

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Экономика, финансы и менеджмент:
тенденции и перспективы развития**

Выпуск IX

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(10 октября 2022 г.)**

г. Волгоград

2022 г.

**Издатель Инновационный центр развития образования и науки
(ИЦРОН), г. Нижний Новгород**

УДК 33(06)

ББК 65я43

Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 9, г. Волгоград, – НН: ИЦРОН, 2022. 22с.

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Бескоровайна С.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бирюков В.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бобыль В.В. (г. Днепропетровск), д.э.н., профессор Богатая И.Н. (г.Ростов-на-Дону), д.э.н., профессор Булгучев М.Х. (г.Магас), к.э.н., доцент Викторова Т.С. (г. Вязьма), д.э.н., доцент Виноградова М.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Гафиуллина Л.Ф. (г. Казань), д.э.н., доцент Гонова О.В. (г. Иваново), к.э.н., доцент Гурфова С.А. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Дзюба А.В.(г.Комсомольск-на-Амуре), к.э.н. Дубровин С.А. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Евстафьева Е.М. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Емельянова Г.А. (г.Чебоксары), к.э.н. Желнова К.В. (г. Ижевск),к.э.н., доцент Иванова Н.В. (г. Шахты), к.э.н., доцент Калашников А.А. (г. Ставрополь), к.э.н., доцент Кошелева Т.Н. (г. Санкт-Петербург),к.э.н., доцент Крючкова Л.В. (г. Киров), к.э.н., доцент, профессор Курпаяниди К.И. (г. Фергана), д.э.н., профессор Макаров В.В. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцентМиролюбова А.А. (г. Иваново), к.э.н., доцент Мошкин И.В. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мызникова Т.Н. (г. Челябинск), к.э.н., доцент Мурзин А.Д. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Найденова М.В. (г. Саратов), к.э.н. Никитина А.А. (г. Кумертау), д.э.н., доцент Паштова Л.Г. (г. Москва), к.э.н., доцент Руденко М.Н. (г. Пермь), д.э.н., профессор Санталова М.С. (г. Воронеж), д.э.н., профессор Сембиева Л.М. (г. Нур-Султан),к.э.н., доцент Соболева С.Ю. (г. Волгоград), к.э.н., доцент Стрельников Е.В. (г.Екатеринбург), к.э.н., доцент Талалушкина Ю.Н.(г. Челябинск), к.э.н., доцент Терентьева О.Н. (г. Саратов), д.э.н., профессор Тинасилов М.Д. (г.Алматы), д.э.н., доцент Тугускина Г.Н. (г.Пенза), к.т.н., доцент Тытарь А.Д.(г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Уркумбаева А.Р.(г. Алматы), д.э.н., профессор Чернов В.А. (г. Нижний Новгород), к.ф-м.н., доцент Шматков Р. Н. (г. Новосибирск).

В сборнике научных трудов по итогам IX Международной научно-практической конференции «**Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития**» г. Волгоград, представлены научные статьи, тезисы, сообщения студентов, аспирантов, соискателей учёных степеней, научных сотрудников, ординаторов, докторантов, практикующих специалистов Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Статьи, принятые к публикации, размещаются в полнотекстовом формате на сайте eLIBRARY.RU.

© ИЦРОН, 2022 г.

© Коллектив авторов

Оглавление

| | |
|---|----|
| СЕКЦИЯ №1. | |
| ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01) | 5 |
| СЕКЦИЯ №2. | |
| ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05) | 5 |
| НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ АУТСОРСИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ | |
| Качкова П.Д. | 5 |
| СЕКЦИЯ №3. | |
| ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10) | 8 |
| СЕКЦИЯ №4. | |
| БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12) | 8 |
| АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА НА ПРИМЕРЕ АО РАЗДОЛЬНОЕ РУССКО-ПОЛЯНСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ | |
| Кузнецова В.В, Мизамов А.К. | 8 |
| СЕКЦИЯ №5. | |
| МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13) | 11 |
| СЕКЦИЯ №6. | |
| МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14) | 11 |
| СЕКЦИЯ №7. | |
| БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО | 12 |
| СЕКЦИЯ №8. | |
| ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ | 12 |
| РАЗВИТИЕ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА В КАЧЕСТВЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ УСЛУГ | |
| Перешивко Г.А. | 12 |
| СЕКЦИЯ №9. | |
| ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ | 15 |
| СЕКЦИЯ №10. | |
| МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ | 15 |
| СЕКЦИЯ №11. | |
| МАРКЕТИНГ | 15 |
| СЕКЦИЯ №12. | |
| PR И РЕКЛАМА | 15 |

| | |
|--|----|
| ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ МЕДИАПРОЕКТАМИ | |
| Чикаревский В.С. | 15 |
| СЕКЦИЯ №13. | |
| ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ | 17 |
| СЕКЦИЯ №14. | |
| ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ | 18 |
| СЕКЦИЯ №15. | |
| ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ | 18 |
| СЕКЦИЯ №16. | |
| СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ | 18 |
| СЕКЦИЯ №17. | |
| ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ | 18 |
| СЕКЦИЯ №18. | |
| ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА | 18 |
| СЕКЦИЯ №19. | |
| УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА | 18 |
| СЕКЦИЯ №20. | |
| ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА | 18 |
| СЕКЦИЯ №21. | |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ | 18 |
| СЕКЦИЯ №22. | |
| ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ | 18 |
| СЕКЦИЯ №23. | |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ | 18 |
| СЕКЦИЯ №24. | |
| ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ | 18 |
| ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2022 ГОД | 19 |

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ АУТСОРСИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Качкова П.Д.

Государственный Университет Управления, Москва

В переводе с английского термин outsourcing означает «внешний источник». Данный вид услуг подразумевает передачу определенных видов функций узкопрофильным специалистам из другой компании. Принято выделять два участника: заказчик: - тот, кто передает вспомогательные процессы на обслуживание. Это могут быть компании, ИП или государство. Аутсорсер/провайдер: тот, кто берет на себя ответственность за исполнения данных функций. Как правило, компании передают процессы, которые являются непрофильными (бухгалтерия, реклама, транспортные услуги, ведение кадрового учета, информационные услуги и т.д.). Заказчику выгодно пользоваться услугами аутсорсинга, так как:

1. Получает результат от бизнес-процессов без управления ими.
2. Может привлечь компетентных специалистов, оплата работы которых будет намного выгоднее, чем содержать данного сотрудника в штате.
3. Минимизирует споры и разногласия с персоналом.
4. Исключает проблемы с государственными службами. Проверка персонала никак не затрагивает компанию: сотрудники официального оформлены в другой организации.
5. Универсальность услуги. Под внешнее управление могут быть переданы любые непрофильные функции.

На основании вышеуказанного услуги аутсорсинга являются эффективными и широко применяются в различных сферах бизнеса, так как ни одна компания не обладает полным набором знаний, навыков и внутренних возможностей для поддержания конкурентоспособности во всех видах своей основной и вспомогательной деятельности [1]. В таблице 1 рассмотрены основные научно-теоретические подходы к определению понятия «аутсорсинг».

Таблица 1 - Основные научно-теоретические подходы к определению сущности понятия «аутсорсинг»

| Определение понятия | Источник | Сфера использования |
|---|--|---------------------|
| Аутсорсинг – это обусловленное договором использование материальных средств, имущества и знаний третьего лица с гарантированным уровнем их качества, гибкости и ценности стоимостных критериев и оценок для представления услуг, ранее оказываемых внутренними силами компании [1]. | Р. Морган, руководитель по связям с клиентами в одной из ведущих американских компаний | Менеджмент |

| | | |
|---|-------------------------------|-------------------------------|
| Аутсорсинг – это использование внешних поставщиков услуг для эффективного предоставления бизнес-процессов, прикладных услуг и инфраструктурных решений с поддержкой ИТ для достижения бизнес-результатов [2]. | Gartner Glossary | ИТ-менеджмент |
| Аутсорсинг – это передача части задач компании сторонней организации, которая профессионально оказывает необходимые услуги [2]. | ООО «Автоспецуслуги» | Логистика, транспорт |
| Аутсорсинг – это экономическая категория, охватывающая передачу сторонним организациям непрофильных бизнес-процессов [3]. | «Труд. Общественное движение» | Юриспруденция, трудовое право |

Проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод, что действительно, нельзя не согласиться с тем, что каждым автором представлено свое понимание аутсорсинга. Стоит отметить определения аутсорсинга, которые дает Б.А. Аникин. В общей сумме своих работ автор привел 14 определений данного термина. Приведем некоторые из них:

1. «отказ от собственного бизнес-процесса и приобретение услуг по реализации этого бизнес-процесса у других организаций».
2. «использование услуг сторонних компаний для выполнения своих задач».

Подводя итог произведенного анализа, можно сделать вывод об отсутствии единого определения аутсорсинга. Авторами были даны определения с учетом сферы деятельности. Этот факт дает возможность сделать вывод:

1. Единого определения понятия аутсорсинга на данный момент нет.
2. Определение зависит от сферы деятельности.

Следует учитывать, что все определения объединяет передача бизнес-процессов от компании-заказчика к компании-исполнителю. Но стоит учесть, что большое количество определений позволяет сделать вывод об актуальности темы и позволяет исследователю проанализировать данный вопрос в различных сферах использования.

Для обеспечения конкурентоспособности следует внедрять цифровые решения. Автор полагает, что использование цифровизации может способствовать преодолению кризиса и нестабильности в наше время. В таблице 2 рассмотрены основные научно-теоретические подходы к определению понятия «цифровизация».

Таблица 2 – Основные научно-теоретические подходы к определению сущности понятия «цифровизация»

| Определение понятия | Источник | Сфера использования |
|---|-------------------------|---------------------|
| Цифровизация – это использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей для получения доходов и создания ценности [6]. | Gartner Glossary | Менеджмент |
| Цифровизация — это глубокое | Журнал «Логика бизнеса» | Менеджмент |

| | | |
|---|-----|---------------|
| внедрение в бизнес-процессы современных информационных технологий, позволяющее вывести организацию на следующий уровень развития [7]. | | |
| Цифровизация – интеграция цифровых технологий в существующие бизнес-процессы [8]. | Sap | IT-менеджмент |

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод о том, что отсутствует общее определение цифровизации. В данном исследовании автор будет опираться на определение журнала «Логика бизнеса».

Процесс внедрения цифровых технологий сегодня является ключевой тенденцией бизнеса [9]. Он способствует повышению эффективности, скорости и качества работы, снижению затрат, увеличению производительности оборудования. Стоит отметить, что все цифровые изменения проникают в каждый аспект компании, вследствие этого меняется ее бизнес-модель. При этом стоит учитывать, что изменение бизнес-модели с помощью цифровых технологий способствуют не только техническим изменениям, но и культурным. Компаниям приходится менять свои принципы, чтобы эффективнее использовать все ресурсы в новой действительности. Автор считает, что данный вопрос может быть рассмотрен в последующих научных работах.

Для обеспечения корреляции аутсорсинга и цифровизации надо выделить основные моменты, подходы, которые следует учитывать:

1. Использование цифровых технологий по внедрению, передаче и хранению информации при обслуживании клиента.
2. Соблюдение стандартов информационной безопасности при работе с клиентами. Стоит отметить, что аутсорсинговым компаниям стоит совершенствовать процессы отдела по информационной безопасности, так как могут появляться новые технологии по нанесению ущерба не только компании-исполнителю, но и клиенту (утечка персональных данных, кибератаки и т.д.).
3. Создание информационных платформ для получения комплекса услуг в онлайн формате.
4. Создание экосистемы.

В связи с тем, что нет конкретного определения аутсорсинга через призму цифровизации, автор предлагает внедрить термин – цифровой аутсорсинг. Это передача вспомогательного функционала по обеспечению информационно-технологической поддержки деятельности организации третьи лица в целях повышения эффективности работы головной организации в условиях цифровой экономики.

Подводя итог проведенного исследования, автор делает следующие выводы:

1. Выделены и проанализированы определения аутсорсинга и цифровизации.
2. Произведен анализ дефиниций, выделена актуального рассматривания данного вопроса.
3. Представлено определение и подходы к пониманию сущности цифрового аутсорсинга.

Для сохранения лидирующих позиций аутсорсинговым компаниям необходимо постоянно совершенствовать технологии производства, методы управления, искать инновационные решения, необходимо разрабатывать и применять целый комплекс мероприятий для повышения качества продукции, уровня обслуживания клиентов, скорости решения проблем. Все критерии могут быть оптимизированы с помощью использования цифровых технологий. Взаимодействие аутсорсинга и цифровизации позволяет создать новую концепцию бизнеса, которая позволит вывести на новый уровень не только отдельную компанию, но и отрасль в целом.

Список литературы

1. Сидоренко К.В. Что такое аутсорсинг? Виды и формы [Электронный ресурс] / Сидоренко К.В. – Режим доступа: <https://xn----dtbhaacat8bfloi8h.xn--p1ai/out-source> - (Дата обращения: 16.06.2022)
2. Рудая И.Л. Развитие понятийного аппарата методологии аутсорсинга / Рудая И.Л. - Вестник СамГУ № 5/2 (64). 2008. С. 138
3. Курбанов А.Х. Аутсорсинг: история, методология, практика: Монография / Курбанов А.Х. – Москва. НИЦ ИНФРА-М, 2017, с. 112
4. Власова Л.Г. Российский ИТ-аутсорсинг: предложение поспевают за спросом [Электронный ресурс] / Власова Л.Г. // - Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/188455> - (Дата обращения: 20.07.2022).
5. Полев В.А. Суть процесса [Электронный ресурс] / Полев В.А. // Режим доступа: <https://blogic.ru/blog/chto-takoe-tsifrovizatsiya-predpriyatiya/> - (Дата обращения: 21.07.2022)
6. Игнатов Б.М. Что такое цифровая трансформация [Электронный ресурс] / Игнатов Б.М. // Режим доступа: <https://www.sap.com/cis/insights/what-is-digital-transformation.html>- (Дата обращения: 15.08.2022)
7. Разумовская Г.В. Цифровизация [Электронный ресурс] /Разумовская Г.В. // Режим доступа: <https://www.bigdataschool.ru/wiki> - (Дата обращения: 15.08.2022)
8. Черкасова В.А., Слепушнко Г.А. Влияние цифровизации бизнеса на финансовые показатели российских компаний / Черкасова В.А., Слепушнко Г.А. // Школа финансов НИУ «Высшая школа экономики» - Финансы: теория и практика. Москва, 2021. Вып. 25(2) - с. 128-142.
9. Петрова С.Р. Цифровизация промышленности [Электронный ресурс] / Петрова С.Р. // Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> - (Дата обращения: 20.08.2022)
10. Карамзина Л.С. Цифровизация [Электронный ресурс] / Карамзина Л.С. // Режим доступа: <http://www.fidp.ru/research/digital> - (Дата обращения: 21.08.2022)

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА НА ПРИМЕРЕ АО РАЗДОЛЬНОЕ РУССКО-ПОЛЯНСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Кузнецова В.В, Мизамов А.К.

(доцент ,кандидат экономических наук Кузнецова Виктория Викторовна,студент Мизамов Алик Камалевич)

Омский Государственный Аграрный Университет им.П.А.Столыпина.г.Омск

Важнейшим элементом баланса является актив, который отражает совокупность имущественных средств хозяйствующей единицы. В международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) активы трактуются более широко — это ресурсы, контролируемые предприятием, получаемые в результате событий прошлых периодов, от которых предприятие ожидает экономических выгод в будущем [1].

Финансовая устойчивость предприятия отражает степень обеспеченности запасов и затрат источниками формирования и уровень независимости от заемных средств [2].

Платежеспособность организации определяется ее возможностью и способностью своевременно погашать свои внешние обязательства. Следовательно, предприятие считается платежеспособным, если сумма оборотных активов (запасов, денежных средств, дебиторской задолженности и других активов) больше или равна его внешней задолженности (обязательствам) [1].

Ликвидность денежных потоков организации — анализ динамики коэффициента ликвидности денежных потоков в разрезе отдельных интервалов рассматриваемого периода [3].

Проведем анализ бухгалтерского баланса методом анализа ликвидности баланса на примере предприятия АО Раздольное Русско-Полянского района Омской области

Предприятие АО Раздольное занимается выращиванием зерновых и зернобобовых культур, также выращиванием технических культур, деятельностью прочего сухопутного, автомобильного и грузового транспорта.

Таблица 1-Бухгалтерский баланс АО Раздольное Русско-Полянского района Омской области за 2018-2020 гг.. тыс. руб.

| Наименование показателя | На 31 декабря 2018 года | На 31 декабря 2019 года | На 31 декабря 2020 года |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> |
| АКТИВ | | | |
| I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | |
| Нематериальные активы | - | - | - |
| Результаты исследований и разработок | - | - | - |
| Нематериальные поисковые активы | - | - | - |
| Материальные поисковые активы | - | - | - |
| Основные средства | 159 501 | 164 692 | 228 989 |
| Доходные вложения в материальные ценности | - | - | - |
| Финансовые вложения | - | - | - |
| Отложенные налоговые активы | - | - | - |
| Прочие внеоборотные активы | - | - | - |
| ИТОГО по разделу I | 159 501 | 164 692 | 228 989 |
| II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | |
| Запасы | 194 290 | 286 355 | 315 298 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 8 333 | 14 646 | 9 024 |
| Дебиторская задолженность | 26 176 | 40 509 | 27 681 |
| Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 80 264 | - | 109 422 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 3 307 | 99 | 6 |
| Прочие оборотные активы | - | - | - |
| ИТОГО по разделу II | 312 370 | 341 609 | 461 431 |
| БАЛАНС | 471 871 | 506 301 | 690 420 |

| Наименование показателя | На 31 декабря 2018 года | На 31 декабря 2019 года | На 31 декабря 2020 года |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| ПАССИВ | | | |
| III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | | |
| Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)**** | 10 | 10 | 10 |
| Собственные акции, выкупленные у акционеров***** | - | - | - |
| Переоценка внеоборотных активов | - | - | - |
| Добавочный капитал (без переоценки)***** | - | - | - |
| Резервный капитал***** | - | - | - |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)***** | 293 016 | 362 052 | 465 827 |
| ИТОГО по разделу III | 293 026 | 362 062 | 465 837 |
| IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | |
| Заемные средства | 40 791 | 34 074 | 74 114 |
| Отложенные налоговые обязательства | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - |
| ИТОГО по разделу IV | 40 791 | 34 074 | 74 114 |
| V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | |
| Заемные средства | 112 210 | 91 823 | 129 706 |
| Кредиторская задолженность | 25 844 | 18 342 | 20 763 |
| Доходы будущих периодов | - | - | - |
| Оценочные обязательства | - | - | - |
| Прочие обязательства | - | - | - |
| ИТОГО по разделу V | 138 054 | 110 165 | 150 469 |
| БАЛАНС | 471 871 | 506 301 | 690 420 |

В бухгалтерском балансе активы предприятия расположены в порядке убывания ликвидности. Их можно разделить на следующие группы:

A1. Высоколиквидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения)

A2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная дебиторская задолженность, т.е. задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)

A3. Медленно реализуемые активы (прочие, не упомянутые выше, оборотные активы)

A4. Труднореализуемые активы (все внеоборотные активы)

Пассивы баланса по степени возрастания сроков погашения обязательств группируются следующим образом:

П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства, к которым относится текущая кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками, персоналом, бюджетом и т.п.)

П2. Среднесрочные обязательства (краткосрочные кредиты и займы, резервы предстоящих расходов, прочие краткосрочные обязательства)

П3. Долгосрочные обязательства (раздела IV баланса "Долгосрочные пассивы")

П4. Постоянные пассивы (собственный капитал организации).

Рассчитаем ликвидность в 2018 году. $A1=80264+3307=83571, A2=26176, A3=194290, A4=159501, П1=25844, П2=40791, П4=10+293016=293026$ тыс. руб. 112210, $П3=$

Рассчитаем ликвидность в 2019 году. $A1=99, A2=40509, A3=286355, A4=164692, П1=18342, П2=91823, П3=34074, П4=10+362052=362062$ тыс. руб.

Рассчитаем ликвидность в 2020 году. $A1=109422+6=109428, A2=27681, A3=315298, A4=228989, П1=20763, П2=129706, П3=74114, П4=10+465827=465837$ тыс. руб.

В 2018 году $A1 > П1, A2 < П2, A3 > П3, A4 < П4$

В 2019 году $A1 < П1, A2 < П2, A3 > П3, A4 < П4$

В 2020 году $A1 > П1, A2 < П2, A3 < П3, A4 < П4$

Таким образом нами был проведен анализ ликвидности бухгалтерского баланса предприятия АО “Раздольное”.

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что в течение 2018-2020 гг. баланс предприятия не являлся абсолютно ликвидным, так как второе неравенство не выполняется, то есть быстрореализуемые не превышают внешние обязательства предприятия. Это означает, что минимальное условие его финансовой устойчивости не соблюдается и предприятие является частично платежеспособным, так как предприятие испытывает недостаток в наиболее ликвидных активах.

Список литературы

1. Экономика фирмы (организации, предприятия): учебник / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Т.Г. Попадюк, проф. Б.Н. Чернышева. — 2-е изд. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 296 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0294-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/992047> – Дата обращения: 16.06.2022
2. Экономика предприятия (организации, фирмы): учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.] ; под ред. О.В. Девяткина, А.В. Быстрова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 777 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_594d2cb99ad737.28899881. - ISBN 978-5-16-012823-8. - Текст: электронный. URL: <https://znanium.com/catalog/document?pid=1070322> – Дата обращения: 16.06.2022
3. Маевская, Е. Б. Экономика организации: учебник / Е.Б. Маевская. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 351 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). www.dx.doi.org/10.12737/19026. - ISBN 978-5-16-104822-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044367> - Дата обращения: 16.06.2022

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

РАЗВИТИЕ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА В КАЧЕСТВЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ УСЛУГ

Перешивко Г.А.

Государственный Университет Управления, г. Москва

Эволюция конкуренции воплощается в трансформации условий, характера и свойств конкуренции в результате того, что совершенствуются технологии, появляются новые тенденции, изменяются подходы и принципы ведения бизнеса. Определяющую роль в этом процессе играет конкуренция компаний за потребителей и рынки сбыта.

В настоящее время конкуренция основывается на инновационных подходах внешних и внутренних процессах организации, что позволяет обеспечивать наиболее эффективное распределение ресурсов и наиболее продуктивное их использование.

В основе конкурентоспособности находятся соответствующие конкурентные преимущества – сильные стороны, которые обеспечивают превосходство компании на рынке. Эволюция конкуренции оказала воздействие на изменение не только характера конкуренции, но и на подходы к формированию конкурентных преимуществ и их источников. Обращаясь к хронологическому развитию конкуренции, можно отметить, что социально-экономические факторы влияют на формирование конкурентных преимуществ производителей услуг.

Проблема конкурентоспособности носит универсальный, всемирный характер. В условиях нарастающего воздействия научно-технической революции и ИТ-технологий организации вынуждены трансформировать свои бизнес-процессы, оптимизировать, оцифровывать и интегрировать в свою деятельность с целью сохранения или улучшения своих конкурентных позиций на рынке. Для того чтобы обеспечить выживаемость своего предприятия/организации требуется применять новые управленческие подходы, внедрять цифровые технологии, одновременно улучшать качество предоставляемых услуг и скорость обработки информации и работы с клиентами, в этом случае компания все чаще используют комплексный подход в обслуживании клиентов, тем самым порождают и являются предпосылками к формированию инновационных бизнес-систем. глобальные проблемы.

Сейчас очень сложно представить нашу жизнь без современных технологий: различные дивайсы, Интернет, цифровые платформы и приложения. Сейчас компаниям довольно сложно быть конкурентоспособными и удержать свои позиции на рынке без применения диджитал-технологий в своей деятельности.

Бизнес напрямую зависит от экономической среды и тенденций времени. Любой бизнес создается с целью удовлетворение потребностей клиентов или решение проблем потребителей. В любом случае, результатом любой коммерческой деятельности должно быть получение прибыли. Исходя из этого, менеджеры,

предприниматели и руководители ищут различные пути для увеличения доходов и оптимизации процессов. Учитывая данные аспекты, а также, вызовы времени, бизнес претерпевает определенные изменения, тем самым, принимая новую конфигурацию. Все больше внимания уделяется издержкам, их оптимизации. Отсюда и возрождаются такие явления, как бережливое производство, эффекты экономии на масштабах, стратегии оптимальных издержек, диджитал-стратегия, экосистемы.

Технологические компании, стоящие за экосистемными решениями в рамках борьбы за долю рынка и потребительскую лояльность, коренным образом изменили подходы к бизнесу и создали новый вызов для всех игроков рынка.

В условиях высокой турбулентности бизнеса конкурентные преимущества компаний могут быть основаны на коллаборации с использованием общих ресурсов, знаний, сетевых эффектов и институциональных условий.

Сфера услуг занимает существенную долю как мирового, так и внутреннего российского рынка. Поэтому вопросы, касающиеся формирования сферы услуг, взаимодействие участников рынка, конкуренция игроков, а также способы и методы долгосрочного существования производителей услуг на рынке занимают важное место в изучении экономических наук.

Сформулированная тенденцией экономического развития рыночная концепция, согласно которой положение компании на рынке рассматривается на основе её конкурентных преимуществ, нашла отражение в работах многих экономистов-исследователей. Соответствуя новым вызовам времени, компании вынуждены трансформироваться и адаптироваться под внешние условия.

В эпоху активного развития технологий и внедрения их во все сферы жизни бизнес также претерпевает изменения. С каждым днём растёт количество компаний, которые стараются использовать современные технологии в своей работе, меняя подходы и модели организации. Сегодня одним из важных факторов успеха является время. В результате быстрых изменений технологических укладов, темпов жизни компании стараются «идти в ногу со временем» и максимально быстро удовлетворять потребности своих клиентов. Поэтому применение цифровых технологий помогает бизнесу не только оптимизировать процессы, повышать эффективность, скорость и качество обслуживания клиентов, но и выживать в высококонкурентной среде.

Одним из таких современных подходов в бизнесе является экосистемный подход. Предпосылками появления данного подхода в построении бизнес-моделей современного бизнеса являются не только максимизация прибыли компаний, но и более качественное комплексное обслуживание потребителей и удовлетворение потребностей рынка. В этом случае у компаний появляется больше возможностей на основе инноваций. В России яркими примерами цифровых экосистем являются компании Сбер и Яндекс. Экосистемный подход позволяет рассматривать компании как часть бизнес-системы, относящейся к нескольким отраслям.

Инновационная платформа является центральным ядром любой экосистемы, способствующая объединить вокруг себя сети, ресурсы, партнерства, решения, продукты и услуги. Отличительными особенностями экосистемного подхода являются: фокусировка на интегрированных решениях, инновационность, скорость вывода продукта на рынок, высокоадаптивные сети, межотраслевое взаимодействие с акцентом на интеллектуальную собственность, развитие новых форм сотрудничества, продолжительное и совместное создание ценности для всех участников экосистемы.

Учитывая все аспекты экосистемного подхода в построении бизнеса, можно рассматривать его в качестве конкурентного преимущества для компании. Внедряя экосистемный подход в свою организацию следует отметить три основных положения:

1. Основной бизнес, который является ядром экосистемы, с которым связаны все остальные сервисы компании.
2. Развитые интеграционные и координационные механизмы между бизнесами в экосистеме, которые дают динамичные рост компании.
3. Экосистемное мышление руководителей, которое ориентировано на партнерских отношениях, agile-командах, вертикальных и горизонтальных коммуникациях.

Конкурирующие экосистемы могут одновременно сотрудничать и соперничать, тем самым не делят рынок, а увеличивают его. Экосистема – это подход, за которым будущее, с помощью которого возможно покрытие максимального количества различного спектра потребностей клиентов. На сегодняшний день еще многие компании работают самостоятельно, концентрируясь и ограничиваясь собственными клиентами и ресурсами, но организации, которые уже внедрили в свою организацию экосистемный подход повышают свои шансы на долгосрочное устойчивое развитие, стабильный рост и удержание позиций рынка, а также привлечения высококвалифицированных сотрудников. В данном случае компания перестает заикливаться на продуктовой линейке, а основной фокус приходится на выстраивание единого клиентского пути, что повышает лояльность потребителей. Помимо этого, важно отметить, что экосистемы обладают существенными преимуществами в построении качественного клиентского опыта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина – Ульяновск: УлГТУ, 2018.– 259с.
2. Антонов, Г.Д., Иванова, В.М., Тумин, В.М. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий: учебное пособие — М.: ИНФРА-М, 2016. – 347 с.
3. Артёмова, С.А. Основы теории конкурентоспособности: учебное пособие. М.: КНОРУС. – 2016. - 249 с.
4. Белоусова, Д.С. Понятие и сущность конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность / Д.С. Белоусова// *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире.* – 2016. № 15–2.– С.72–76.
5. Березов, Н. И. Конкуренция в экономике / А. И. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – 768 с.
6. Моazed, А. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели / А. Моazed, Н. Джонсон. – Москва: Альпина Пабlishер. 2018.
7. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования // Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни [Электронный ресурс]. URL: https://eup.sgu.ru/sites/eup.sgu.ru/files/2021/03/ekonomika_2021_1_1822.pdf?ysclid=l0r2oerxmg (дата обращения: 25.09.2022).
8. Введение в теорию конкурентоспособности // Эволюция взглядов о конкурентоспособности [Электронный ресурс]. URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F6469011/2.Lekcii.pdf> (дата обращения: 26.09.2022).
9. Оценка конкурентоспособности предприятий // Эволюция взглядов о конкурентоспособности [Электронный ресурс]. URL: https://elib.utmn.ru/jspui/bitstream/ru-tsu/4446/1/AlekseevaAD_2019.pdf (дата обращения: 25.09.2022).
10. Что такое бизнес-экосистемы и зачем они нужны // РБК Тренды [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6087e5899a7947ed35fdbbf3> (дата обращения: 27.09.2022).

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

СЕКЦИЯ №11.

МАРКЕТИНГ

СЕКЦИЯ №12.

PR И РЕКЛАМА

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ МЕДИАПРОЕКТАМИ

Чикаревский В.С.

Государственный университет управления, г.Москва

Медийные проекты уже давно включают в себя не только новостные проекты в журналистике, но и широкий спектр проектов в Web 3.0, начиная от фото- и видео-контента, заканчивая рекламными компаниями и интерактивными проектами. Медиа, это не только индустрия развлечений – это сложный многоуровневый механизм, использующий разнообразные методы и инструменты, побуждающий людей к тем или иным действиям. Для правильной работы этого механизма необходимы соответствующие компетенции и квалифицированные специалисты, которые будут управлять процессами, учитывая не только визуальные и эстетические требования, но и уделяющие особенное внимание деталям используемых технологий. Все эти элементы объединены между собой спецификой медиапроектов, которые будут рассмотрены в этой статье.

1. Спецификация, время и деньги

Тремя основными компонентами любого проекта являются спецификация, отведенное время и доступные деньги. Вы хотите завершить проект в соответствии со спецификацией, в срок и в рамках бюджета. В условиях медиапроектов всегда стоит задумываться о том, что переработки – это процесс, которого невозможно избежать. Очень многое зависит не только от специалистов, работающих в вашей команде, но и от технических решений, с которыми они работают, и от внешних факторов – сфера медиа отличается высокой восприимчивостью ко времени и событиям, в которых происходит разработка проекта. Это говорит само за себя, но очень важно подробно разобраться с тремя компонентами, прежде чем приступить к работе. Тогда вы точно знаете, и все остальные знают, чего вы пытаетесь достичь. Весь план вашего проекта основан на этом понимании.

Причина, по которой возникают вышеперечисленные проблемы, заключаются в том, что внешние факторы часто могут влиять на основные компоненты или договоренности после того, как проект уже запущен. Изменения могут происходить в спецификациях, сроках запуска финального продукта или уменьшении бюджета.

Менеджер проекта должен учитывать, что любое изменение спецификации, времени или бюджета может означать полное переосмысление медиапроекта.

2. Планирование

Важно понимать, что не смотря на нестабильность и быструю адаптивность медийной сферы, планирование проекта, учитывая ограничения кадровые или технические – это залог успеха. Процесс препродакшена (подготовки к проведению медийного проекта) – самое ценное время. Нужно удостовериться в получении полной картины проекта, прежде чем начать работу

3. Умение распределять рабочие потоки

Как было сказано ранее, проекты в медиа бывают разными по сложности и составности, поэтому на этапе планирования необходимо сразу определить технологии, с которыми менеджеру проекта придется работать для получения необходимого финального продукта. Рабочие потоки — это части работы, которые необходимо выполнить всей команде проекта. Они могут включать набор персонала, обучение, покупку оборудования и программного обеспечения, ввод в эксплуатацию проектных работ, написание технических спецификаций, разработку руководств или стандартов, аренду помещений, получение разрешений, бронирование поездок, исследование рынка, репетиции, печать, маркетинг, производство пилотных или прототипов, тестирование – все это должно быть расписано и разделено между членами команды проекта.

4: Документ плана проекта

После того, как рабочие потоки определены и созданы, необходимо записать все элементы в документ плана проекта. Это может быть большой лист бумаги, диаграмма Ганта, электронная таблица, таск-менеджер по выбору команды проекта или доска в вашем офисе, на данный момент не определен универсальный инструмент, который бы подошел каждой команде.

Сделайте это со всеми рабочими потоками. В частности, стоит определить зависимости: когда одна часть необходимой работы не может быть выполнена, пока не будет завершена другая. Некоторые процессы можно запараллелить, главное – определить максимально комфортный, но при этом оперативный план проекта, обязательно оставляя время на учет непредвиденных рисков.

5. Воздействие факторов неопределенности и риска

В любом медиапроекте важно предусмотреть небольшой резерв, чтобы учесть то, что неизбежно пойдет не так. Таким образом, необходимо предусмотреть в своем проекте запасы: больше времени, дополнительный бюджет и одна или несколько спецификаций, которые могут подождать до запуска, не оказывая существенного влияния на результат, если это необходимо.

6. Командная работа и сотрудничество

Команды медиапроектов отличаются разнообразием, в одном коллективе могут существовать, как и технические узконаправленные специалисты, так и креативные единицы. На этапе подготовки к проекту необходимо поделиться со всеми участниками команды планом проекта, чтобы они могли внести свои коррективы, дать более реалистичные сроки выполнения задач.

Успех работы команды зависит от того насколько менеджер проекта слушает, вовлекает и уважает их. Нужно быть уверенным в том, что все члены команды понимают свои задачи и стремятся к достижению поставленной цели.

7. Поддержка связи и прогресса в команде

Медиапроекты зачастую организуются на запараллеленных или зависимых работах. Члены команды проекта должны выполнять то, что от них ожидают, поэтому менеджер проекта всегда должен быть на связи с

командой и регулировать нагрузку между сотрудниками, потому что замедление на одном из этапов может привести к нарушению плана.

Работа менеджера проекта заключается в том, чтобы убедиться, что сроки соблюдены, и еженедельное собрание является жизненно важным контрольным пунктом. Должно быть ясно, как будет восполнено любое потерянное время. Но также важно убедиться, что члены проекта команды не переутомляются, потому что переработки в медиапроектах – это обыденное дело.

8. Тестирование

Любой медиапроект должен проходить тестирование внутри команды в разных условиях, это один из важнейших этапов работы над медиапроектом, особенно если работать с мультимедийными проектами, в которых взаимодействуют разные форматы медиа.

В идеале финальный продукт должен быть готов как минимум за пару недель до запуска, чтобы провести необходимые тесты. Как бы хорошо проект не был бы выполнен, тестирование обязательно вызовет проблемы, требующие решения. Поскольку тестирование — это последний этап перед запуском, оно больше всего страдает из-за задержек в начале планирования. Стоит не забывать о важности этого этапа, иначе финальный продукт может работать неверно.

9. Обучение

Медийные проекты отличаются своей уникальностью: с одной стороны, команда выполняет один и тот же функционал, но из-за различий в постановке задачи, каждый проект воспринимается как уникальный. После сдачи проекта необходимо провести встречи со всеми членами команды или руководителей подразделений, для определения слабых мест и повышения квалификации членов команды через обучение.

Не смотря на специфику и нестабильность медийных проектов, основными гарантами успеха для менеджера проектов в этой сфере являются правильное планирование, тесная работа с командой, понимание всех процессов, происходящих в рамках проекта и обучение членов команды на основе выполненных проектов. Руководитель в медиапроектах – это важный элемент команды, который регулирует все этапы работы и является специалистом во всех медиа-областях.

Список использованной литературы:

1. Суминова Т. Н. Арт-менеджмент. Теория и практика. Учебник. — М.: Академический проект: Трикта. 2020. 656 с.
2. Романова Ю. Д. Информационные технологии в менеджменте (управлении). Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2019. 478 с.
3. Зельдович Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии. Учебник для СПО. — М.: Юрайт. 2019. 294 с.
4. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2019. 198 с.
5. И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге, А.В. Полковников Управление проектами. - 6-е изд. - М.: Омега-Л, 2018. - 960 с
6. Том ДеМарко, Тимоти Листер Человеческий фактор. Успешные проекты и команды. . - 3-е издание изд. - Символ-Плюс, 2017. - 279 с.

СЕКЦИЯ №13.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СЕКЦИЯ №15.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №17.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

СЕКЦИЯ №18.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

СЕКЦИЯ №20.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

СЕКЦИЯ №21.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

СЕКЦИЯ №22.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

СЕКЦИЯ №23.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

СЕКЦИЯ №24.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2022 ГОД

Январь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях**», г. Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2022 г.

Февраль 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом**», г. Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2022 г.

Март 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения**», г. Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2022 г.

Апрель 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента**», г. Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2022 г.

Май 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире**», г. Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2022 г.

Июнь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Тенденции развития экономики и менеджмента**», г. Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2022 г.

Июль 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция «**Перспективы развития экономики и менеджмента**», г. Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2022 г.

Август 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция **«Экономика и менеджмент: от теории к практике»**, г. Ростов-на-Дону

Прием статей для публикации: до 1 августа 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2022 г.

Сентябрь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция **«Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента»**, г. Уфа

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2022 г.

Октябрь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция **«Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития»**, г. Волгоград

Прием статей для публикации: до 1 октября 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2022 г.

Ноябрь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция **«О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента»**, г. Красноярск

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2022 г.

Декабрь 2022 г.

IX Международная научно-практическая конференция **«Развитие экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Воронеж

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2022 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2023 г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Экономика и менеджмент»).

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Экономика, финансы и менеджмент:
тенденции и перспективы развития**

Выпуск IX

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(10 октября 2022 г.)**

г. Волгоград

2022 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Издатель Инновационный центр развития образования и науки (ИЦРОН),
603086, г. Нижний Новгород, ул. Мурашкинская, д. 7.

Подписано в печать 10.10.2022.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 1,75.
Тираж 250 экз. Заказ № 102.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.