

оценка системы внутреннего контроля была произведена на основе метода рейтинговых оценок и коэффициентного анализа.

Результаты исследования позволили разработать карту рисков САО «РЕСО-Гарантия», с помощью которой возможно наглядно определить потенциальные угрозы, что позволяет принимать меры для минимизации рисков и обеспечения финансовой стабильности, а также предложены рекомендации и алгоритм управления финансовыми рисками организации, осуществляющей страховую деятельность.

САО «РЕСО-Гарантия» необходимо разработать стратегию, которая будет учитывать все возможные виды рисков. Для снижения риска ликвидности и платежеспособности рекомендуется создать резервы за счет нераспределенной прибыли, удельная доля которой в балансе неоправданно высокая, и усовершенствовать систему перестрахования. Рыночный, валютный и инвестиционный риски требуют особого внимания – необходимо вовремя переключиться на «дружественные» валюты, выбрать инструменты с адекватной доходностью и осознанно формировать инвестиционный портфель.

Таким образом, управление финансовыми рисками является сложным процессом, требующим высокой квалификации и опыта. Для ведения успешной деятельности страховая организация должна правильно анализировать риски, разрабатывать соответствующие стратегии по их управлению и постоянно совершенствовать финансовые продукты. Все эти меры позволяют снизить влияние внешних факторов и обеспечить стабильное функционирование страховой компании в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1. Архипов, А. П. Страховой менеджмент : учебник для вузов / А. П. Архипов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 305 с.
2. Жарков, Ю. В., Стоцкая, И. В. Оценка и управление рисками в страховании. – М. : КНОРУС. – 2022. – С. 231–236.
3. Глотова, И. И., Томилина, Е. П., Максимова, Е. В. Современные методики оценки рисков страховых организаций. – Деловой журнал «КАНТ», Издательство : Ставролит – 2022 год.

УДК 338

ПРИЗНАКИ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Гусева Т. И., ст. преп.

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация*

Рынок молочных товаров имеет большие перспективы в развитии прибыльного производства, обязательным условием которого является наличие крупных капиталовложений и знаний в данной области. Рынок молочных изделий сегментирован, он открыт для новых предпринимателей и товаров. Большой спрос на молочную продукцию также испытывает население, кроме того продукция закупается различными фабриками, кондитерскими, ресторанами. Также предприниматели имеют доступ к самым передовым технологиям.

Таблица 1 – Признаки сегментирования

Признаки сегментирования	Сегменты (группы потребителей)	Профили сегментов (особенности проблем, запросов, поведения потребителей в сегменте)
Возраст	1. Дети (0–7)	Данный сегмент характеризуется несамостоятельностью в принятии решений. Потребители не имеют собственных денег, полностью зависят от родителей. Родители заставляют употреблять молочные продукты, потому что это полезно для здоровья

Признаки сегментирования	Сегменты (группы потребителей)	Профили сегментов (особенности проблем, запросов, поведения потребителей в сегменте)
Возраст	2. Дети школьного возраста (7–18 лет)	Могут не употреблять молочные продукты, потому что имеют собственное нежелание, и родители не могут противостоять
	3. Молодежь (18–35 лет)	Могут быть сторонниками здорового образа жизни (далее – ЗОЖ). Экономят, считая, что молочный продукт полезный и простой в применении и полезный для быстрого перекуса на работе, учебе
	4. Взрослые (35–55 лет)	Тщательно обдумывают покупки, следят за своим здоровьем и внешним видом
	5. Пожилые люди (от 55 лет)	Чувствительны к цене, внимательно относятся к своему здоровью
Место жительства	1. Сельская местность	Жители сельской местности реже приобретают молочные продукты, потому что большинство имеют свое домашнее хозяйство
	2. Городское население	Жители городов чаще всего приобретают молочные продукты, потому что не имеют собственного хозяйства и стремятся употреблять только натуральные продукты
Известность марки	1. Местная марка	Покупатели выбирают продукт определенной марки, потому что она является местной
	2. Равнодушные	Безразличны к производителю, выбирают то, что им попало под руку и соответствует потребностям в определенный момент
Семейное положение	1. Семейные	В основном начинают готовить для себя и для детей из молока различные блюда
	2. Холостые	Приобретают продукт и сразу употребляют (во время перекусов на работе или дома), чтобы экономить время

Таким образом, потребности потребителя к продукту постоянно меняются, что в дальнейшем требует от организации обновления ассортимента товаров. Новые технологии и инновации облегчают и ускоряют процесс производства нового ассортимента товаров.

УДК 339.1

НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Гусейнов Ю., докторант, Ахмедова М., к.т.н., доц.

*Азербайджанский технологический университет,
г. Гянджа, Азербайджанская Республика*

В условиях развития рыночных отношений весьма актуальна проблема разработки механизма регулирования социальной напряженности, приводящего к улучшению условий жизни населения. Социальная защита относится к таким специальным механизмам. Формирование социальной защиты определяется необходимостью разрешения важного конфликта между естественными потребностями и реальными возможностями каждого человека в целях обеспечения его личного благополучия. Для этого необходима разработка и масштабная реализация программ социальной защиты населения. Особое значение имеет значительное повышение социально-экономического статуса человека в обществе за счет применения экономических механизмов [1, 2].

Основными направлениями модернизации управления системой социальной защиты населения являются:

- создание инновационной системы социальной защиты населения путем применения новых социальных и информационных технологий в работе службы;
- развитие видов социального обслуживания населения в системе социального обслуживания на основе целевого программного управления;
- разработка долгосрочных стратегических социальных программ;
- интеграция системы управления социальной защитой населения в единую систему