растёт, привлекая предпринимателей удобными условиями ведения бизнеса и готовыми маркетинговыми стратегиями.

Список литературы:

1. Дельтей Ж. Франчайзинг. La franchise commerciale. – СПб.: Нева, 2003. – 128 с.
2. Спинелли С., Розенберг Р.М., Берли С. Франчайзинг. Путь к богатству. – М.: Вильямс, 2007. – 384 с.
3. Власкин А. Франчайзинг [Электронный ресурс]. –URL: <http://ia-cher.ru/files/vlaskinfranchajzing-cherepovets-2015.pdf>.
4. Енченко И.В. Современное состояние рынка фитнес услуг в России // Современный научный вестник. - 2016. - Т. 6. № 2. - С. 7-8.
5. Кельбах Е.И., Плотников П.А. Анализ рынка фитнес-услуг: тенденции и перспективы развития // Контентус. - 2014. - № 7 (24). - С. 61-69.

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В РОССИИ

Недоростков Павел Валентинович

*магистрант,
Московский Университет им. С.Ю. Витте,
РФ, г. Москва*

Несмотря на длительность периода своего существования в России, государственная служба накопила влияющие на качество государственного управления проблемы, которые могут негативно сказаться на реализации государственных стратегических планов и поставленных в них целей и задач. Перед системой государственной службы на современном

этапе стоят проблемы, связанные с обеспечением её эффективности, а потому и эффективности работы государственных служащих, формированием качественного человеческого капитала, искоренением коррупции и возможностей для развития коррупции. Рассмотрим основные тенденции.

Существуют проблемы развития кадрового потенциала

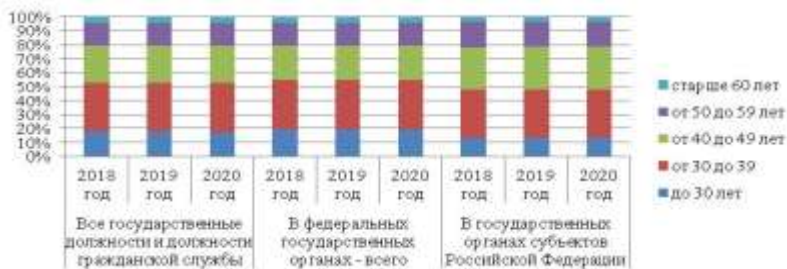


Рисунок 1. Структура государственных гражданских служащих в РФ по возрастному составу по уровням управления [1], %

Основная доля приходится на служащих в возрасте от 30 до 49 лет, на их долю приходится более 60%, в тоже время необходимо отметить, рост числа служащих старше 50 лет. Такая картина характерна для государственных служащих различных уровней (больше прогрессирует в федеральных структурах) [2]. Если рассматривать состав государственных служащих относительно образовательного уровня в зависимости от уровней управления (см. рис. 2), то можно отметить, что более 95% это государственные служащие с высшим образованием в соответствии с требованиями при принятии на должность.

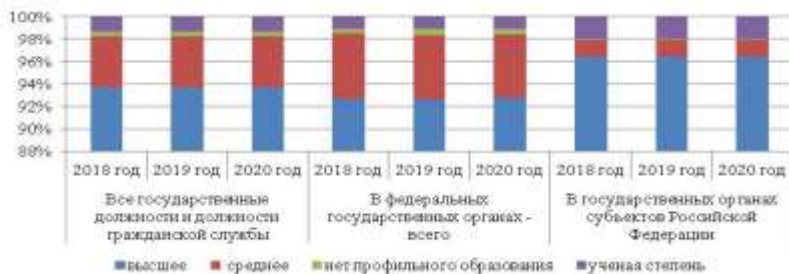


Рисунок 2. Структура государственных гражданских служащих в РФ по уровню образования и уровням управления [1], %

Есть и служащие, которые не имеют профильного образования, но их число постепенно снижается.

По данным исследований, только 40 % госслужащих остаются на службе дольше, чем на три года, а текучесть кадров среди сотрудников моложе 30 лет составляет от 7 до 19 % в год в различных госорганах. В то же время в бизнесе нормальным считается уровень текучести не более 10 % [3, с. 34]. В данной ситуации одной из проблем выступает материальная составляющая, а именно вопрос оплаты труда. Исследование фонда оплаты труда гражданского служащего в разрезе должностей (на примере 17 министерств) в 2020 году представлено на рисунке 3.

Необходимо отметить значительный разрыв в заработной плате работников низшего звена и руководящего звена, что негативным образом отражается на приеме перспективных работников и больше является отталкивающим фактором.

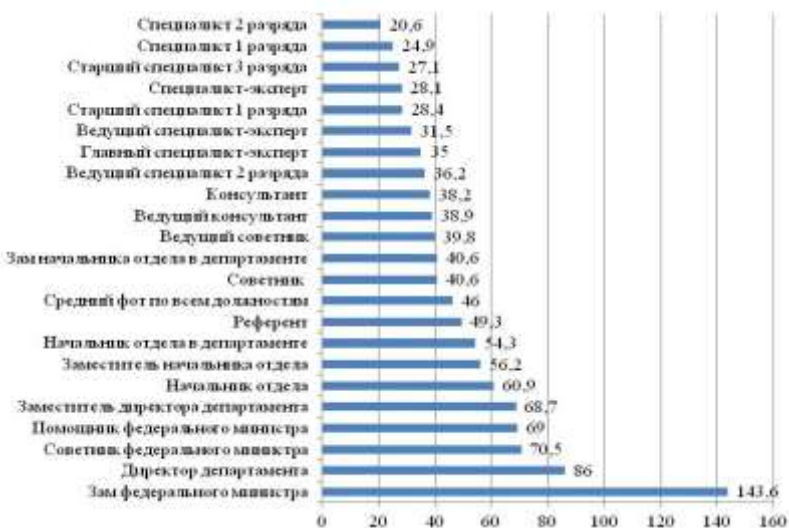


Рисунок 3. Фонд оплаты труда (без учета иных выплат, входящих в денежное содержание), приходящегося на одного федерального гражданского служащего в месяц в 2020 г [3, с. 32]

Получается что госслужащие, занимающие низшие должности, могут рассчитывать на 20–30 тыс. руб. в месяц (без учета иных выплат, входящих в денежное содержание) при среднем фонде оплаты труда по всем должностям равном 67 тыс. руб.

В совокупности, происходящие изменения в госорганах сказываются на росте коррупции среди государственных служащих кратко представим некоторые данные приведенные Генпрокуратурой РФ (с учетом 2021 года) (см. табл. 1).

Важно отметить, отрицательную динамику в данном направлении от роста числа взяточничества, также можно отметить и рост посредничества во взятках, не говоря уже о росте мелкого взяточничества. Такая динамика происходит на фоне постоянной проработке антикоррупционных механизмов, вводимых ограничений, увеличения прозрачности доходов чиновников и тому подобных инструментов. Однако эффективность таких механизмов пока низкая.

Таблица 1.

Данные относительно преступлений коррупционной направленности [4], тыс.ед.

	2019 год		2020 год		2021 год	
	Предварительно расследованные преступления	Уголовные дела в суде с обвинением	Предварительно расследованные преступления	Уголовные дела в суде с обвинением	Предварительно расследованные преступления	Уголовные дела в суде с обвинением
Всего преступлений коррупционной направленности	15800	15562	17369	15702	19383	15873
получение взятки (ст. 290 УК РФ)	1366	1021	1754	1529	2120	2074
дача взятки (ст. 291 УК РФ)	1560	987	1890	1268	2577	1436
посредничество во взятке (ст. 291.1 УК РФ)	897	598	908	624	1065	668
мелкое взяточничество (ст. 291.2 УК РФ)	2893	2107	3305	2501	3539	2723

Можно привести динамику ущерба, причиненного коррупцией (см. табл.2).

Таблица 2.

Динамика ущерба причиненного коррупцией [4; 5], млрд. руб.

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Темп прироста, %	
				2019 год	2020 год
Ущерб от преступлений в сфере коррупции, млрд. руб.	55,1	58	65,3	5,26	12,59
Объем возмещенного ущерба (добровольно), млрд. руб.	4,1	4,4	9,9	7,32	125,00
Стоимость изъятого имущества, млрд. руб.	1,5	3,9	5,8	160,00	48,72
Стоимость имущества на который наложен арест, млрд. руб.	18,2	24,3	28,7	33,52	18,11

Рост преступлений в данном направлении, приводит к росту ущерба, на 2021 году по данным Генпрокуратуры РФ такой ущерб составил более 65 млрд.руб. В тоже время можно отметить некоторый прирост объема добровольно возмещенного ущерба, однако в совокупном ущербе это небольшая сумма.

Таким образом, проведенное исследование проблем развития государственных служащих в России показало, что в основном эти проблемы связаны больше с кадровой составляющей (квалифицированные, высокопрофессиональные и мотивированные кадры это и есть основная проблема). И решение данной проблемы должно проводиться комплексно, а именно рассматривать все направления кадровой политики включая доработку антикоррупционной политики, поскольку о росте коррупции говорит рост числа преступлений в данной сфере, а также динамика роста ущерба нанесенного коррупционными преступлениями.

Список литературы:

1. Численность и кадровый состав государственных органов РФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – 2021. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/11191?print=1> (дата обращения 05.04.2022).
2. Васильева С.С. Табель о возрасте. Как повысить эффективность пожилых чиновников [Электронный ресурс] / С.С. Васильева, Н. Иванова, И. Шванова // Научно-образовательный портал IQ. – 2018. – Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/220947613.html> (дата обращения: 05.04.2022).

3. Байтеряков С.В., Барышникова А.В., Копыток В.К., Филиппова А., Шубина Д.О. Кадровая политика на госслужбе: текущие проблемы и необходимые изменения / под ред. М.С. Шклярук; М.: Счетная палата Российской Федерации, Центр перспективных управленческих решений, 2021 – с. 34-35.
4. Данные относительно преступлений коррупционной направленности [Электронный ресурс] // Генеральная прокуратура РФ. – 2021. – Режим доступа: <https://epp.genproc.gov.ru/> (дата обращения: 04.04.2022).
5. В России выявили рекордное за 8 лет число коррупционных преступлений [Электронный ресурс] // РБК – 2021. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения: 04.04.2022).

4. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ РАССЕЛЕНИЯ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ

Сулименко Олег Вячеславович

*канд. экон. наук, доцент,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Корниенко Дарья Юрьевна

*студент,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Морозова Ксения Олеговна

*студент,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
РФ, г. Ростов-на-Дону*

DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE SETTLEMENT SYSTEM IN THE FAR EAST IN THE CONTEXT OF THE ECONOMIC GROWTH OF THE TERRITORY

Oleg Sulimenko

*PhD in Economics, Associate Professor
Rostov State University of Economics (RINH),
Russia, Rostov-on-Don*

Daria Kornienko

*Student,
Rostov State University of Economics (RINH),
Russia, Rostov-on-Don*

Ksenia Morozova

Student,

Rostov State University of Economics (RINH),

Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. Экономические отношения России со странами Азии неразрывно связаны с развитием азиатской части страны. В статье анализируются усилия по развитию Дальнего Востока с точки зрения новой теории международной торговли и новой экономической географии.

Abstract. Russia's economic relations with Asian countries are inextricably linked with the development of the Asian part of the country. The article analyzes the efforts to develop the Far East from the point of view of the new theory of international trade and new economic geography.

Ключевые слова: Дальний Восток; Сибирь; экономический рост; либерализация экономики; пространственное развитие.

Keywords: Far East; Siberia; the economic growth; economic liberalization; spatial development.

Одна из особенностей Дальнего Востока заключается в том, что его структура распределения населения в значительной степени является искусственным созданием. Семьдесят лет советской власти, которые включали принудительное переселение целых народов, использование заключенных для восполнения нехватки рабочей силы в малонаселенных районах и значительные усилия по привлечению добровольных переселенцев в Сибирь и на Дальний Восток, создали ситуацию, когда аномально большая доля населения России проживает на территориях наименее подходящий для этой цели [7]. В то же время, промышленная политика Советского Союза, в которой приоритетное внимание уделялось развитию крупных промышленных объектов, привела к появлению моногородов, которые больше всего пострадали после распада страны. В настоящее время в этих городах проживает каждый седьмой житель Сибири и Дальнего Востока. По некоторым оценкам, около 35% людей, проживающих на этих территориях, сейчас жили бы в других местах, если бы не политика Советского Союза [7].

Такая структура населения имеет большое (но часто игнорируемое) значение для реализации планов по ускорению развития Дальнего Востока.

Во-первых, относительно равномерное распределение населения препятствует эффекту агломерации, который способствовал бы экономическому росту. Огромные расстояния и недостаточная инфраструктура

между относительно большими группами потребителей препятствуют развитию внутреннего рынка и, следовательно, конкурентоспособному производству.

Во-вторых, любые усилия по ускорению экономического роста в Сибири и на Дальнем Востоке, особенно усилия по либерализации экономики и открытию региона для внешних партнеров, еще больше усугубят региональные диспропорции. Наибольшие выгоды от этих мер получают более эффективные российские компании и регионы, которые создадут кластеры конкурентоспособных отраслей. Вероятно, это будут территории с особым статусом (Особые экономические зоны опережающего развития или порто-франко), богатыми природными ресурсами (например, некоторые районы Якутии и Чукотки) или выгодным географическим положением (например, Приморский край). Именно в этих сферах будут созданы новые рабочие места, повысится уровень реальных доходов и качество жизни. В то же время неконкурентоспособные отрасли могут проиграть вместе с городами и регионами, где они расположены. Экономическая ситуация в депрессивных регионах будет только ухудшаться, увеличивая риски социальной напряженности. Это, в свою очередь, замедляет дальнейший экономический рост.

Есть два возможных подхода к этой проблеме. Первый из них заключается в том, чтобы оказать государственную поддержку убыточным регионам, попытаться удержать местное население от переезда в другие места и поддерживать там экономическую активность с помощью социальных трансфертов и государственных субсидий. Этот путь доминирует в России: огромные суммы денег тратятся на сохранение структуры поселений советской эпохи, которая больше не соответствует реалиям рыночной экономики.

Другой подход заключается в том, чтобы признать невозможность сохранения нынешней системы расселения и сосредоточиться на повышении мобильности рабочей силы, чтобы работники переезжали в конкурентоспособные регионы, тем самым ускоряя там экономический рост. В регионах, где эффективная экономическая деятельность невозможна, приоритет следует отдавать не сохранению рабочих мест и предотвращению сокращения местного населения, а обеспечению достойного уровня жизни для тех, кто там останется. Этот подход используется в большинстве развитых стран с депрессивными регионами, пострадавшими от негативных последствий технического прогресса или глобализации. Достаточно вспомнить Детройт в США или угледобывающие регионы в Великобритании или Германии, или взглянуть на пространственное развитие Канады, где 70 процентов населения сосредоточено на пяти процентах территории, прилегающей к южной границе.

Если Восток России предполагается развивать на основе несырьевых отраслей промышленности, то правительству необходимо будет сконцентрировать население в небольшом количестве городских агломераций, где сочетание промышленного производства и квалифицированных кадров может помочь создать высокотехнологичные кластеры. Напротив, добыча природных ресурсов в труднодоступных районах должна осуществляться с использованием гибкой системы ротации без необходимости поддержания дорогостоящей инфраструктуры для постоянного населения.

В настоящее время политика пространственного развития в отношении российского Дальнего Востока парадоксальна: ускоренное развитие региона планируется обеспечить на основе ограниченного числа приоритетных территорий (со статусом Особых экономических зон опережающего развития или порто-франко), где предполагается сосредоточить экономическую активность. Однако эта политика не предусматривает каких-либо изменений в структуре расчетов. Напротив, региональным властям была предложена система стимулов для сохранения нынешней пространственной структуры населения. Например, система оценки деятельности губернаторов заставляет их уделять особое внимание демографическим показателям и прилагать все усилия для предотвращения оттока населения. Одним из естественных способов решения этой задачи является ограничение межрегиональной мобильности населения и сохранение неэффективной структуры распределения населения в том виде, в каком она есть.

Стратегия развития любого региона должна основываться на четком понимании его конкурентных преимуществ и ограничений. В случае Дальнего Востока первые включают богатые природные ресурсы, относительно квалифицированную и недорогую рабочую силу (особенно после девальвации рубля в 2014 году) и близость к азиатским странам. Эти конкурентные преимущества обеспечивают прочную основу для развития ресурсоемких отраслей промышленности, ориентированных на экспорт в развивающиеся азиатские экономики. Для местных компаний не представляется возможным использовать преимущества экономии на масштабе из-за 1) недостаточного размера внутреннего рынка; 2) недоступности внешних рынков; и 3) распределения населения, препятствующего эффекту агломерации. Эти ограничения необходимо четко понимать, чтобы использовать другие принципы для реализации государственной политики в различных областях.

Недостаточный объем внутреннего рынка делает невозможным развитие конкурентоспособных отраслей промышленности на Дальнем Востоке, если они не имеют доступа к внешним рынкам. В результате одним из условий ускоренного развития российского Дальнего Востока

стало бы его открытие для азиатских рынков, прежде всего за счет более активной роли в процессе либерализации торговли в регионе, в том числе через зоны свободной торговли с ключевыми торговыми партнерами.

России также необходимо будет значительно активизировать свою торговлю со странами Азии. Переговоры на высшем уровне и подписание десятков меморандумов о взаимопонимании, из которых лишь немногие воплощаются в реальные сделки (связанные преимущественно с сырьем), больше не могут или не должны быть его основным инструментом. Было бы гораздо важнее, хотя и гораздо менее заметно, выполнять рутинную работу по поддержке средних и малых экспортеров; разрабатывать механизмы экспортного кредитования и страхования; создать условия для выхода российских производителей на китайские каналы сбыта (в том числе через электронную коммерцию); создать промышленные платформы в Южной и Юго-Восточной Азии, ориентированные, в частности, на китайский рынок; и создать совместные индустриальные парки не только в России, но и в Китае.

Позитивные изменения уже заметны. Развитие несырьевого экспорта является одним из ключевых пунктов майских указов Президента 2018 года. Конкретные меры включают модернизацию системы поддержки экспорта, сокращение административных процедур во внешней торговле и улучшение работы торговых представительств. Отношение к зонам свободной торговли также постепенно меняется. В настоящее время рассматривается вопрос о либерализации торговли в рамках Шанхайской организации сотрудничества. В настоящее время ведется работа по подготовке технико-экономического обоснования торгового соглашения с Китаем. Если эти меры будут реализованы в полном объеме, качели экономического развития Дальнего Востока России могут прийти в состояние равновесия, необходимого для самоподдерживающегося спиралевидного роста.

Список литературы:

1. Барановский В. Новая внешняя политика России: Влияние на международную систему (Тезисы доклада к заседанию Учёного совета ИМЭМО РАН 27 января 2016 г.) // *Мировая экономика и международные отношения*. 2016. Т. 60. № 7.
2. Бордачёв Т.В. Поворот на Восток и евразийское всеобъемлющее партнёрство. Режим доступа: [http:// ru.valdaiclub.com/a/highlights/povorot-na-vostok-i-evraziyskoe-partnerstvo/](http://ru.valdaiclub.com/a/highlights/povorot-na-vostok-i-evraziyskoe-partnerstvo/)
3. Глобальная система на переломе: пути к новой нормальности // *Мировая экономика и международные отношения*. 2016. Т. 60. № 8.

4. Зуенко И.Ю., Иванов С.А., Савченко А.Е. Китайские инвестиции на российском Дальнем Востоке // Мировая экономика и международные отношения. 2019. № 11. С. 105-113.
5. Иванов С.А., Савченко А.Е., Зуенко И.Ю., Козлов Л.Е. Китайский капитал на юге Дальнего Востока России: ожидания государства и реалии взаимодействия. Аналитический доклад. Режимдоступа: <http://ihaefe.org/files/analytics/chinese-capital-on-fe.pdf>
6. Шпангер Ханс-Йоахим. Поворот России на Восток, поворот Китая на Запад: взаимодействие и конфликты на Шёлковом пути. Режим доступа: [http:// www.globalaffairs.ru/valday/Povorot-Rossii-na-Vostok-povorot-Kitayana-Zapad-vzaimodeistvie-i-konflikty-na-Shlkovom-puti-18208#_ftn1](http://www.globalaffairs.ru/valday/Povorot-Rossii-na-Vostok-povorot-Kitayana-Zapad-vzaimodeistvie-i-konflikty-na-Shlkovom-puti-18208#_ftn1)
7. Markevich A., Mikhailova T. Russian Economic Geography: Past and Present, 2013.

5. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РК С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Асрепов Габит Нурлубекович

докторант

*Казахско-русский международный университет,
Республика Казахстан, г. Актобе*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN, TAKING INTO ACCOUNT FOREIGN EXPERIENCE

Gabit Asreпов

Doctoral student,

*Kazakh-Russian International University,
Kazakhstan, Aktobe*

Аннотация. Цель научной статьи – на основе изучения мирового опыта развития АПК выделить основные направления развития АПК РК в условиях глобализации. Государственное регулирование и поддержка сельского хозяйства в зарубежных странах осуществляются по следующим мерам: прямые государственные платежи; ценовое регулирование; компенсация издержек сельхозпроизводителей; содействие развитию рынка; содействие развитию производственной инфраструктуры; реализация экологических программ в аграрном секторе. Для США и ЕС характерен высокий уровень государственной поддержки сельского хозяйства. Выводы – для развития АПК и обеспечения продовольственной независимости страны следует использовать льготное микрокредитование, привлекать инвестиции, субсидирование и др.

Abstract. The purpose of the scientific article is to identify the main directions of the development of the agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan in the context of globalization based on the study of the world experience in the development of agriculture. State regulation

and support of agriculture in foreign countries are carried out by the following measures: direct government payments; price regulation; compensation of agricultural producers' costs; market development assistance; assistance in the development of production infrastructure; implementation of environmental programs in the agricultural sector. The United States and the EU are characterized by a high level of state support for agriculture. Conclusions – for the development of the agro-industrial complex and ensuring the country's food independence, preferential micro-loans should be used, investments should be attracted, subsidies, etc.

Ключевые слова: сельское хозяйство; АПК; мировой опыт; государственная поддержка

Keywords: agriculture; agro-industrial complex; world experience; state support

Сельскохозяйственный сектор является одним из важнейших секторов национальной экономики любого государства. Это связано не только с продовольственной безопасностью государства, но и с будущим, здоровьем и развитием нашей страны. За 30 лет независимости нашей страны аграрный сектор республики претерпел значительные изменения. Земельные отношения были реформированы; приняты основные положения, регулирующие ряд правовых вопросов в селе; произошел переход от колхозного строя к установлению рыночных отношений; правовые и организационные условия деятельности сельскохозяйственных предприятий различных форм собственности [1]. В агропромышленном комплексе Республики Казахстан проблемы общего системного характера различаются по разным источникам, которые до сих пор не решены, например низкий уровень инвестиций в аграрный сектор экономики; низкий уровень инновационной активности субъектов АПК; низкий уровень конкурентоспособности продукции и технологий на международном рынке; отсутствие действенного механизма государственной поддержки отечественного аграрного бизнеса и др. На современном этапе развития экономики Казахстана агропромышленный комплекс является важнейшей составной частью экономики страны, где производится жизненно важная для общества продукция. В АПК сосредоточен огромный экономический потенциал, развитие которого определяет состояние всего народнохозяйственного потенциала, уровень продовольственной безопасности государства и социально-экономическую обстановку в обществе. Особый интерес представляет опыт регулирования экономики сельского хозяйства в США. Реализация программ поддержки фермеров, как правило, направлена на обеспечение стабильности роста цен на продукцию сельского хозяйства и доходов

фермеров. Программы поддержки предусматривают меры по контролю над уровнем цен, объемами производства, прямые выплаты фермерам, субсидирование экспорта, а также другие формы косвенного субсидирования фермерских хозяйств. Реализация данных мер требует значительных расходов [2]. Пшеница, кормовые зерновые, хлопок, сахар, молочные продукты, табак, арахис и многие другие продукты относятся к продукции, которая, непосредственно, попадает под действие программы поддержки американского правительства. Каждая программа государственной поддержки имеет отличительные особенности. Так данное направление в Китае традиционно считают приоритетным в обеспечении продовольственной безопасности страны [3]. В Китае финансово-кредитное регулирование сельского хозяйства осуществляют Сельскохозяйственный Банк, Банк сельскохозяйственного развития и Государственный банк развития. Эти банки выделяют кредиты на закупку основных видов сельскохозяйственной продукции, ее хранение, переработку, оказание помощи бедным сельским районам, освоение ресурсов. В 2005 г. была создана первая сельская страховая компания, деятельность которой заключается в страховании урожая от ущерба в случае неблагоприятных погодных условий. При этом 65 % страховых взносов оплачивает крестьянин, остальные 35 % – государство и сельская администрация. С 2006 г. в стране стимулируется развитие сельского финансового рынка. В результате этого в 2007 г. начали открываться сельские финансовые учреждения нового типа (деревенско-поселковые банки, кредитные компании, сельские кооперативы взаимной денежной помощи), выдающие крестьянам небольшие ссуды на нужды производства. В условиях финансово-экономического кризиса задачей финансово-кредитного регулирования стало упрощение выдачи кредитов крестьянам и оказание безвозмездной помощи. С целью государственного регулирования и поддержки сельского хозяйства Китая используются следующие меры: прямые платежи и субсидии, налоговая политика, совершенствование рыночной инфраструктуры, инвестиции в развитие сельской инфраструктуры, кредитование сельских товаропроизводителей, охрана земель, поддержка научно-исследовательской деятельности в сельском хозяйстве, обеспечение экологической безопасности продуктов питания, ценовая поддержка. На данный момент государственное регулирование и поддержка сельского хозяйства Китая направлены на вопросы экологии, повышение качества жизни в сельских районах и обеспечения конкурентоспособности китайского сельского хозяйства. В передовых странах Европы управление аграрным комплексом направлено на четкое определение модели развития аграрного сектора. Европейский союз определяет два основных направления финансирования сельхозтоваропроизводителей, способствующих повышению

конкурентоспособности сельского хозяйства на мировом рынке, охране окружающей среды в сельской местности, улучшению качества жизни в сельских регионах и обеспечивающих стимулирование сельскохозяйственной занятости населения.

К числу основных направлений по поддержке фермеров в странах ЕС относятся высокие фиксированные внутренние цены, а также субсидирование экспорта избыточной продукции.

Государственная поддержка АПК в Казахстане осуществляется в рамках реализации национального проекта в форме предоставления субсидий из бюджета. Данная программа направлена на: стимулирование увеличения объемов производства основных видов сельскохозяйственной продукции пищевой и перерабатывающей промышленности; ускорение уровня импортозамещения предприятий; обеспечение финансовой устойчивости товаропроизводителей АПК [4].

Рассмотрев опыт зарубежных стран, можно отметить, что оценка государственного регулирования сельского хозяйства свидетельствует о взвешенной и продуманной аграрной политике, позволяющей конкурировать на внутреннем и внешнем рынках, а также обеспечивать высокую эффективность сельскохозяйственного производства. На данный момент действующая система государственной поддержки в Казахстане реализуется не совсем эффективно, и требуются коррективы для дальнейшего роста уровня производства продукции АПК.

Развитие АПК РК должно быть направлено на обеспечение населения страны высококачественным отечественным продовольствием и наращивание экспорта продукции АПК, создание условий для повышения занятости и доходов сельского населения и устойчивого развития сельских территорий.

Для достижения поставленной цели необходим ускоренный рост производства всех видов продовольствия, позволяющей потреблять продукты питания населением страны на уровне продовольственной безопасности за счет собственного производства и повысить экспортный потенциал предприятий АПК республики.

Список литературы:

1. Ахметова К.А. Государственное регулирование аграрного сектора Казахстана. Проблемы агорынка. – Алматы, 2020. № 3.
2. Акимбекова Г.У. Приоритетные направления развития агропромышленного комплекса Казахстана. Проблемы агорынка. – Алматы, 2020. № 4.
3. Sigarev M.I. Public Financial Support for production of agricultural products in terms of the EAEU. News of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan. - Almaty, 2018. № 44.
4. Turekulova D.M. State regulation of management competitiveness of the agricultural sector in the Republic of Kazakhstan. Central Asian Economic Review. – Almaty, 2019. – No 2(125).

6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Битенова Багдат Сабитовна

*ассистент профессора кафедры История Казахстана и СПД
НАО Медицинский университет Караганды,
Республика Казахстан, г. Караганда*

THE ROLE OF DIGITALIZATION OF HEALTHCARE IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Bagdat Bitenova

*Assistant Professor of the Department of History of Kazakhstan and SPD
Non-state joint stock company Medical University of Karaganda,
Kazakhstan, Karaganda*

Аннотация. Данная статья рассматривает современное состояние развития цифровизации в здравоохранении Республики Казахстан. Изучаются направления, в которых осуществляется цифровизация.

Abstract. This article examines the current state of development of digitalization in healthcare in the Republic of Kazakhstan. The directions in which digitalization is carried out are being studied.

Ключевые слова: здравоохранение; модернизация; цифровизация.

Keywords: healthcare; modernization; digitalization

В настоящее время общество, желая того или нет, сталкивается с процессом информатизации. Процесс информатизации означает внедрение информационных и коммуникационных технологий во все сферы повседневной жизни граждан с целью повышения качества. Поэтому информатизация общества стала одной из основных целей большинства развитых и развивающихся стран. Интернет стал движущей силой информатизации. Благодаря интернету информационные и коммуникационные технологии начали использоваться для обеспечения связи и предоставления услуг в государственном управлении.

Республика Казахстан также выбрала направление развития через курс цифровизации.

Постановлением правительства Казахстана за № 827 от 12 декабря 2017 года утверждена Государственная программа «Цифровой Казахстан».

Основной миссией программы является повышение качества жизни жителей и конкурентоспособности экономики страны, за счет использования и развития цифровых технологий [1].

Сектор здравоохранения является одним из основных элементов, на заданном курсе цифровизации и находится на пороге радикальных изменений, которые будут влиять на каждый шаг пациента - от профилактического ухода, диагностики и лечения до управления данными пациентов.

Глава государства в Послании народу Казахстана отметил необходимость повысить доступность и эффективность медицинской помощи через интеграцию информационных систем, использование мобильных цифровых приложений, внедрение электронных паспортов здоровья и переход на "безбумажные" больницы [2].

С 2005 по 2015 год в республике был реализован бюджетный проект «Создание единой информационной системы здравоохранения».

Каждая страна стремится увеличить продолжительность жизни своих граждан. Это показатель благотворного развития любой нации. Для достижения большей продолжительности жизни необходимо проверять и улучшать качество медицинских услуг.

Здравоохранение во многих развитых странах сталкивается с проблемами дороговизны, неэффективностью процесса лечения и даже снижением уровня ухода за пациентами. Цифровизация может помочь решить эти проблемы в каждой части системы здравоохранения.

Некоторые считают, что цифровое преобразование и оцифровка являются ступенью для сокращения чрезмерных расходов на здравоохранение. На сегодняшний день крупные игроки в этой экосистеме здравоохранения настаивают на необходимости цифровой трансформации. Но успех этих усилий зависит от огромного охвата технологии оцифровки. Он должен достичь всех уголков страны.

Когда мы говорим о цифровой трансформации в секторе здравоохранения, действительно ли мы знаем, что это такое и как это помогает?

Цифровая трансформация - это не только покупка новых технологий и новейших инструментов, которые могут облегчить процесс медицинских процедур, но также это изменение операционного процесса в секторе здравоохранения, который делает его автоматизированным и эффективным.

Цифровая трансформация больше ориентирована на обработку информации. Если информация, собранная на современных цифровых

устройствах, может быть эффективно организована, ее можно структурировать, чтобы автоматизировать ответы на существующие и предстоящие проблемы со здоровьем.

Простое приобретение технологии не приведет к каким-либо результатам. Должен быть план о том, как мы будем использовать эту технологию для взаимодействия со всем процессом обновления здравоохранения.

В Республике Казахстан в 2017 году была разработана дорожная карта проекта «Цифровизация системы здравоохранения», которая предусматривает график для регионов I этапа пилотного проекта: перехода медицинских организаций пилотных регионов на ведение электронных форм и проведения информационно-разъяснительной работы по пилотному проекту.

В некоторых странах планирование по внедрению оцифровки в здравоохранение начало давать результаты. Если мы посмотрим на основные тенденции цифровой трансформации в секторе здравоохранения, у нас будет справедливое представление о ее будущем.

Первым направлением является создание информационного облака пациента. Данный процесс уже применяется в регионах Казахстана, например в Карагадинской области активно используется мобильное приложение «DamuMed», которое позволяет записаться на прием или вызвать врача на дом, посмотреть выписанные рецепты и результаты лабораторных исследований, скачивать больничные листы. Также в приложении есть функция «Тревожная кнопка», позволяющая родителям детей до 5 лет, беременным и пациентам по отдельным группам диспансерного наблюдения экстренно, в один клик, вызывать врача на дом.

Главное преимущество подобных приложений экономия времени врачей и пациентов. Приложение ускоряет процесс обращений и получения результатов, предоставляет пациентам необходимую медицинскую информацию в доступном виде, улучшает коммуникации между врачом и пациентом, помогает пациенту правильно выполнять назначения, а также напоминает ему о необходимых мероприятиях, касающихся его здоровья [3].

Благодаря информационному облаку бумажная волокита уходит в прошлое. Государственные и частные больницы будут хранить информацию о пациенте в облаке, доступ к которому будет конфиденциален. Также положительной стороной данного облака является круглосуточный доступ к своим медицинским записям и результатам анализов.

Вторым направлением цифровизации здравоохранения является телемедицина.

В Казахстане первый масштабный проект «Развитие телемедицины в сельском здравоохранении» стартовал в 2005 году. В ходе проекта медучреждения 11 областей Казахстана поэтапно объединяли в общую сеть — систему сообщающихся по каналам спутниковой связи телемедицинских модулей. Во время телемедицинского сеанса стало возможным передавать данные УЗИ и ЭКГ-обследований, рентгеновских снимков, различные лабораторные исследования, а также другую информацию о пациенте. В результате врач-консультант выставлял клинический диагноз, давал рекомендации по лечению, дополнительному обследованию, или приглашал на очное обследование, лечение, операцию. На сегодняшний день в 204 медицинских организациях имеется необходимое оборудование для телемедицины [4].

С помощью телемедицины пациенты могут получать наилучшее медицинское обслуживание, если у них есть смартфон и высокоскоростное подключение к Интернету. Это экономит время и деньги как для врача, так и для пациента. Телемедицина получила огромный успех в области охраны психического здоровья. Пациенты, нуждающиеся в эмоциональной поддержке, находят быстрый доступ к терапевтам одним нажатием кнопки при значительно сниженной цене. Следующим направлением является искусственный интеллект. В цифровом мире главную роль играют данные. Манипулирование и сбор данных оказывают революционное воздействие во всех областях цифрового преобразования. Измеряя степень удовлетворенности клиентов и выявляя факторы риска для пациентов, искусственный интеллект доказывает свою ценность во всем мире [5].

Помимо того, что это полезно для пациентов, эти данные также полезны для прогнозирования текущих тенденций в области здравоохранения в любой части мира. Казахстан стал 16-ой страной в мире, которая будет внедрять у себя искусственный интеллект в сфере здравоохранения. Искусственный интеллект, внедряемый в Казахстане, планируется использовать для лечения онкозаболеваний. Следующие два направления или даже этапа цифровизации это ношение нательных гаджетов и использование роботов.

Непрерывное использование цифровых устройств, функции и возможности которых постоянно возрастают, оставят в прошлом физическое посещение магазинов и поликлиник, даже измерение артериального давления или веса. С помощью специальных функций смартфона можно будет сделать анализ крови, ЭКГ, фиксировать температуру тела и давление. Такие приложения подсказывают пациенту в какое время желательно проверить вес, сахар, уровень кислорода или пульс. Все данные будут фиксироваться в информационно облаке пациента, что

позволит минимизировать риск возникновения серьезных заболеваний, таких как сердечный инсульт, легочная недостаточность и т. д.

Конечно же самым зримым воплощением цифровизации в здравоохранении является использование роботов. Включение роботов здравоохранения в больницы является широко обсуждаемой и обсуждаемой концепцией в области цифровой трансформации здравоохранения. Это кажется не реальным, но по данным IDC, к 2019 году использование роботов увеличится на 50%. Эти роботы будут выполнять автоматизированные задачи доставки лекарств, продуктов питания и медицинских добавок. Одним из ярких примеров является Япония [6].

В отношении последних двух направлений цифровой трансформации, можно сказать, что они не могут быть внедрены без развития вышеперечисленных предшествующих направлений, и требуют, конечно же, не малых вложений финансовых и в человеческий капитал.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что трансформация в здравоохранении в сторону цифровизации будет выгодна не только для больниц, но и для пациентов. Данные преобразования, в будущем, позволят получить лучший и полный доступ к эффективному медицинскому обслуживанию по доступной цене.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана.- 31 января 2017 г., <http://www.akorda.kz>
2. Государственная программа «Цифровой Казахстан» 2017 года, <https://digitalkz.kz/ru/>
3. Alelyani T. et al. Research Challenges and Opportunities Towards a Holistic View of Telemedicine Systems: A Systematic Review //Enhanced Telemedicine and e-Health. – 2021. – С. 3-26.
4. Данияр Бейсембаев, 26.09.2018г., www.nur.kz
5. F. Jiang, Y. Jiang, H. Zhi, et al. Artificial intelligence in healthcare: past, present and future Stroke Vasc Neuro, 2 (2017), pp. 230-243
6. <https://www.economist.com/business/2017/11/23/japan-is-embracing-nursing-care-robots>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

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

№ 5 (60)
Май 2022 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 26.05.22. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 3,125. 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