

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Сборник статей по материалам
Всероссийской научно-практической конференции,
посвященной 105-летию Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации
(15 ноября 2023 г.)*

УДК 332.1
ББК 65.04
У81

Печатается по решению
Организационного комитета конференции

У81 Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования: сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Калуга, 15 ноября 2023 г.) / под редакцией В.А. Матчинова, И.Г. Моисеевой. – Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»). – 2024. – 548 с.
ISBN 978-5-907678-71-2

В сборник включены статьи по результатам работы Всероссийской научно-практической конференции «Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования», прошедшей на базе Калужского филиала Финуниверситета 15 ноября 2023 года.

Рассмотрены проблемы развития учетно-информационной системы в условиях санкций, роль маркетинговых технологий в современной экономике, цифровизации и математического моделирования в трансформации финансово-экономического образования, инноваций в финансово-экономическом образовании как драйвера устойчивого развития региона, проблемы и перспективы национальной стратегии повышения финансовой грамотности до 2030 года.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**УДК 332.1
ББК 65.04**

© Авторы, 2024
© Финуниверситет, 2024

ISBN 978-5-907678-71-2

СОДЕРЖАНИЕ

1. Современные проблемы и направления развития учетно-информационной системы в коммерческих организациях в условиях санкций	8
<i>Араратян А.А.</i> Оценка эффективности управления в деятельности организации	8
<i>Араратян А.А.</i> Управленческая панель компании	13
<i>Балмочных Д.М.</i> Финансирование субъектов малого и среднего бизнеса посредством крауд-технологий: проблемы и перспективы.....	17
<i>Дьякова Т.И.</i> Методы финансирования оборотного капитала предприятия в условиях санкций.....	22
<i>Ицков А.Ю., Макарь В.И.</i> Рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг в России	26
<i>Козлова К.И.</i> денежные потоки организации: сущность, классификация, показатели эффективности использования.....	30
<i>Кондаурова В.С.</i> Особенности обучения разновозрастного персонала организации	36
<i>Лизун Е.И.</i> Учетно-информационное обеспечение расчетов с покупателями в ООО «Праймтон».....	40
<i>Лобач Ю.В.</i> Финансовое планирование как способ оптимизации денежных потоков организации.....	49
<i>Лукьянченко М.С.</i> Пути повышения эффективности контроля дебиторской задолженности коммерческой организации.....	54
<i>Мардоян Ш.А.</i> Система стратегического управления компании	61
<i>Матвеева Д.А.</i> Управление дебиторской задолженностью как инструмент укрепления финансовой безопасности хозяйствующего субъекта	66
<i>Матюшкина Е.В.</i> Особенности проведения аудита коммерческих организаций в условиях санкций.....	70
<i>Моторнова А.В.</i> Экономика в России в условиях импортозамещения ...	76
<i>Муханов Р.М.</i> Практические аспекты бухгалтерского учета расчетов по налогам и сборам в коммерческой организации.....	81
<i>Муханов Р.М.</i> Порядок отражения фактов хозяйственной жизни по налогу на прибыль в бухгалтерской и налоговой отчетности ООО «БОНОЛИТ КАЛУГА»	89
<i>Петрова В.В.</i> Анализ возможностей экономики России в условиях санкционного давления	95
<i>Петрова К.Н.</i> Некоторые аспекты комплексного развития сельских поселений	100
<i>Пономарев С.В.</i> Моделирование процесса логистики организации	108
<i>Правосудова М.А.</i> Управление бизнес-процессами экономических субъектов в современных условиях.....	115

Пытина А.И. Трансформация бухгалтерского учета в России: введение ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация»	120
Савкина А.А. Особенности учета основных средств в торговых организациях	125
Савкина А.А. Санкционные риски как проблема современного предпринимательства: направления их минимизации	129
Сергутина К.М. Основные тенденции в развитии банковской сферы в 2023 году	134
Степанова В.А. Современные информационные технологии в учете: оценка эффективности внедрения	144
Столь С.А. Перспективы развития отечественных учетно-информационных систем в условиях санкций	150
Тарасова В.Р. Управление бизнес-процессами экономических субъектов в современных условиях	155
Царова К.В. Последствия введения санкций для российского бизнеса	163
Дидушенко К.А. Инновационные варианты использования долгосрочных источников финансирования	168
2. Роль маркетинговых технологий в современной экономике	174
Абрамов М.Э. CRM– технологии как фактор стратегического управления современной компании	174
Адарченко А.В. Использование маркетинговых технологий в современной экономике	181
Аксенов В.В. Роль маркетинговой стратегии в развитии организации в условиях современной экономики	190
Вильян А.В. Маркетинг на рубеже технологий: как современные инструменты преобразуют экономическую среду	197
Выборнов П.О., Мищенко Н.С. Инновационные маркетинговые стратегии в условиях цифровой трансформации бизнеса	203
Гуньков Я.В. Сочетание классических и современных маркетинговых технологий в развитие бизнеса	208
Ибадова Г.М., Якушкина Д.А. Перспективы развития гостиничного бизнеса в цифровой экономике	215
Кич А.В. Сущность и значение территориального брендинга	219
Кошелченкова Д.И. Экономическое поведение потребителя в 2022 году	225
Лучкина А.Д. Возрождение бренда «Москвич»: роль маркетинга в обновлении автомобильной марки	231
Меркулова М.А. Инновационные маркетинговые технологии: трансформация бизнеса в эпоху цифровой экономики	237
Нечаева А.М. Роль брендинга в успехе кондитерской фабрики «Хлебный Спас» на современном рынке: стратегии, инновации и вызовы	245

Петрова Г.В. Курс на импортозамещение: современное состояние и перспективы развития автомобильного рынка в РФ	253
Смык А.П. Роль бизнес-аналитики в обеспечении деловой активности организации	258
Филимонова А.А. Маркетинговая деятельность организаций с точки зрения различных теорий поколений	266
Чухрай А.А. Вопросы практического применения стратегии «голубых океанов» в условиях высокой конкурентной борьбы	271
Щеголева М.М. Клиентоориентированные решения в условиях цифровизации	277
Щеголева М.М. Современные подходы к применению искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности организации	283
 3. Цифровизация и математическое моделирование	
в трансформации финансово-экономического образования	290
Афанасьева А.В., Прихожалова У.В. Специфика моделирования экономических процессов в условиях цифровизации	290
Винокуров И.В. Использование ML-платформы LOGINOM для анализа данных	294
Гренкова А.В. Особенности проведения аудита с использованием компьютерных технологий	299
Давыдова А.В., Кузина Н.С. ESG-переход как фактор формирования нового вектора развития российских компаний	304
Демичева Е.А. Анализ влияния ряда факторов на индекс человеческого развития населения разных стран	312
Есипенко И.В. Визуализация функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов деятельности отдела продаж	318
Зозуля Д.С. Применение блокчейн-технологий в образовательном секторе Российской Федерации	322
Чухрай А.А., Ицков А.Ю. Эконометрический анализ влияния факторов на котировки акций российских компаний	326
Костенко А.В. Динамика ключевых индикаторов развития высшего образования и их влияние на трансформацию финансово-экономического образования	333
Лизун Е.И., Харитонова Е.А. Анализ динамики статистических показателей цифровизации высшего образования РФ	339
Метелева С.А. Интерактивное обучение как средство формирования профессиональных компетенций студентов в условиях цифровизации образования	345
Никаноркина Н.В. Подготовка будущих экономистов к использованию метода имитационного моделирования в профессиональной деятельности	349
Новикова А.С., Архипова О.А. Об использовании возможностей языка R и MS EXCEL для определения максимального потока в сети	355

Петрова К.Н. Эконометрическое моделирование рынка труда в условиях цифровых трансформаций	360
Сахарова Н.С. Нормативно-правовые документы в сфере цифровизации в трансформации финансово-экономического образования	369
Семенова Э.А., Цепкова С.М. Применение логистической регрессии в ML-платформе LOGINOM для расчета коэффициентов скоринговой карты	375
Семушкин Д.Ю. Тенденции цифровизации в России и мире: анализ и сравнение	380
Сериденко В.В. Необходимость анализа бизнес-процессов строительной компании для эффективности управления	388
Тараканов Д.В. Разработка учебного макета для практического обучения программированию на микроконтроллере ARDUINO UNO	395
 4. Инновации в финансово-экономическом образовании как драйвер устойчивого развития региона	401
Гуржева И.В. Создание образовательной системы школы с целью формирования финансовой грамотности школьников	401
Демичева Е.А. Перспективы внедрения ERP и облачных технологий в крупные производственные организации	408
Жирная О.В., Матчинова Н.В. Исследования снижения двигательной активности студентов	414
Жирная О.В., Матчинова Н.В. Бег – основа физической подготовки в аграрных вузах	418
Крутикова М.А. Особенности бюджетного финансирования корпораций в российской федерации	424
Курохтина Н.В., Андренко А.А. Занятость населения как драйвер роста рынка труда в российской федерации (на примере Тульского региона)	431
Лукьянченко М.С. Влияние иностранных санкций на экономику Калужской области: анализ, проблемы и пути их решения	438
Матчинов В.А. Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования	446
Титова А.А. Актуальность финансового образования в современном мире	450
Тумбулян И.Г. Развитие рынка труда в условиях цифровизации экономики	455
Филиппович Р.М. Анализ инновационной деятельности в калужской области	462
Шершук А.В. Особенности финансирования образования в Российской Федерации	469
Чистякова И.А., Ковалевский К.А. Использование бега по различным поверхностям в общеобразовательном процессе со студентами	474

5. Национальная стратегия повышения финансовой грамотности: проблемы и перспективы до 2030 года	478
<i>Аксенов В.В.</i> Проблемы финансовой кибербезопасности как одно из направлений повышения финансовой культуры современного человека	478
<i>Алешина Д.С., Богатов А.В.</i> Финансовые пирамиды, их современные формы и методы борьбы с ними	483
<i>Лаптев А.Е.</i> Маркетинговые технологии как фактор развития финансового рынка	490
<i>Лаптев А.Е.</i> Внебиржевые финансовые инструменты как способы повышения финансовой грамотности и инвестирования в эпоху глобальных вызовов	495
<i>Лизун Е.И.</i> Влияние санкций на развитие экономики России	501
<i>Литвинчук В.А.</i> Анализ формирования дерева целей при исследовании бизнес-процессов открытия самозанятости	507
<i>Моисеева И.Г.</i> Результаты и перспективы повышения финансовой грамотности населения до 2030 года	513
<i>Несонова Н.И.</i> Экономико-правовые аспекты преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях	517
<i>Олисько Д.Д.</i> Инновационные маркетинговые технологии и их влияние на экономику	521
<i>Сиденко М.С.</i> Перспективы формирования первичных финансово-экономических представлений дошкольников в рамках реализации стратегии повышения финансовой грамотности	525
<i>Тришина М.Д.</i> Гендерные различия в уровне сформированности цифровой финансовой грамотности у обучающихся школ калужской области	532
<i>Холкина Е.С.</i> Оценка состояния финансовой грамотности населения по итогам 2022 года	536
<i>Элоян А.В.</i> Анализ структуры и динамики налоговых и неналоговых доходов Калужской области за 2020–2022 года	542

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

УДК 338

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Араратян А.А. магистрант, 1 года обучения
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос оценки эффективности управления организацией на основе ряда финансовых показателей, в частности показателей рентабельности, динамики социальных расходов сотрудников компании, а также показателей, характеризующие систему обучения персонала.

Ключевые слова: эффективность управления, рентабельность, обучение персонала, социальные расходы.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

Araratyan A.A. Master's student, 1 year of study
Scientific supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics,
Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article considers the issue of assessing the effectiveness of the organization's management on the basis of a number of financial indicators, in particular, profitability indicators, the dynamics of social expenses of the company's employees, as well as indicators characterizing the personnel training system.

Keywords: management efficiency, profitability, staff training, social expenses.

Публичное акционерное общество «Вымпел-Коммуникации» (ПАО «ВымпелКом») специализируется на предоставлении услуг связи. ПАО «ВымпелКом» является одним из ведущих поставщиков услуг связи в России и осуществляет деятельность под брендом «Билайн». «Билайн» – один из наиболее известных брендов в России. ПАО «ВымпелКом» предоставляет интегрированные услуги мобильной и фиксированной (местной, внутризоновой, международной и междугородной) телефонной связи, телематики и передачи данных, в т.ч. доступа в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего и четвертого поколений. Среди клиентов и партнеров ПАО «ВымпелКом» – частные лица, малые, средние и крупные предприятия, транснациональные корпорации, операторы связи.

Эффективность управления организацией характеризуется такими показателями, как рентабельность продаж; рентабельность по чистой прибыли; рентабельность активов; рентабельность собственного капитала; производительность труда; коэффициент финансовой автономии; доля управленческих расходов в выручке.

Основные показатели, характеризующие эффективность управления ПАО «ВымпелКом», представлены в табл. 1:

Таблица 1. Основные показатели, характеризующие эффективность управления ПАО «ВымпелКом»

Показатель	2019	2020	2021	Темп прироста, %
1. Рентабельность продаж, %	19,75	13,24	8,64	-11,11
2. Рентабельность по чистой прибыли, %	5,94	7,83	1,05	-4,89
3. Рентабельность активов, %	4,55	5,13	0,68	-3,86
4. Рентабельность собственного капитала, %	28,62	32,66	5,05	-23,57
5. Производительность труда, млн. руб./чел.	11,64	11,78	11,77	0,13
6. Коэффициент финансовой автономии, ед.	0,16	0,16	0,14	-0,02
7. Доля управленческих расходов в выручке, %	15,42	16,60	18,86	3,44

Из табл. 1 наблюдается снижение большинства показателей, характеризующих эффективность управления в ПАО «ВымпелКом», на что указывает снижение рентабельности продаж на 11,11% (с 19,75% до 8,64%), снижение рентабельности по чистой прибыли на 4,89% (с 5,94% до 1,05%), снижение рентабельности активов на 3,86% (с 4,55% до 0,68%), снижение рентабельности собственного капитала на 23,57% (с 28,62% до 5,05%), снижение коэффициента финансовой автономии с 0,16 до 0,14 п. при нормативе, равном 0,5 п., а также рост управленческих расходов в выручке с 15,42% до 18,86%.

Показатель производительности труда в ПАО «ВымпелКом» вырос с 11,64 млн руб. до 11,77 млн руб., или на 0,13 млн руб./чел. Это обусловлено как снижением среднегодовой численности персонала, так и ростом средней заработной платы работников, увеличением социальных выплат сотрудникам.

ПАО «ВымпелКом» оказывает своим сотрудникам значительную социальную поддержку, предоставляя пакет социальных льгот, включающий: добровольное медицинское страхование (ДМС); страхование от несчастных случаев и страхование жизни; материальную помощь; подарки детям сотрудников к Новому году; различного рода компенсации, в том числе при переезде на новое место работы; льготное пользование телекоммуникационными услугами; частичную компенсацию оплаты листа нетрудоспособности. Кроме того, компания предоставляет сотрудникам единовременные компенсации расходов при переводе на новое место работы. Общий объем таких выплат в 2021 году составил 35,6 млн руб.

Динамика социальных расходов сотрудников компании ПАО «ВымпелКом» представлена в табл. 2:

Таблица 2. Динамика социальных расходов сотрудников компании ПАО «ВымпелКом»

Статья расходов, млн руб.	2019	2020	2021 факт	2021 план	2022 план	Темп роста 2021/2019, %
ДМС и страхование от несчастных случаев	332,9	367,6	407,5	497,2	570,1	122,41
Материальная помощь	49,9	53,3	60,0	61,0	50,0	120,24
Подарки детям сотрудников к Новому году	9,2	11,7	14,0	18,7	19,4	152,17
Итого	392,0	432,9	481,5	576,9	639,5	122,83
Итого в расчете на одного сотрудника, тыс. руб.	14,3	15,8	17,6	21,1	23,3	123,08

Из табл. 2 видно, что общий объем социальных инвестиций ПАО «ВымпелКом» в 2019–2021 гг. вырос на 22,83% и составил на конец 2021 г. 481,5 млн руб. При этом в расчете на одного сотрудника, работающего в компании объем социальных инвестиций вырос на 23,08%.

Минимальный размер оплаты труда в компании в 2021 году составил 20 900 руб., что в 1,6 раз выше минимального уровня заработной платы в России.

ПАО «ВымпелКом» декларирует, что эффективность – одна из ключевых ценностей команды Билайн. Компания использует систему постановки целей и оценки персонала (КПЭ), которая позволяет мотивировать сотрудников на повышение эффективности, а также реализуем обучающие программы и командные сессии, направленные на повышение эффективности работы и взаимодействия. Все сотрудники Билайн регулярно получают обратную связь о выполненной работе и консультации по профессиональному развитию.

Система мотивации компании включает материальную и нематериальную составляющие: выплата премий (месяц, квартал, год), предоставление социальных льгот, проведение конкурсов и акций с розыгрышем призов, проект нематериальной мотивации «СОТА». Важным событием корпоративного признания является конкурс BeelineAward, в ходе которого сотрудники билайн выбирают лучшее решение и команду года. В 2021 году на конкурс было подано более 3000 заявок, победителями стали 10 сотрудников в индивидуальных номинациях и 67 сотрудников в составе 4-х команд, запустившие успешные продукты и бизнес-процессы, которые повлияли на бизнес-эффективность или решение социальной задачи.

ПАО «ВымпелКом» уделяет большое внимание профессиональному и личностному росту сотрудников, предоставляя возможность прохождения фокусных программ обучения и разработки индивидуальных планов развития компетенций на протяжении всего карьерного пути в компании. В 2021 году компания продолжила практику проведения тренингов в дистанционном формате, что в том числе позволило сохранить высокую вовлеченность в образовательный процесс и сократить затраты на реализацию программ.

В 2021 году среднее количество часов обучения составило 64 часа. В 2021 году профессиональное обучение в билайн-университете прошли 13 тыс. сотрудников компании, реализация по заявкам на обучение составила 92%.

В табл. 3 представлены показатели, характеризующие систему обучения персонала в ПАО «ВымпелКом».

Таблица 3. Показатели, характеризующие систему обучения персонала в ПАО «ВымпелКом»

Показатель	2019	2020	2021	Темп роста, %
Затраты на обучение одного сотрудника в год, тыс. руб.	22,2	19,9	17,0	76,58
Общее количество часов, затраченных сотрудниками на обучение, в том числе	474297	604733	1962111	413,69
Среднегодовое количество часов обучения на одного сотрудника, в том числе	17	21	64	376,47
Среднегодовое количество часов дистанционного обучения на одного сотрудника	-	10	51	-
Среднегодовое количество часов очного обучения на одного сотрудника	17	11	13	76,47

Кроме обязательного и запланированного обучения у сотрудников компании есть возможность выбора дополнительных образовательных программ.

Таким образом, несмотря на увеличение инвестиций в инфраструктуру, компания показывает низкий уровень клиентского обслуживания, снижение объемов продаж телекоммуникационных услуг, неэффективное управление компанией, выражающееся в росте управленческих расходов при одновременном ухудшении финансовых результатов.

Библиографический список

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020. 375 с.
2. Никифорова Н.А. Стратегии, риски и их анализ в концепции устойчивого развития организации: монография / Никифорова Н.А. Москва: КноРус, 2021. 282 с.
3. Чагин Д.А., Губанова Е.В. Построение эффективного процесса подбора персонала для обеспечения развития компании // Человек. Социум. Общество. 2022. № 9. С. 107–111.
4. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2018. 320 с.
5. Губанова Е.В., Колесниченко Э.Л. Социальные функции бизнеса // Калужский экономический вестник. 2021. № 1. С. 25–29.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПАНЕЛЬ КОМПАНИИ

Араратян А.А. магистрант, 1 года обучения
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос формирования управленческой панели компании в формате шаблона сбалансированной системы показателей (далее – ССП) по стабилизационной модели. Данная панель показывает взаимозависимости целей и соответствующих CSFs; показателей и их целевых значений; стратегических инициатив.

Ключевые слова: стратегия, управленческая панель, стратегическое развитие, стабилизационная модель.

COMPANY MANAGEMENT PANEL

Araratyan A.A. Master's student, 1 year of study
Scientific supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics,
Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article considers the issue of forming the company's management panel in the format of a balanced scorecard template (hereinafter referred to as the SSP) based on the stabilization model. This panel shows the interdependence of goals and corresponding CSFs; indicators and their target values; strategic initiatives.

Keywords: strategy, management panel, strategic development, stabilization model.

Публичное акционерное общество «Вымпел-Коммуникации» (ПАО «ВымпелКом») специализируется на предоставлении услуг связи. ПАО «ВымпелКом» является одним из ведущих поставщиков услуг связи в России и осуществляет деятельность под брендом «Билайн». «Билайн» – один из наиболее известных брендов в России. ПАО «ВымпелКом» предоставляет интегрированные услуги мобильной и фиксированной (местной, внутризонавой, международной и междугородной) телефонной связи, телематики и передачи данных, в т.ч. доступа в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего и четвертого поколений. Среди клиентов и

партнеров ПАО «ВымпелКом» – частные лица, малые, средние и крупные предприятия, транснациональные корпорации, операторы связи.

Сформирована стратегическая карта ПАО «ВымпелКом» демонстрирует причинно-следственную связь стратегических целей и CSFs, сбалансированных в единую систему управления телекоммуникационной компании.

На уровне перспективы «персонал-системы» квалифицированные, мотивированные и объединенные общим видением сотрудники, используя развитую инфраструктуру, обеспечивают рост производительности труда и высокую эффективность бизнес-процессов.

Реализация ключевых факторов успеха дает компании новое качество стратегически ориентированной. Налаженные бизнес-процессы (перспективы: «поставка» – «производство услуг» – «сбыт») обеспечивают эффективное управление запасами, рост конкурентных преимуществ и превращают компанию в клиентоориентированную.

Стабильность позиции ПАО «ВымпелКом» на рынке телекоммуникационных услуг, ее новаторский имидж и реализация перспектив выхода на новые рынки служат залогом достижения финансовых целей. Финансово-экономическая стабилизация и повышение чистой прибыли обеспечивают повышение рентабельности платежеспособность и финансовую устойчивость. Рост на этой основе рыночной стоимости демонстрирует совершенство корпоративного управления, открывает широкие возможности повышения инвестиционной привлекательности и устойчивого развития. Следовательно, достигается баланс экономических интересов всех групп экономико-управленческого влияния, согласование их функциональных целей, подчинение последних достижению генеральной стратегии.

Сформируем управленческую панель компании в формате шаблона ССП по стабилизационной модели (таблица 1).

Управленческая панель ПАО «ВымпелКом» имеет классическую структуру, то есть показывает взаимозависимости целей и соответствующих CSFs; показателей и их целевых значений; стратегических инициатив.

В качестве основных показателей высшего менеджмента выступают:

1. EBITDA, тыс. руб./EBITDA margin, %
2. Чистая прибыль
3. Рентабельность активов, %
4. Коэффициент использования ресурсов, %
5. Доля компании на рынке по абонентам, %
6. Выручка на одного работающего
7. Среднемесячная заработная плата на 1 работающего, руб.
8. Срок реализации проекта совершенствования системы управления.

Подготовительный процесс отбора плановых показателей исходит из необходимости учета специфических для ПАО «ВымпелКом» критериев.

Таблица 1. Управленческие панели показателей для высшего менеджмента

Блок по управлению активами, закупкой и логистикой Блок по оператор- скому бизнесу Технический блок	Блок по управлению активами, закупкой и логистикой Блок по операторскому бизнесу Технический блок	Блок по управлению активами, закупкой и логистикой Блок по операторскому бизнесу Технический блок	Блок по управлению активами, закупкой и логистикой Блок по оператор- скому бизнесу Технический блок
1. Бюджет ком- пании 2. Объем услуг в натуральном и стоимостном выражении по видам, т, тыс. шт., тыс. руб. 3. Коэффициент использования ресурсов, % 4. Степень вы- полнения планов производства, услуг и реализа- ции услуг, % 5. Рентабель- ность производ- ства, % 6. Уровень бра- ка, % 7. Затраты на 1 руб. услуг, руб. 8. Рентабель- ность услуг (по видам)	1. Бюджет компа- нии 2. Коэффициент износа основных производствен- ных фондов, % 3. Выполнение программы вне- дрения передовых технологий 4. Срок выполне- ния инвестицион- ных проектов 5. Бюджет инве- стиционных про- ектов 6. Срок выхода на проектные мощ- ности 7. Прибыль от но- вой продукции, тыс. руб. 8. Выполнение программы ос- воения новых ви- дов услуг, %	1. Бюджет компа- нии 2. Бюджет под- разделения 3. Коэффициент покрытия 4. Коэффициент автономии (фи- нансовой незави- симости) 5. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, % 6. Своевремен- ность предостав- ления отчетно- сти 7. Степень вы- полнения планов производства и реализации ус- луг, % 8. Точность нало- гового планиро- вания	1. Бюджет компании 2. Бюджет под- разделения 3. Объем реа- лизованных услуг, тыс. руб. 4. Коэффициент оборачиваемо- сти оборотных средств, % 5. Доля страте- гических видов продукции, % 6. Доля услуг, не произведен- ных компанией своевременно вследствие от- сутствия мате- риалов, % 7. Доля поста- вок материалов на условиях долгосрочных контрактов, %

9. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, % 10. Выполнение программы освоения новых видов услуг, % 11. Выручка на 1-го работающего 12. Индекс стратегической осведомленности работников	9. Уровень удовлетворенности потребителей ИТ-системой 10. Выручка на 1-го работающего 11. Индекс стратегической осведомленности работников	9. Уровень удовлетворенности потребителей подсистемой 10. Индекс стратегической осведомленности работников	8. Степень выполнения планов производства и отгрузки реализации услуг, % 9. Количество претензий по качеству 10. Индекс стратегической осведомленности работников

По результатам формирования управленческой панели ПАО «ВымпелКом» наибольшее количество показателей приходится на «производственные» проекции, прежде всего на проекцию «производство услуг». Причиной является то, что обеспечение конкурентных преимуществ компании требует срочного повышения научно-технического уровня производства, сдвиги в структуре инновационных стратегий развития в сторону модернизации оборудования и обновления технологий, то есть, включение в стратегических инициатив «производственных» проекций мероприятий по повышению научно-технического потенциала.

Вследствие этого в условиях ПАО «ВымпелКом» перспектива «обучение и развитие» шаблона ССП модифицируется в перспективу «персонал-системы». Главными для этого выбора стратегии становятся цели, подчиненные развитию культуры стратегически ориентированной организации (СОО), повышению мотивированности и эффективности управления персоналом, развитию информационного и управленческого капитала.

В целом соотношение количества финансовых и нефинансовых показателей сложившейся управленческой панели не является оптимальным, если сравнивать с классической моделью. В то же время, согласно предложенному методическому подходу, ССП максимально использует стратегический ресурс каждого показателя. То есть, с позиций оценки потенциала «факторов определителей» и «факторов-создателей» рыночной стоимости компании, предложенный баланс КРІ является оп-

тимальным для ПАО «ВымпелКом» как компании, ориентированной на концепцию стоимостного управления.

Библиографический список

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020. 375 с.
2. Никифорова Н.А. Стратегии, риски и их анализ в концепции устойчивого развития организации: монография / Никифорова Н.А. Москва: КноРус, 2021. 282 с.
3. Губанова Е.В., Глухова Т.А. Факторы достижения устойчивого (сбалансированного) роста компании // Калужский экономический вестник. 2021. № 2. С. 29–33.
4. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2018. 320 с.
5. Губанова Е.В., Коряхова О.А. Адаптация сбалансированной системы показателей для предприятий малого и среднего бизнеса // Калужский экономический вестник. 2021. № 3. С. 30–34.

УДК 336.773(045)

ФИНАНСИРОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ПОСРЕДСТВОМ КРАУД-ТЕХНОЛОГИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Балмочных Д. М., студент 3-го курса

Научный руководитель: Измалкова И. В., к.э.н., доцент

*Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Липецк*

Аннотация. В данной научной статье представлены и рассмотрены результаты анализа особенностей применения в практике финансирования субъектов малого и среднего бизнеса посредством крауд-технологий. Определены ключевые проблемы их использования, а также перспективы распространения и развития. Актуальность исследования обусловлена увеличением популярности инновационного малого и среднего бизнеса, проектная деятельность которого может финансироваться при помощи аккумуляции индивидуальных ресурсов большего количества людей.

Ключевые слова: крауд-технологии; краудфандинг; краудинвестинг; малый и средний бизнес; финансирование.

FINANCING SMALL AND MEDIUM BUSINESSES THROUGH CROWD TECHNOLOGIES: PROBLEMS AND PROSPECTS

Balmochnykh D. M., 3rd year student

*Supervisor: Izmalkova I. V., Candidate of Economics, Associate Professor
Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk*

Abstract. The scientific article presents the results of an analysis of the features of the application in practice of financing small and medium-sized businesses through crowd technologies. The key problems of their use, as well as prospects for distribution and development, are identified. The relevance of the study is due to the increasing popularity of innovative small and medium-sized businesses, whose project activities can be financed through the accumulation of individual resources of a larger number of people.

Key words: crowd technologies; crowdfunding; crowdinvesting; small and medium businesses; financing.

Актуальность научной работы на выбранную проблематику связана с необходимостью развития альтернативных источников финансирования субъектов малого и среднего бизнеса, занимающих инновационной и проектной деятельностью. Популярность крауд-технологий обусловлена возможностью применения концепции «коллективного финансирования» при привлечении денежных средств стартап-проектами.

Поэтому целью статьи выступает проведение анализа особенностей применения в практике финансирования субъектов малого и среднего бизнеса посредством крауд-технологий.

На сегодняшний день, практика поиска финансовых ресурсов для реализации инновационно-ориентированных проектов субъектов малого и среднего предпринимательства в экономике России характеризуется серьезными проблемами, вызванными последними событиями и экономической нестабильности внутренних рынков. Происходит сокращение деловой и производственной активности предприятий, а инвестиционный климат ухудшается.

При этом произошел рекордный отток финансового капитала из России на зарубежные рынки, в том числе офшоры, что лишь приводит к сокращению частных инвестиций в инновационно-ориентированные проекты российских предпринимателей, сопровождаясь административными и институциональными барьерами.

Многие российские стартаперы считают, что главная проблема развития их проекта – это дефицит финансовых ресурсов. Собственные сред-

ства ограничены в пользовании, поскольку не у всех есть собранный стартовый капитал. А дополнительные ограничения, которые, в том числе, обусловлены действиями регуляторов, не позволяют должным образом привлекать банковское кредитование.

В целом же, анализируя структуру изменения объема финансирования стартап-проектов, выступающих инновационно-ориентированными субъектами малого и среднего бизнеса, обратимся к графику на рис. 1.

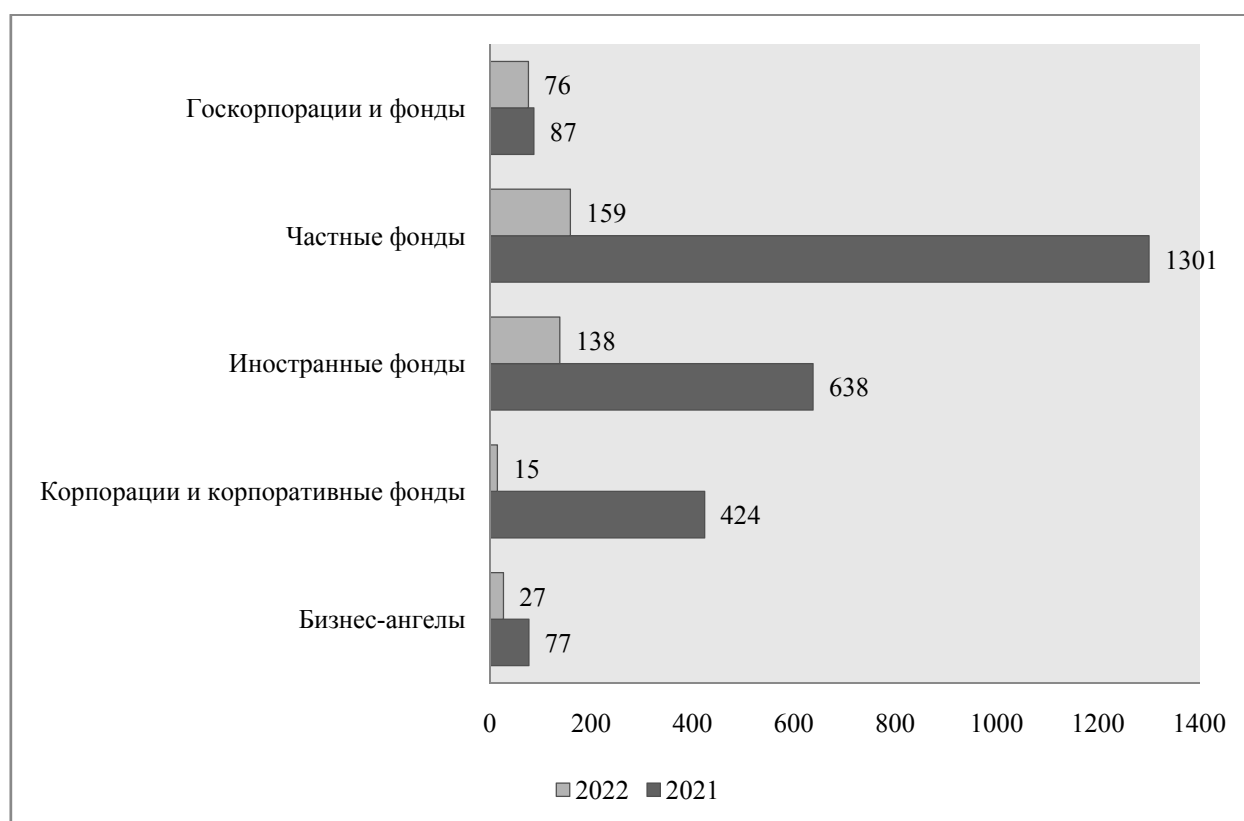


Рисунок 1. Структура финансирования стартап-проектов в России по основным участникам в 2021–2022 гг., в млн долл. США [2].

Таким образом, в 2022 г. произошло снижение по всем статьям финансирования стартап-проектов в России. Наибольшее падение было от частных фондов (с 1,301 млрд долл. до 159 млн долл.). Наименьшее от государственных корпораций и фондов (с 87 млн долл. до 76 млн долл.).

Одним из перспективных форм финансирования субъектов малого и среднего бизнеса в России могли бы стать крауд-технологии. Под «крауд-технологиями» подразумеваются финансовые инструменты бизнеса, применимые для привлечения индивидуальных ресурсов большего количества людей. Основными видами крауд-технологий выступают:

1. Фандрайзинг – сбор денежных средств на добровольной основе.

2. Краудинвестинг – инвестирование денежных средств толпой людей, используя для этого множественные способы.

3. Краудфандинг – финансирование толпой, множеством людей, как одна из специальных технологий, о которой мы в основном и будем говорить в этой работе.

Однако их развитию препятствовали ряд факторов, среди которых [1]:

- завышенные ожидания стартап-проектов, из-за чего многие из них остаются нереализованными, что приводит к финансовым убыткам частных инвесторов;

- многие стартап-проекты не поддаются строгой верификации из-за чего их планы остаются лишь «на бумаге»;

- недостаточный уровень финансовой грамотности граждан России, из-за чего данный способ финансирования не получил стремительное развитие, ведь многие россияне к нему относятся негативно;

- в случае вложения капитала в стартап-проекты через краудфандинговые площадки, частные инвесторы не имеют средств и методов для контроля за эффективностью инвестиций и проектной деятельности.

К тому же, в 2019 г. Правительство РФ приняло закон, который начал регулирование деятельности краудфандинговых площадок и их инвесторов. Были введены следующие ограничения, а именно [4]:

- каждая краудфандинговая площадка должна получить регистрацию со стороны реестра Банка России;

- неквалифицированные инвесторы не могут инвестировать более 600 тыс. руб.;

- краудфандинговые площадки обязаны каждый год подавать финансовую отчетность и проводить оценку ее достоверности через аудиторов;

- стартап-проекты, привлекающие более 60 млн руб. инвестиций, обязаны проходить процедуру регистрации через подачу своей финансовой отчетности.

Анализ рынка крауд-технологий и финансирования на текущем этапе развития альтернативных источников инвестиций стартап-проектов в России демонстрирует высокую уязвимость перед современными рисками и кризисами. Оценить негативное воздействие международных санкций и ухудшение инвестиционного климата в российской экономике сейчас затруднительно, поскольку происходит перестройка внутреннего рынка. Однако сам урон, вероятнее всего, будет значительный [3].

Однако позиция других исследователей заявляет о том, что рынок крауд-технологий при финансировании субъектов малого и среднего

бизнеса находится на этапе стремительного развития, обусловленного как раз принятием нормативно-правовой базы. Но по критериям прозрачности, надежности инвестиций и устойчивости стартап-проектов, Россия уступает позиции передовым странам в данной отрасли финансовых технологий. Все одно в периоде до 2030 г. стоит ожидать стремительное развитие идей краудфинансирования, что сопоставимо с стратегическими целями Правительства по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства [5].

Таким образом, подводя итоги научного исследования, можно заключить следующее: что на текущем этапе развития альтернативных источников финансирования субъектов малого и среднего бизнеса, занимающихся инновационной и проектной деятельностью, крауд-технологии имеют перспективы занятия своей важной роли в общей структуре финансов стартап-проектов.

Однако большое количество факторов и проблем, препятствующих развитию краудфинансированию, приводят к снижению позиций данного направления в финансовом обеспечении подобных предприятий, что может привести к обратному эффекту регуляторной деятельности государства с принятием закона от 2019 г.

Библиографический список

1. Дробышевская Л.Н., Саляхутдинов Д.К. Краудфандинг как альтернативный механизм инвестирования физических лиц // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 11-1. С. 110–112.
2. Инвестиции в стартапы в России могут оказаться рекордно низкими в 2023 году. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/486532-investicii-v-startapy-v-rossii-mogut-okazat-sa-rekordno-nizkimi-v-2023-godu> (дата обращения: 14.09.2023).
3. Иконников Д.А., Покаместов И.Е. Краудфандинг в России: вызовы и перспективы // Вопросы устойчивого развития общества. 2021. № 3. С. 58–64.
4. Степанова Л.А., Андриюшина Е.А. Исследование законодательства в сфере краудфандинга и влияние его на развитие малого бизнеса в России // Московский экономический журнал. 2022. № 6. С. 331–347.
5. Харитонов Н.А., Харитонов Е.Н., Литвинов И.А. Краудфандинг и современные финансовые технологии в западной и отечественной практике: текущее состояние и перспективы развития // Экономика промышленности. 2022. Т. 15. № 2. С. 153–166.

МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Дьякова Т.И. магистрант 1-го курса
Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы и теоретические методы финансирования оборотного капитала. Управление оборотным капиталом сегодня – это острая необходимость для хозяйствующего субъекта. Это связано с тем, что существует большое количество рисков из-за высокого уровня инфляции, высокой стоимости привлечения кредитных ресурсов и санкций. Поэтому грамотная организация управления оборотным капиталом является важнейшей задачей каждого хозяйствующего субъекта. Исследование новых методов финансирования позволит объединить целостное понимание возможностей их использование в хозяйствующей деятельности предприятия.

Ключевые слова: оборотный капитал, управление предприятием, финансы организации.

METHODS OF FINANCING THE WORKING CAPITAL OF AN ENTERPRISE UNDER SANCTIONS

Dyakova T.I. 1st year Master's student
Supervisor: V.N. Erokhina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article discusses the problems and theoretical methods of financing working capital. Working capital management today is an urgent need for an economic entity. This is due to the fact that there are a large number of risks due to the high level of inflation, the high cost of attracting credit resources and sanctions. Therefore, the competent organization of working capital management is the most important task of every business entity. The study of new methods of financing will allow to combine a holistic understanding of the possibilities of their use in the economic activity of the enterprise.

Keywords: working capital, enterprise management, organization finance

Финансирование оборотного капитала предприятия представляет собой достаточно важный элемент деятельности современных компаний.

Это обосновывается тем, что оборотный капитал является основой для деятельности предприятия, аккумулируя в себе достаточно большой объем финансовых и материальных ресурсов. Именно от качества формирования и финансирования оборотного капитала предприятий зависит их финансовая устойчивость, независимость, стабильность работы и т.д. Экономические условия, характерные для экономики РФ, влекут за собой необходимость преобразования системы финансирования оборотного капитала. В связи с этим, сегодня можно говорить о наличии традиционных и новых методов финансирования оборотного капитала [6].

Исходя из деятельности предприятий к традиционным методам финансирования могут быть отнесены:

- краткосрочные кредиты, выдаваемые коммерческим банками с целью обеспечения деятельности предприятий и организаций. Такие кредиты выдаются на срок меньше одного года и оказывают существенное влияние на уровень финансовой устойчивости. Следует отметить, что если такие кредиты не залоговые, процентная ставка по ним может быть существенно выше, чем при привлечении долгосрочного финансирования [3];

- товарный кредит, который является также распространенной формой финансирования оборотного капитала предприятия. Суть такого кредита связана с предоставлением отдельных материальных ценностей со стороны продавца. Чаще всего, такой кредит отражается в рамках кредиторской задолженности, в связи с чем возникновение такой задолженности становится важным фактором, влияющим на уровень финансовой зависимости компании от ее поставщиков [2];

- система взаимозачетов, как инструмент финансирования оборотного капитала используется, чаще всего, среди компаний со схожими производственными циклами, а также между компаниями одной производственной цепочки.

Выделенные выше традиционные формы финансирования оборотного капитала сегодня активно используются российскими компаниями, но их сегодня недостаточно как из-за особенностей развития рынков, так и из-за сложностей с привлечением дополнительных источников финансирования [4]. Это повлекло за собой возникновение новых форм финансирования оборотного капитала компаний. К ним могут быть отнесены:

- факторинг, как инструмент финансирования оборотного капитала компаний постепенно внедряются в деятельность российских компаний. Факторинг предполагает перепродажу долга (чаще всего еще в момент заключения договора) от компании-поставщика банку. Это приводит к тому, что покупатель будет возвращать средства за поставленные товары банку;

- форфейтинг также становится одним из инструментов финансирования оборотного капитала. Он, по своей сути, похож на факторинг, но

характеризуется и передачей права собственности на долговые обязательства прочему кредитору. Основным отличием форфейтинга от факторинга является сроки предоставления финансовых ресурсов;

- инвестиционный налоговый кредит рассматривается как инструмент финансирования оборотного капитала, если со стороны государства предоставляется право на получение различных налоговых вычетов. Государство, в таком случае, выступает в качестве кредитора.

Помимо представленных выше новых инструментов финансирования оборотного капитала предприятия, сегодня актуальным также становятся:

- краундфандинг, представляющий собой средство коллективного инвестирования, в том числе и оборотного капитала предприятия. Суть такого источника финансирования связана с тем, что за счет использования различных платформ для привлечения финансовых ресурсов. При этом тем, кто вкладывает свои средства в финансирование оборотного капитала, могут получать дополнительные скидки или определенный объем продукции бесплатно;

- привлечение средств для финансирования оборотного капитала через инвестиционные платформы. Применение такого инструмента возможно только крупными компаниями, имеющими листинг на российских биржах. Однако, сегодня постепенно формируются небольшие инвестиционные платформы, которые могут привлекать средства под определенные ценные бумаги или обязательства;

- краундинвестинг, предполагающий использование краткосрочных финансовых вложений от большого числа микроинвесторов, заинтересованных в организации деятельности компаний и продукции, которая ей будет производиться. Ключевым отличием от краундфандинга является необходимость (со стороны компании) возвращать вложенные средства, при одновременном предоставлении определенных преференций для инвесторов;

- краундлендинг представляющий собой инструмент финансирования оборотного капитала компании, который отличается от всех представленных выше тем, что компания обязуется возвращать переданные финансовые ресурсы микроинвесторами без предоставления каких-либо дополнительных преференций.

Нельзя не отметить, что выделенные выше методы финансирования оборотного капитала сегодня постепенно развиваются в российской практике, что связано с недостаточностью возможностей привлечения заемного капитала малым средним бизнесом, а также наличием потребности в новых инструментах финансирования [5]. При этом выделенные выше инструменты становятся востребованными и среди крупных компаний, ко-

торые заинтересованы в наиболее эффективном использовании своих ресурсов.

Следует выделить несколько ключевых факторов, оказывающих воздействие на развитие новых форм финансирования оборотного капитала. В качестве ключевых факторов можно выделить:

- развитие новых форм и механизмов заключения сделок с использованием сети Интернет. Именно данный фактор повлек за собой активное развитие новых инструментов финансирования оборотного капитала, поскольку со стороны государственных органов власти многие документы, подписанные с использованием электронных цифровых средств, воспринимаются как аналогичные бумажные документы;

- распространение малого и среднего предпринимательства, которое требует значительного объема финансовых ресурсов, которые привлекать крайне сложно из-за низкого уровня доверия к таким предпринимательским субъектам со стороны банков;

- развитие транзакционных издержек, в том числе и из-за возникновения новых посредников;

- возможность переноса части рисков при привлечении ресурсов [1].

Выделенные новые инструменты финансирования оборотного капитала предприятия могут быть использованы для обеспечения наиболее эффективного финансирования деятельности различных предприятий. Особенно актуальными они являются для малого и среднего предпринимательства, поскольку именно такие предприятия являются наиболее нуждающимися и наиболее важными для развития всей национальной экономики.

Исходя из всего сказанного выше, можно отметить, что в рамках развития современной системы финансирования оборотного капитала предприятий наблюдается наличие существенных сдвигов, которые связаны с преобразованием системы отношений между всеми участниками рынка. При этом развитие новых форм привлечения оборотного капитала делает заемные средства доступными для всех предпринимательских субъектов. Это положительно сказывается на всей системе экономического развития и позволит нивелировать влияние санкций на российскую экономику.

Библиографический список

1. Новые инструменты привлечения финансирования для развития технологических компаний: практика использования и перспективы развития в России: аналитический доклад. URL:

<https://www.csr.ru/upload/iblock/d43/d43abe96c5e5a9cc5dea8c673f5028e1.pdf> (дата обращения: 02.11.2023.)

2. Герасимова Е.Б., Редин Д.В. Финансовый анализ: Управление финансовыми операциями: учебное пособие. Москва: Форум, 2019. 192 с.

3. Дудник Д.В., Шер М.Л. Основы финансового анализа: учебное пособие. Москва: РГУП, 2020. 232 с.

4. Жилкина А.Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для вузов. Москва: Юрайт, 2021. 285 с.

5. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации: монография. 2-е изд., с изм. Москва: Финансы и статистика, 2021. 244 с

6. Сорока А.В., Зинатуллина А.Т. Новые методы финансирования оборотного капитала предприятия // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. 2023. № 2(48). С. 62.

УДК 658.3.07

РЫНОК АУТСОРТИНГА БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Ицков А.Ю., Макарь В.И., бакалавры 3-го курса

Научный руководитель: Фатеева Т.Н., к.э.н., доцент кафедры

«Учет и менеджмент»

Калужского филиала Финуниверситета г. Калуга

Аннотация. В настоящее время аутсорсинг становится все более популярным и востребованным бизнес-инструментом. Особенно это касается бухгалтерских услуг, которые требуют высокой квалификации и постоянного обновления знаний в сфере налогообложения и законодательства. В связи с этим рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг в России стремительно развивается, предоставляя компаниям широкий выбор специализированных поставщиков услуг. В данной статье мы рассмотрим текущее состояние рынка аутсорсинга бухгалтерии в России, его преимущества, недостатки, а также тенденции развития и перспективы данного сегмента.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинг бухгалтерских услуг, преимущества аутсорсинга бухгалтерских услуг, недостатки вторичного рынка, анализ аутсорсинга бухгалтерских услуг.

ACCOUNTING SERVICES OUTSOURCING MARKET IN RUSSIA.

Itskov A.Yu., Makar V.I., 3rd year bachelors

Scientific supervisor: Fateeva T.N., Candidate of Economics,

Associate Professor of the Department of

*Accounting and Management of the Kaluga Branch of the Kaluga University
of Finance*

Abstract. Currently outsourcing is becoming an increasingly popular and in-demand business tool. This is especially true for accounting services that require high qualifications and constant updating of knowledge in the field of taxation and legislation. In this regard, the accounting outsourcing market in Russia is rapidly developing, providing companies with a wide range of specialized service providers. In this article, we will consider the current state of the accounting outsourcing market in Russia, its advantages, disadvantages, as well as development trends and prospects for this segment.

Key words: outsourcing, outsourcing of accounting services, advantages of outsourcing accounting services, disadvantages of the secondary market, analysis of outsourcing accounting services.

Появление рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг в России связано с началом процесса либерализации экономики страны в 1990-х годах. В это время Россия переходила от централизованной плановой экономики к рыночной экономике, что сопровождалось необходимостью соблюдения новых требований финансового учета и отчетности.

Первые компании, предоставляющие услуги по аутсорсингу бухгалтерии, появились примерно в середине 1990-х годов. Они предлагали возможность будущим предпринимателям и компаниям сосредоточиться на основной деятельности, а заботу о ведении бухгалтерии и отчетности передать специализированным аутсорсинговым компаниям.

С появлением рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг в России начался процесс активного развития этой отрасли. Компании-аутсорсеры стали расширять свои услуги, предлагая клиентам не только ведение бухгалтерии, но и консультационную поддержку, разработку бизнес-планов, оптимизацию налогообложения и другие финансовые услуги.

Со временем, рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг стал все более конкурентоспособным и разнообразным. Компании-аутсорсеры начали предлагать услуги удаленного доступа к бухгалтерским данным, использование современных программного обеспечения и технологий, а также проводить аудит бухгалтерской деятельности.

В 2021 году компания НЕОАналитика завершила глобальное исследование бухгалтерского аутсорсинга. Исследование показало, что услугами бухгалтеров внешнего штата пользуются более 1 млн. юридических лиц, и с каждым годом популярность услуги только растет. Тогда возникает вопрос - почему? Ответ заключается в том, что у большинства предпринимателей необходимость в бухгалтерии не особо актуальна. Они рассматривают её как контролирующие меры, навязываемые государством, а сам бизнес может существовать и без отчетности. Именно в таких ситуациях на помощь приходят бухгалтеры на аутсорсинге.

Аутсорсинг – это не только подготовка к обработке первичных документов и отправка отчетности, но и комплекс услуг, таких как:

- анализ деятельности компании;
- оптимизация налогообложения;
- организация документооборота;
- автоматизация всего, что можно автоматизировать [1].

Аутсорсинг – это профессионализм. Хорошая компания, которая предоставляет услуги бухгалтерского учета никогда не наймет неквалифицированного работника, потому что прежде всего это их деньги и репутация.

Аутсорсинг – это ответственность. Права, обязанности и ответственность сторон зафиксированы в договоре, там же указаны и материальные последствия для исполнителя в случае, если что-то пойдет не так [2]. Аутсорсеры даже могут страховать свою ответственность, это дает дополнительные гарантии клиентам.

Важно отметить, что аутсорсинг бухгалтерии выгоден для клиента. Расходы на услуги сторонней компании в два раза ниже, чем на содержание среднестатистического бухгалтера в штате.

В работе были проанализированы все эти качества на примере малого и среднего бизнеса.

1. Затраты. Использование аутсорсинга позволяет сократить расходы на сотрудника в штате. Отсутствуют отчисления в органы социального страхования и отсутствуют затраты по организации рабочего места сотрудника. Для сравнения, зарплата хорошего бухгалтера в штате составляет 75 000–85 000 руб., что уже превышает стоимости услуг наемной компании.

2. Услуги профессионала! Когда вы нанимаете бухгалтера в штат, уровень его профессионализма будет понятен после сдачи первой отчетности, так как квалификацию специалиста с первого взгляда определить достаточно сложно, однако цена ошибки измеряется штрафами от Федеральной налоговой службы.

3. При аутсорсинге учет будет вестись непрерывно. Бухгалтер на аутсорсе не заболит, не уйдет в отпуск и не будет отпрашиваться с работы на детский утренник.

4. Ответственность за отчётность полностью лежит на стороннем бухгалтере – именно он отвечает за сроки сдачи отчетности и её корректность. При составлении договора с аутсорсинговой компанией можно прописать какая компенсация положена заказчику в случае неправомерных действий исполнителя [3].

Бухгалтерия на аутсорсе это партнерские отношения, которые отлично поддерживают соглашение о неразглашении информации.

Однако у аутсорсинга есть и негативные стороны, рассмотрим их подробнее.

1. Конфиденциальность данных: передача конфиденциальной информации о финансовых операциях и документов третьей стороне может быть рискованной, особенно учитывая уровень кибератак и уязвимость информационных систем.

2. Культурные различия: работа с иностранными бухгалтерами может быть сложна из-за различий в культуре, языке, процессах и понимании местных законов и требований.

3. Отсутствие контроля: нанимая внешнюю компанию для ведения бухгалтерии, компания теряет прямой контроль и наблюдение за финансовыми процессами и точностью данных. Это может привести к ошибкам или мошенничеству.

4. Задержки в обработке: другая страна может иметь другие праздничные дни, рабочее время или процессы работы, что может вызвать задержки в обработке финансовой информации и связанной с этим документации.

5. Высокие затраты: стоимость аутсорсинга бухгалтерии в другую страну может быть выше, чем затраты на содержание собственного отдела бухгалтерии, особенно учитывая возможность затрат на коммуникацию и обучение.

6. Ограниченный доступ к информации: в зависимости от договоренностей, организация может иметь ограниченный доступ к своей финансовой информации и документации, что может затруднить оперативную отчетность и принятие решений.

7. Зависимость от внешней компании: при аутсорсинге бухгалтерии компания становится зависимой от надежности и компетентности внешней организации, и любые проблемы или недостатки в работе могут серьезно повлиять на бизнес.

8. Сложности при смене провайдера: переход от одного аутсорсингового провайдера к другому может быть сложным и затратным процессом, особенно при неудачном выборе и недостатке документации и данных.

При этом всё, рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг в России продолжает демонстрировать постоянный рост и развитие. Компании все

больше осознают преимущества и экономическую эффективность аутсорсинга бухгалтерии, позволяющую сосредоточиться на основной деятельности и повысить эффективность работы. Более того, аутсорсинг бухгалтерии предоставляет доступ к высококвалифицированным специалистам, постоянно обновляющим свои знания и следующим последним изменениям в законодательстве.

В будущем можно ожидать, что рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг в России будет продолжать свое развитие. Современные технологии и программные решения будут играть все более важную роль в предоставлении качественных и эффективных услуг. Кроме того, возможности удаленной работы и цифровизации позволят компаниям получить дополнительные преимущества от аутсорсинга бухгалтерии.

Библиографический список

1. Аутсорсинг: зачем и кому он нужен // Журнал о финансах, инвестициях, работе и успешных людях. 2023. URL: [Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.](#) (дата обращения: 24.10.2023).

2. Ефремов А. Аутсорсинг – как помочь бизнесу не распыляться. 2022. URL: <https://neiros.ru/blog/business/autsorsing-kak-pomoch-biznesu-ne-raspylyatsya/> (дата обращения: 24.10.2023).

3. Черепанова Д.Б. HR-АУТСОРТИНГ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ // Экономика и социум. 2021. №4-2 (83). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hr-autsorting-kak-odin-iz-instrumentov-optimizatsii-deyatelnosti-organizatsii> (дата обращения: 24.10.2023).

УДК 657.312.2

ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Козлова К.И., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрена сущность понятия «денежный поток», обобщены основные признаки, в соответствии с которыми клас-

сифицируются денежные потоки в зарубежной и отечественной практике учета и анализа.

Ключевые слова: денежные потоки, классификация, эффективность использования денежных средств.

CASH FLOWS OF THE ORGANIZATION: ESSENCE, CLASSIFICATION, INDICATORS OF EFFICIENCY OF USE

Kozlova K.I., bachelor of the 2nd year

Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper considers the essence of the concept of "cash flow", summarizes the main features, according to which cash flows are classified in foreign and domestic accounting and analysis practice.

Keywords: cash flows, classification, efficiency of cash use.

Для реальной оценки финансовых показателей любой организации необходимо иметь достоверную информацию о денежных потоках, то есть о текущем состоянии финансовых ресурсов организации и их изменении за необходимый период. Денежный поток – это комплекс создаваемых в процессе осуществления хозяйственной деятельности организации и распределенных во времени поступлений и выплат денежных средств, а также их эквивалентов. К денежным эквивалентам относятся инвестиции краткосрочного высоколиквидного характера, которые могут быть свободно конвертированы в деньги, и для этих инвестиций незначителен риск изменения стоимости [3, с. 256].

Понятие «денежный поток» можно назвать собирательным, так как оно включает в себя различные виды указанных потоков, которые реализуют экономическую деятельность организации. Управление денежными потоками заключается в том, чтобы гарантировать финансовое равновесие организации в процессе ее деятельности и развития путем сбалансированных и равномерных поступлений и расходов денежных средств [4, с. 125]. Таким образом, необходима определенная и научно обоснованная классификация денежных потоков.

В международной практике денежные потоки распределяют по разновидностям экономической деятельности: текущие, финансовые, инвестиционные (таблица 1).

Таблица 1. Классификация денежных потоков по видам экономической деятельности

Виды деятельности	Денежные потоки	
	поступления (приток)	выплаты (отток)
Текущая (операционная)	- выручка от продаж товаров, работ, услуг - авансы, полученные от покупателей и заказчиков - прочие поступления (возврат средств от поставщиков, подотчетных сумм и др.)	- оплата счетов поставщиков - выплата заработной платы - отчисления на социальные нужды - расчеты с бюджетом - прочие выплаты
Инвестиционная	- выручка от продажи активов долгосрочного пользования - дивиденды и проценты по долгосрочным финансовым вложениям - прочие поступления	- вложения во внеоборотные активы - долгосрочные финансовые вложения - прочие выплаты
Финансовая	- кредиты и займы - дивиденды и проценты по краткосрочным финансовым вложениям - прочие поступления	- возврат кредитов и займов - выплата процентов по кредитам, займам - краткосрочные финансовые вложения - прочие выплаты

По масштабу обслуживания экономического процесса выделяют три вида денежных потоков:

- денежный поток в целом по организации;
- денежные потоки по отдельным участкам, цехам и другим структурным подразделениям организации;
- денежный поток по отдельным бизнес-операциям [2, с. 33].

Кроме того, денежные потоки классифицируют по иным признакам, представленным на рисунке 1:

По направленности движения денежных средств	•положительный - приток денежных средств •отрицательный - отток денежных средств
По методу исчисления объема	•валовой - все поступления или расходования денежных средств за период •чистый - разница между поступлением и расходованием денежных средств в рассматриваемом периоде
По уровню достаточности объема	•избыточный - поступления денежных средств существенно превышают реальную потребность организации •дефицитный - поступления денежных средств существенно ниже реальных потребностей организации
По методу оценки во времени	•настоящий - денежный поток организации как единая величина, приведенная по стоимости к текущему моменту времени •будущий - денежный поток организации как единая величина, приведенная по стоимости к конкретному предстоящему моменту времени
По непрерывности формирования в рассматриваемом периоде	•регулярный - поступление или расходование денежных средств, которое в рассматриваемом периоде времени осуществляется постоянно по отдельным интервалам этого периода •дискретный - поступление или расходование денежных средств, связанное с осуществлением единичных хозяйственных операций организации в рассматриваемом периоде времени

Рисунок 1. Классификация денежных потоков

При рассмотрении положительного и отрицательного денежных потоков необходимо учесть, что они взаимосвязаны. То есть, при недостаточном объеме одного из них, происходит постепенное уменьшение объема другого потока.

Чистый денежный поток – это результат финансовой деятельности организации, определяющий степень финансового равновесия и темпы роста рыночной стоимости хозяйствующего субъекта [1, с. 250].

Избыточность денежного потока возникает в том случае, если чистый денежный поток, который не используется в процессе осуществления хозяйственной деятельности, имеет высокое значение. Но следует учитывать, что если размер чистого денежного потока меньше предусмотренных планами расходов средств по всем осуществляемым направлениям деятельности организации, то она рассматривается как дефицитная несмотря на то, что чистый денежный поток является положительным. Соответст-

венно, при минусовом значении суммы чистого денежного потока его называют недостаточным.

Термин «будущий денежный поток» можно также применять в качестве его номинальной идентифицированной стоимости в предстоящий момент времени (или в контексте интервалов будущих периодов), которая служит основой для дисконтирования с целью приведения его к текущей стоимости [5, с. 192].

Основная масса денежных потоков, связанных с текущей (операционной) деятельностью организации, носит регулярный характер – это потоки, связанные с кредитно-финансовыми обязательствами, денежные потоки, формирующиеся в процессе осуществления долгосрочных инвестиций, и т.д.

Сущность дискретного денежного потока состоит в том, что денежные средства расходуются единовременно при покупке организацией целостного имущественного комплекса; получением финансовых ресурсов в виде безвозмездной помощи и т.д. [2, с. 34].

В свою очередь, по стабильности временных интервалов формирования регулярные финансовые потоки можно охарактеризовать следующим образом (рисунок 2).

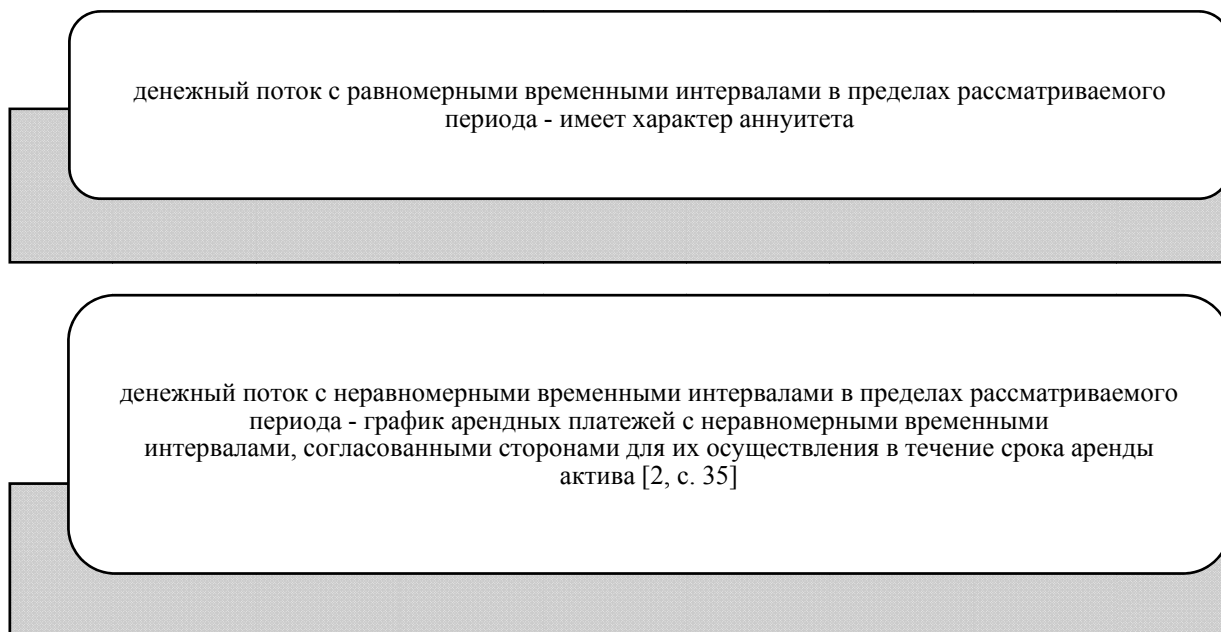


Рисунок 2. Группировка денежных потоков по стабильности временных интервалов формирования

Основными показателями, отражающими эффективность управления денежными средствами, являются коэффициенты рентабельности, сопоставляющие денежные потоки организации с финансовыми результатами (таблица 2).

Таблица 2. Показатели эффективности использования денежных средств

№ п/п	Наименование показателя	Интерпретация показателя	Порядок расчета показателя (формула)
1	Коэффициент достаточности денежного потока	Помогает определить достаточность собственных денежных средств для погашения обязательств. Самым приемлемым является вариант, когда на определенный момент времени денежных средств поступает столько, сколько их требуется в этот момент для осуществления определенных выплат. Поэтому оптимальное значение данного показателя 100%	$K_d = П : Р \times 100 \%$, где П – сумма денежных поступлений (приток); Р – сумма денежных платежей (отток)
2	Коэффициент рентабельности израсходованных денежных средств	Показывает, насколько эффективно используются ресурсы. Коэффициент может выражаться в конкретной величине прибыли, полученной на единицу вложенного ресурса, а может – в процентах	$\varepsilon_p = \Phi : Р \times 100 \%$, где Φ – финансовый результат деятельности организации
3	Коэффициент рентабельности поступивших денежных средств	Показывает, сколько прибыли приходится на 1 руб. поступивших денежных средств	$\varepsilon_d = \Phi : П \times 100 \%$
4	Коэффициент рентабельности остатка денежных средств	При оценке эффективности использования денежных средств на основе данного показателя необходимо одновременно учитывать структуру активов организации. Эффективным можно признать использование денежных средств, если доля активов организации в денежной форме соответствует текущим потребностям в них	$\varepsilon_o = \Phi : O_{ср} \times 100 \%$, где $O_{ср}$ – средний остаток денежных средств

Таким образом, совокупность всех денежных потоков представляет собой денежный оборот. Группировка этих потоков по различным характеристикам позволяет осуществлять более целенаправленный учет, анализ и планирование в организации. Анализ денежных потоков предоставляет информацию о способности организации увеличивать объем денежных средств в процессе своей деятельности, выполнять финансовые обязательства и сохранять свою кредитоспособность в настоящее время и в будущем. Также анализ помогает определить ожидаемую сумму внешнего финансирования и другие факторы.

Библиографический список

1. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2023. 434 с.
2. Климова Н.В. Оптимизация денежных средств в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта // Экономический анализ: теория и практика. 2019. – № 29(158). С. 30-37.
3. Ковалева А.М. Финансы: учебник для академического бакалавриата / А.М. Ковалева [и др.]; под редакцией А. М. Ковалевой. 6-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 443 с.
4. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: Учебно-практическое пособие / В.В. Ковалев. М.: Проспект, 2016. 336 с.
5. Тепикин А.А. Анализ денежных потоков в ООО «Стрельня» Мосальского района Калужской области / А.А. Тепикин, С.М. Багирова // Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конфе-

ренции с международным участием, посвящённой дню основания Российского государственного аграрного университета – Московской сельскохозяйственной академии имени К.А. Тимирязева, Калуга, 05–15 декабря 2022 года / Калужский филиал РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. Том 2. Калуга: ИП Якунина В.А., 2023. С. 189–193.

УДК 378:331

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ РАЗНОВОЗРАСТНОГО ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Кондаурова В.С. магистрант 2-го курса

*Научный руководитель: Смыслова О.Ю., доктор
экономических наук, доцент*

*Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Липецк*

Аннотация. Статья посвящена особенностям обучения разновозрастного персонала организации. Основной акцент делается на факторы, оказывающие наибольшее влияние на разновозрастных работников при обучении. В заключении делается вывод об эффективных принципах обучения персонала организации.

Ключевые слова: обучение персонала, принципы обучения, самообучение, персонал организации

FEATURES OF TRAINING OF THE ORGANIZATION'S STAFF OF DIFFERENT AGES

Kondaurova V.S. master's student of the 2d year

*Supervisor: Smyslova O.Y., Doctor of Economics, Associate Professor
Lipetsk Branch of the Financial University under the Government
of the Russian Federation, Lipetsk*

Annotation. The article is devoted to the peculiarities of training of the organization's staff of different ages. The main focus is on the factors that have the greatest impact on employees of different ages during training. In conclusion, the conclusion is made about the effective principles of training the organization's personnel.

Keywords: staff training, principles of training, self-study, personnel of the organization

В настоящее время всё большее значение компании уделяют человеческому капиталу, а именно развитию и обучению персонала, их качественному и профессиональному росту. Расходы предприятий, сопряженные именно с обучением персонала, являются наиболее эффективными, чем направленные на решение различных производственных задач. Связано это с тем, что качественное обучение работников организации, повышающее их квалификацию, профессиональную компетентность, знания, играют долгосрочную роль, ведь накопленные годами знания человека могут помочь решить проблемные вопросы еще до того, как они появятся. Таким образом, у организации появляется возможность предотвратить неблагоприятные для нее ситуации заранее.

Однако, необходимо понимать, что обучение взрослых и детей значительно отличается, как по структуре, так и по форме. «Таксономия Блума, представляющая собой систему учебных целей, которые классифицированы по принципу «от простого к сложному»» [1], применяемая при обучении детей, оказывается не пригодна при обучении взрослых. Основное отличие обучение персонала в организации заключается в том, что ведущую роль в данном процессе оказывают сами работники, а не обучающий их человек. Таким образом, происходит изменение ролей обучающихся и обучающего, что, несомненно, будет влиять и на сам процесс обучения.

Э.Л. Трондайк доказал, что способность к обучению ослабляется с возрастом. В период с 22 до 45 лет кривая обучения медленно спадает, несмотря на то, что биологическое развитие человека может продолжаться до 60 лет. Связано это с различными факторами: общее состояние здоровья и энергии человека, неготовность к изменениям. Не меньшее значение имеют и психологические аспекты человека, а именно нежелание становиться «учеником», слушаться преподавателя. Большое влияние оказывает ригидность мышления и восприятия.

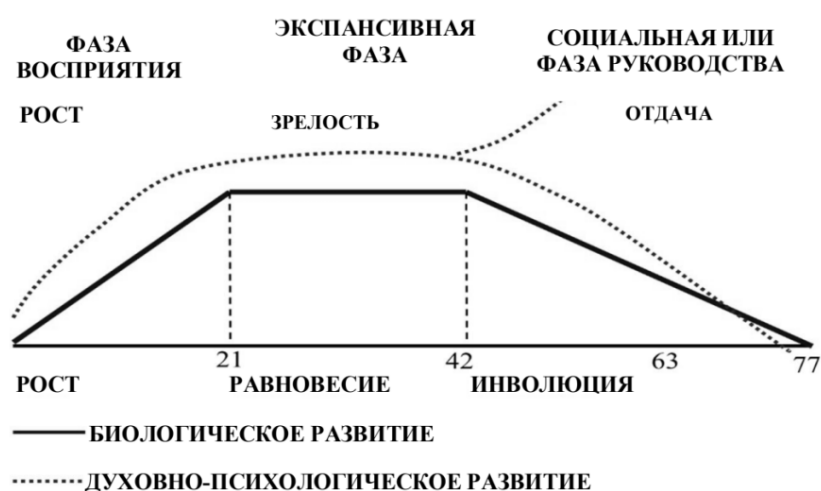


Рисунок 1. Кривая способности к обучению

На процесс обучения влияют и исходные данные человека-ученика: образование, квалификация, одаренность, как внутренний фактор. Безусловно, возраст является не единственным фактором, влияющим на способность к обучению, но все же не маловажным. В связи с этим возникает вопрос: как эффективно обучать и развивать разновозрастной персонал организации?

Проведенный анализ научной литературы, посвящённой проблеме развития персонала в организации, показал, что существует несколько направлений, к основным из которых относят:

В-первую очередь, образовательные программы должны содержать материал, необходимый работнику в настоящий момент. Сотруднику необходимо понимать, что полученный в ходе обучения материал является важным, и он сможет применить его непосредственно в рабочем процессе уже сегодня. Герман Эббингауз изучил зависимость запоминания бессмысленного материала и времени, в течении которого этот материал забывается. В ходе эксперимента удалось выяснить, что уже через 6 дней в памяти человека остается лишь 20% такой информации [2]. Таким образом, если полученные знания и приобретенные навыки показались обучаемому бессмысленными, а также никак не применялись на практике, то такое обучение оказалось неэффективным. Следовательно, при разработке программы обучения взрослых работников следует учитывать данный фактор, как один из главных.

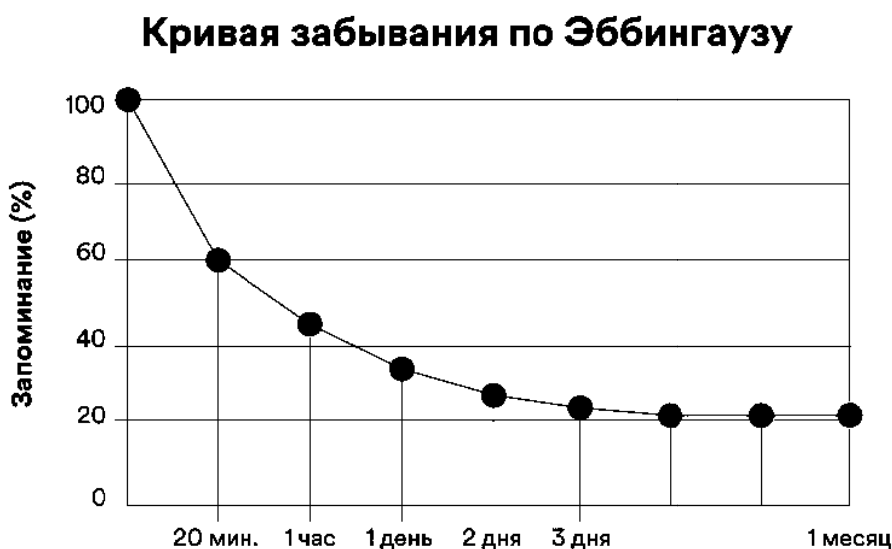


Рисунок 2. Кривая забывания по Г. Эббингаузу

Во-вторых, необходимо создать неформальную обстановку, в которой позиция «ученик-учитель» будет прослеживаться не явно. Как уже было сказано, психологический фактор является одним из важных при

обучении персонала, особенно если речь идет о старшем поколении сотрудников. Именно он может помешать начать обучение. По этой причине обучение с непосредственным взаимодействием людей, их активном участии в образовательном процессе, к которому относят групповую работу, обсуждения, обмен опытом, пройдет эффективней, нежели пассивное слушание.

В-третьих, необходимо предоставить свободу выбора любой темы, задачи, принципа обучения, то есть соблюдать принцип элективности обучения. Отсутствие единообразной системы обучения для каждого работника приводит к большей результативности [3].

Стоит добавить, что важным фактором в развитии персонала является самообучение. Однако необходимо стимулировать данный процесс, причем как в офлайн, так и в онлайн формате. Примерами онлайн формата самообучения является внедрение в компанию корпоративной библиотеки, включающей в себя бизнес-литературу, отличающейся повышенной стоимостью, в отличие от художественной литературы, а также платных Интернет-ресурсов, делая их бесплатными, подбор и тиражирование учебного материала.

Таким образом, для решения обозначенных задач стоит корректировать учебный план, ориентируясь, в первую очередь, на отличительные принципы обучения взрослого персонала. Соблюдая принцип элективности, внедряя активное участие персонала в обучении, стимулируя самообучение предприятие может добиться высоких и эффективных результатов в сфере развития и обучения персонала.

Библиографический список

1. Таксономия Блума: что это такое и зачем она педагогам и методистам. URL: <https://skillbox.ru/media/education/taksonomiya-bluma-cto-eto-takoe-i-zachem-ona-pedagogam-i-metodistam/> (дата обращения 28.10.2023).
2. Яндекс Дзен. Кривая Эббингауза. URL: <https://dzen.ru/a/ZDvv6nT4MEPzgkyT> (дата обращения 28.10.2023).
3. Соловьёв, Дмитрий Петрович. Обучение и развитие персонала: учеб. пособие / Д.П. Соловьёв, Л.А. Илюхина // Самара: Издательство Самарского государственного экономического университета. 2019. С. 28–29.

УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В ООО «ПРАЙМТОН»

Лизун Е.И., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе проведен анализ и дана оценка действующей практики организации и ведения первичного, аналитического и синтетического учета расчетов с покупателями в хозяйствующем субъекте. Предложен комплекс мероприятий по совершенствованию бухгалтерского учета и контроля дебиторской задолженности.

Ключевые слова: договор, расчеты с покупателями, бухгалтерский учет, первичные учетные документы, дебиторская задолженность, резервы по сомнительным долгам, управление дебиторской задолженностью.

ACCOUNTING AND INFORMATION SUPPORT SETTLEMENTS WITH CUSTOMERS IN LLC «PRIMETON»

Lizun E.I., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper analyzes and evaluates the current practice of organizing and conducting primary, analytical and synthetic accounting of settlements with customers in an economic entity. A set of measures to improve accounting and control of accounts receivable is proposed.

Keywords: contract, settlements with customers, accounting, primary accounting documents, accounts receivable, reserves for doubtful debts, accounts receivable management.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Праймтон» функционирует на рынке гофрокартона с 2017 года, находится в г. Кондрово Дзержинского района Калужской области. Одним из основных видов деятельности Общества является производство гофрированной бумаги и картона, бумажной и картонной тары (код ОКВЭД 17.21). На производстве имеется лаборатория, которая осуществляет контроль качества гофрокартона и гофроупаковки. Лабораторное оборудование дает возможность минимизировать выход продукции с отклонениями от принятых стандар-

тов. Вся продукция проходит сертификацию и имеет санитарно-эпидемиологические заключения.

Работа организации с потенциальными покупателями начинается с их тщательной проверки, а в дальнейшем осуществляется постоянный мониторинг контрагентов [2, с. 353]. Для этого ООО «Праймтон» заключило с компанией «СБИС» договор на программное обеспечение «Проверка контрагентов». С помощью данной программы проводится проверка владельцев и связанных лиц компании-покупателя, ее финансовое положение, стоимость бизнеса, надежность, положение на рынке, кредитоспособность, участие в торгах.

При наличии у контрагента арбитражных дел ООО «Праймтон» тщательно изучает судебные решения. У контрагента запрашивается пакет документов по утвержденному Генеральным директором перечню (уставные документы, декларации по налогам, отчетность по взносам). Финансовый директор ООО «Праймтон» готовит и подписывает заключение, в нем особое внимание обращается на моменты, которые в дальнейшем могут повлиять на платежеспособность будущего покупателя.

Процесс заключения договора поставки гофрокороба практически однотипен. Форма договора разработана и утверждена Генеральным директором Общества. В тех ситуациях, когда покупатель отказывается подписывать разработанную ООО «Праймтон» форму договора, менеджер по продажам рассматривает проект договора, предлагаемый контрагентом (чтобы не упустить особо важные моменты, в организации с этой целью разработана специальная памятка). В случае выявления расхождения по наиболее важным моментам, менеджер составляет проект разногласий, финансовый директор проверяет и утверждает проект, после чего подписывается договор.

Одним из важнейших пунктов договора являются условия оплаты. С новым покупателем Общество предпочитает, по возможности, работать на условиях предоплаты, но в условиях жесткой конкуренции чаще происходит обратное. Рынок диктует свои условия, и на сегодняшний день крупные сетевые магазины проводят платежи в пользу поставщиков с отсрочкой до 60 дней. Соответственно, ООО «Праймтон» заказчикам-поставщикам торговых сетей, в основном, предоставляет товарный кредит в виде отсрочки платежей.

ООО «Праймтон» ведет оперативный, бухгалтерский, налоговый и управленческий учет на базе программ «1С: Бухгалтерия 8», «1С: Управление торговлей 8» (далее – «1С: УТ»). Платформа программы «1С: УТ» доработана с учетом особенностей организации практически до версии «1С: Производство», используется для учета и анализа производственных процессов.

Программа позволяет создавать заказы, поступившие от покупателей; поэтапно их выполнять с отслеживанием сроков, графиков отгрузок, рекламаций, складского хранения, логистики склада, принятия к учету поступающих материалов, учета маржинального дохода в разрезе номенклатуры и т.д.

В ООО «Праймтон» используется система штрихкодирования, внедрена видеосвязь, каждая линия по производству оснащена табло, на экран которого выводятся как технические показатели состояния оборудования, так и производственные (скорость, объем выпуска, коэффициент использования мощности, время окончания выполнения заказа и т.д.).

В отделе продаж работают шесть менеджеров, пять из которых занимаются активными продажами и обслуживанием своих покупателей, а шестой организует производство гофрокороба в соответствии с заказами.

Все первичные документы создаются непосредственно исполнителем в момент совершения операции, применяется электронный документооборот (ЭДО). Компьютеры установлены на каждом рабочем месте и объединены в единую сеть, позволяющую сотрудникам работать удаленно.

Взаимоотношения ООО «Праймтон» с контрагентами оформляются соответствующими первичными документами (таблица 1).

Таблица 1. Первичные документы, применяемые при расчетах с покупателями для отгрузки и оплаты продукции

Наименование первичного документа	Назначение первичного документа
Счет на оплату	Выписывается на основании договора поставки и является своего рода соглашением, по которому продавец указывает цену за свой товар, а покупатель принимает условия, перечисляя сумму
Счет-фактура	Содержит информацию о поставляемых товарах, их стоимости, реквизиты обеих сторон сделки и в соответствии с п. 1 ст. 169 НК РФ является документом, служащим основанием для принятия к вычету или возмещению из бюджета сумм НДС, предъявленных продавцом товаров (работ, услуг) [1]
Товарная накладная (ф. №ТОРГ-12)	Оформляется отпуск со склада товарно-материальных ценностей (ТМЦ) и производится учет соответствующих операций. Документ составляется в 2-х экземплярах

Товарно-транспортная накладная (ф.1-Т)	Предназначена для учета движения ТМЦ ценностей при их перемещении с участием транспортных средств и является основанием для списания у грузоотправителя и принятия к учету у грузополучателя. Документ заполняется в 4-х экземплярах
Универсальный передаточный документ (УПД)	Разработанный ФНС России единый документ может заменить счет-фактуру, товарную накладную, акт приемки-передачи услуг, работ или имущественных прав. Документ подписывает мастер погрузочно-разгрузочных работ по доверенности и вручает его перевозчику; либо УПД не печатается, а на следующий день пересылается в электронном виде (в зависимости от желания контрагента)
Акт об оказании услуг	Подтверждает факт выполнения обязательств исполнителя согласно договору. Кроме того, документ гарантирует отсутствие претензий к результату предоставленной услуги со стороны заказчика в будущем
Платежное поручение	Оформляется при перечислении денежных средств покупателями и заказчиками за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги

Отгрузку продукции мастер погрузочно-разгрузочных работ производит с помощью сканера, который с этикетки считывает и подставляет в документ информацию (одна строчка – один поддон): количество, номер заказа, цену заказа. В обязанности менеджеров входит подписание актов сверки ежеквартально, а при замене по какой-либо причине УПД (ошибка в цене, количестве и др.) – в момент замены документа.

В бухгалтерском учете ООО «Праймтон» при отгрузке продукции покупателям, предоставлении услуг заказчикам возникает дебиторская задолженность, которая отражается на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Основными субсчетами, открываемыми к счету 62, являются:

- 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;
- 62.02 «Расчеты по авансам полученным».

Аналитический учет в разрезе указанных субсчетов ведется по каждому контрагенту. При этом обеспечивается получение данных по всем покупателям и заказчикам, в том числе не оплатившим расчетные документы в срок.

Рисунок 1 иллюстрирует операции по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» в корреспонденции с другими счетами.

Анализ счета 62 за Март 2020 г.			
Выводимые данные: БУ (данные бухгалтерского учета)			
Счет	Кор. Счет	Дебет	Кредит
62	Начальное сальдо	96 532 111,40	
62.01	Начальное сальдо	100 881 365,67	
	51		52 007 846,90
	62	7 120,80	4 782 456,17
	90	62 242 197,18	
	91	1 216 530,80	
	Оборот	63 465 848,78	56 790 303,07
	Конечное сальдо	107 556 911,38	
62.02	Начальное сальдо		4 349 252,15
	51	349,80	3 805 960,32
	62	4 782 456,17	7 120,80
	Оборот	4 782 805,97	3 813 081,12
	Конечное сальдо		3 379 527,30
62.32	Начальное сальдо		2,12
	Оборот		
	Конечное сальдо		2,12
	Оборот	68 248 654,75	60 603 384,19
	Конечное сальдо	104 177 381,96	

Рисунок 1. Анализ счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»

Рассмотрим, как организован ООО «Праймтон» процесс отгрузки продукции и расчетов с покупателями от размещения заявки покупателя до получения денежных средств.

1) менеджер отдела продаж по электронной почте или по телефону получает от покупателя заявку на поставку гофрокороба;

2) на основании заявки менеджер с помощью программы «1С: УТ» оформляет заказ покупателя, в котором указывает номенклатуру (из справочника выбираются две единицы измерения - штуки (складская единица) и м² (калькуляционная единица), количество, цену реализации, при этом сумма заказа определяется автоматически. Сформированный документ можно распечатать в виде заказа и счета на оплату;

3) к каждой номенклатуре в программе формируется технологическая карта. В ней содержится вся информация по изготовлению и отгрузке гофрокороба: оборудование для изготовления изделия, используемое сырье, количество заготовок (полуфабриката), чертеж изделия, этикетка, схема погрузки в машину, помещаемое в одну машину количество, стоимость доставки, и т.д.;

4) программное обеспечение позволяет менеджеру в момент оформления заказа анализировать маржу (разницу между ценой реализации и стоимостью сырья (бумага и картон) и транспортных услуг). Маржа должна составлять не менее 5 руб./м² упаковки (включает прямую зара-

ботную плату, накладные расходы, прибыль). Для этого в справочнике номенклатуры указывают последние на момент производства цены на сырье, в технологической карте определяется номенклатура сырья и норма расхода на производство полуфабриката, а также норматив брака;

5) на основании заказов заместитель директора по подготовке производства выбирает из автоматически выпадающего списка заказов самые экономичные по раскрою, которые необходимо изготовить в ближайшее время. При этом выписывается задание на производство, в котором указываются состав сырья, номера заказов, которые будут раскроены на определенном формате сырья. Каждое задание имеет штрихкод. В дальнейшем старшему мастеру по производству достаточно отсканировать выписанное задание, проставить фактическое выполнение, выбрать из справочника сотрудников, и в программе автоматически будут отражены прием продукции на склад и начисление заработной платы. Также на печать выводится этикетка с указанием даты производства, смены, наименования заготовки и штрихкода;

6) начальник производства подготавливает задание на производство короба. При этом из выпадающего списка он выберет заказы, и в программе отобразятся сроки реализации, мощность оборудования и т.д. Мастер переработки, сканируя задание на производство, также проставляет фактическое выполнение, указывает состав бригады, таким образом, будет сформирован наряд на сдельную работу. Далее на печать выводится этикетка, в которой указаны дата, смена, наименование короба, покупатель, рисунок (если он заказан потребителем), нанесен штрихкод;

7) на основании нарядов мастером также автоматически заполняется документ «Выпуск продукции», на основании которого принимается к учету продукция, начисляется заработная плата, учитывается брак. Документ «Выпуск продукции» является основанием для формирования рапорта за смену (его можно сформировать за любой период времени);

8) водитель погрузчика сканирует зону выпуска, поддон, перемещает продукцию на склад, сканирует зону в складе, таким образом, автоматически будет сформирован документ по перемещению;

9) ежедневно, не позднее 12 часов дня, предстоящего к отгрузке, менеджеры заполняют план отгрузки на следующий день. Для этого менеджеру нужно выбрать из списка заказ, планируемый к выполнению. Заказ считается выполненным, когда товар соответствующего качества доставлен покупателю в срок, при этом отсутствуют нарекания и претензии;

10) мастером по отгрузке при загрузке продукции в транспорт производится ее сканирование, и автоматически формируется товарная накладная (ф. № ТОРГ-12). На ее основании выписывается УПД, товарно-транспортная накладная (ф. № 1-Т). После подписания указанных документов заполняется пропуск на выезд автомобиля с территории ООО «Праймтон»;

11) утром следующего дня бухгалтер импортирует из программы «1С: УТ» документы по продаже продукции (накладную ф. № ТОРГ-12, счет-фактуру), проверяет их, отражает в учете и подшивает в документы текущего месяца. В дальнейшем транспортная компания предоставит подписанный покупателем комплект документов, и бухгалтер после проверки наличия подписей, печатей заменит их в подшивке; также выгружается банковская выписка, и в программе автоматически формируются проводки по оплате.

На основании выгруженных документов по отгрузке и оплате в программе предусмотрена возможность получения различных отчетов:

- Оборотно-сальдовая ведомость (ОСВ) за любой период, из которой в программе можно перейти в карточку счета, в товарную накладную, счет-фактуру;

- Акт сверки;

- Продажи по контрагентам с возможностью самых разных настроек - по периодам, по алфавиту, по убыванию или возрастанию, с диаграммами и рисунками, и т.д.;

- Анализ продаж;

- Динамика задолженности покупателей;

- Задолженность покупателей по договорам;

- Задолженность покупателей по срокам долга;

- Счета, не оплаченные покупателями.

Таким образом, по результатам оценки состояния организации и бухгалтерского учета расчетов с покупателями ООО «Праймтон» можно сделать вывод, что в целом работа организована на достаточно высоком уровне, при этом в дальнейшем рекомендуется разработать комплекс мер по совершенствованию бухгалтерского учета и контроля дебиторской задолженности.

В частности, с целью проведения дополнительного анализа потребности в продукции ООО «Праймтон» по регионам считаем целесообразным организовать систему аналитического учета дебиторской задолженности не только по срокам ее возникновения, как это осуществляется в настоящее время, но и по размерам долга, местонахождению дебиторов, предлагаемым условиям оплаты. Для этого в программу (в справочник контрагентов) необходимо добавить реквизиты «Регион», «Расстояние», а в справочнике договоров указать условия расчетов за продукцию. При этом реквизит «Расстояние» позволит анализировать транспортные расходы по доставке продукции.

Сделать работу пользователей эффективнее и повысить качество ведения бухгалтерского учета возможно путем применения в организации новых бухгалтерских программных продуктов на основе современных

технологий. Это позволит значительно сэкономить время выполнения некоторых типовых операций по учету расчетов с покупателями и расширить функциональные возможности автоматизированного учета.

Одним из таких возможных решений является использование программного продукта «Софт-портал: Сборщик долгов» на базе «1С: Предприятие 8». Программный продукт обеспечивает автоматизацию деятельности, направленную на полное взыскание долгов с дебиторов. Программа позволяет автоматизировать все стадии работы с дебиторской задолженностью (рисунок 2).

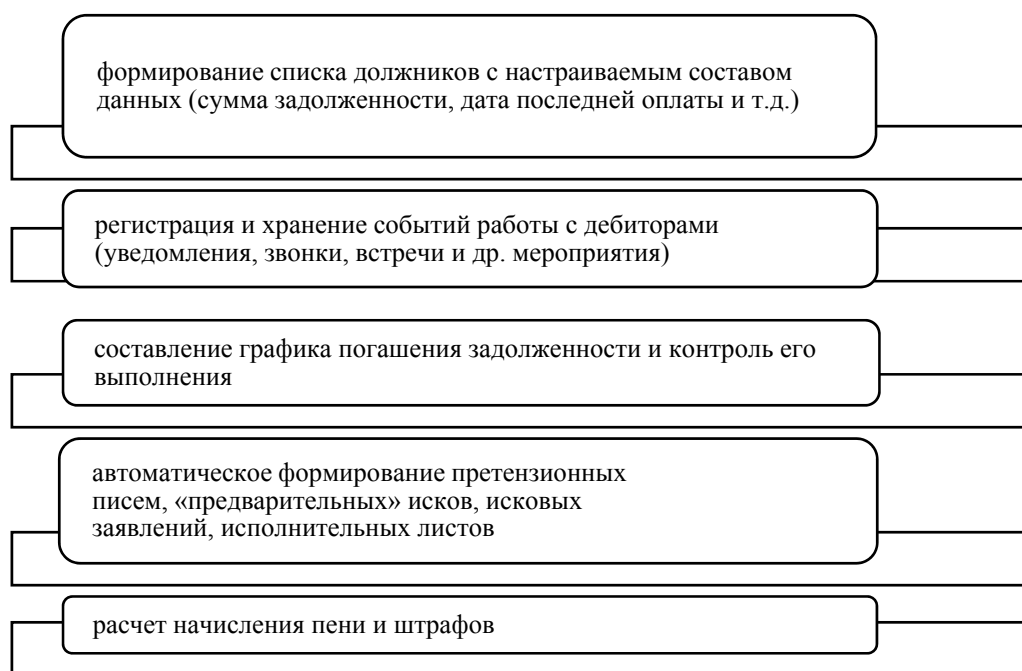


Рисунок 2. Возможности программного продукта «Софт-портал: Сборщик долгов»

В программу также включены многие другие возможности, позволяющие автоматизировать претензионную и исковую работу, работу с мораторной задолженностью, процессы исполнительного производства и реструктуризации задолженности.

Одним из элементов совершенствования бухгалтерского учета расчетов с покупателями является открытие к счету 63 «Резервы по сомнительным долгам» ряда субсчетов:

- 63.01 «Резерв по долгам, срок оплаты которых не наступил»;
- 63.02 «Резерв по долгам покупателей за проданную продукцию (работы, услуги)»;
- 63.03 «Резерв по долгам покупателей за проданные материалы, основные средства и нематериальные активы»;
- 63.04 «Резерв по авансам, выданным поставщикам»;

– 63.05 «Резерв по прочим сомнительным долгам».

Указанная группировка субсчетов, по нашему мнению, будет способствовать сопоставлению величины резерва в бухгалтерском учете с аналогичными данными для целей налогообложения, поскольку в налоговом учете резерв можно создавать только по задолженности покупателей за реализованную продукцию, товары, работы и услуги [3, с. 243].

Таким образом, формирование резерва по сомнительным долгам позволит ООО «Праймтон» снизить риски ущерба вследствие задержек платежей и предотвратить манипулирование финансовыми результатами. Также резерв по сомнительным долгам способствует оперативному управлению задолженностью, по которой существует неуверенность погашения еще до момента признания ее безнадежной. Кроме того, данный резерв является оптимальным способом повышения достоверности бухгалтерской отчетности, поскольку позволяет отразить сомнительную задолженность в соответствии с реальной вероятностью ее получения.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что правильно организованный учет, своевременный контроль и критическая оценка состояния расчетов с покупателями является одним из основных факторов обеспечения финансовой безопасности любого хозяйствующего субъекта.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс РФ, часть первая, от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (в ред. от 26.03.2022 г. № 67-ФЗ). (Правовой сервер «Консультант Плюс» / [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.consultant.ru).

2. Багирова С.М. Совершенствование контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью организации / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Инновационные разработки для развития отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 19 апреля 2019 года / под редакцией В.Н. Мазурова. Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Калужский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», 2019. С. 353-359.

3. Багирова С.М. Формирование резерва по сомнительным долгам как элемент совершенствования учетной политики / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Аграрная наука и развитие отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, приуроченной к 100-летию института, с. Калужская, 09 апреля 2020 года. Калуга: Калужский НИИСХ - филиал «ФИЦ картофеля им. А.Г. Лорха», 2020. С. 239-243.

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Лобач Ю.В., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены роль и значение плана движения денежных средств как неотъемлемого элемента финансового планирования. Обобщены основные этапы формирования плана движения денежных средств и преимущества его использования для укрепления платежеспособности организации.

Ключевые слова: платежеспособность, финансовое планирование, денежные потоки, план движения денежных средств.

FINANCIAL PLANNING AS A WAY OF OPTIMIZATION THE ORGANIZATION'S CASH FLOWS

Lobach Y.V., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper considers the role and importance of a cash flow plan as an integral element of financial planning. The main stages of the formation of a cash flow plan and the advantages of using it to strengthen the solvency of the organization are summarized.

Keywords: solvency, financial planning, cash flows, cash flow plan.

В настоящее время для принятия инвестиционных решений организациями, а также для банков, поставщиков и подрядчиков раскрытие информации о платежеспособности требуется для предоставления кредита или установления деловых отношений. Для подтверждения платежеспособности проверяется наличие средств на банковских счетах и краткосрочных финансовых вложений. Эти активы должны иметь оптимальную стоимость.

Каждая организация формирует собственные планы производственно-хозяйственной деятельности, самостоятельно оценивает потребность в финансовых ресурсах и эффективность их использования в производстве или в прибыльных инвестициях, несет полную ответственность за полу-

ченные результаты. В этих условиях возрастает роль финансовых планов организации с целью обеспечения координации работы всех подразделений организации, контроля за производственными процессами и рациональным использованием ресурсов, а также для стимулирования сотрудников [5, с. 113].

Неотъемлемой частью оперативного финансового планирования организации является план движения денежных средств (или бюджет денежных средств, или платежный календарь). По сути, этот документ представляет собой план поступления и расходования денежных средств на год по всем видам деятельности организации, который утверждается руководителем. Данный план позволяет выполнять ряд задач (рисунок 1).

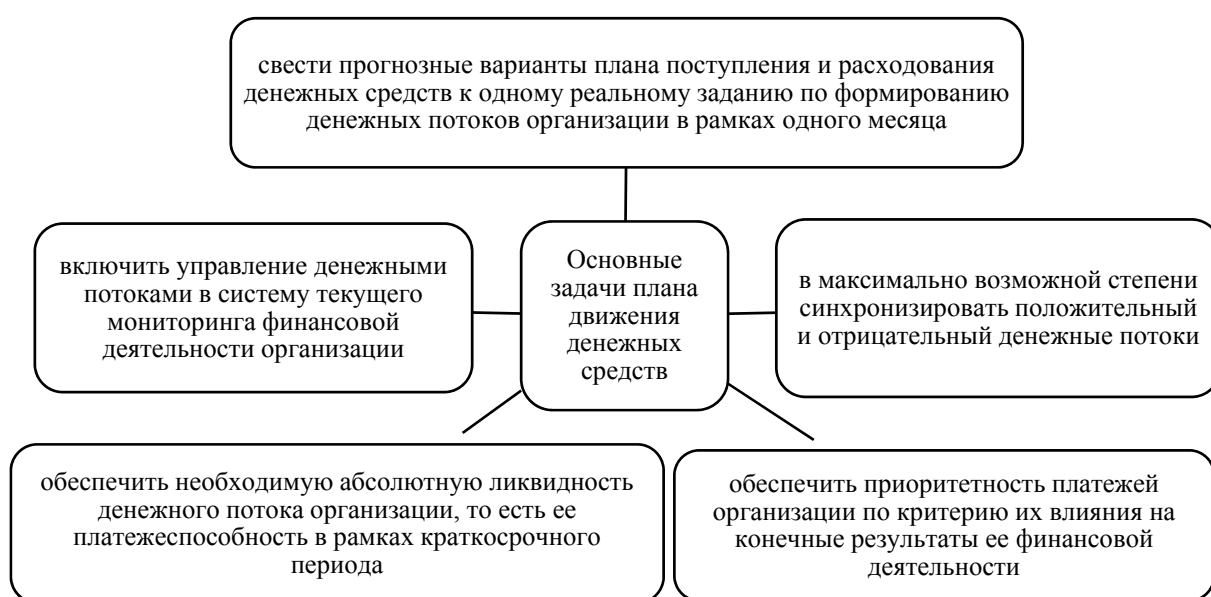


Рисунок 1. Основные задачи, решаемые с помощью плана движения денежных средств [2, с. 34]

Процесс формирования плана движения денежных средств включает ряд этапов (таблица 1).

Таблица 1. Этапы формирования плана движения денежных средств

Наименование этапа	Характеристика этапа
Подготовительный - формирование плановых данных	Этот процесс реализуется как часть подготовки плана движения денежных средств. На основе запланированных данных (годовых, с разбивкой по месяцам) осуществляется подробная детализация поступлений и платежей

Основной - определение детального перечня направлений, в разрезе которых будет проводиться формирование плана движения денежных средств	Это позволит создать инструмент для мониторинга предстоящих платежей и квитанций. После детализации списка (статьи плана движения денежных средств, контрагенты, контракты) формируется механизм составления и исполнения плана движения денежных средств. Поступления и платежи планируются на основании поданных заявок. После проверки на соответствие установленным лимитам заявленные платежи включаются в план. Сбалансированный с точки зрения поступлений и платежей план движения денежных средств является основой для составления реестра платежей и передачи его на исполнение [3, с. 225].
Заключительный – утверждение регламентов	Нормативные документы утверждаются приказом организации и являются обязательными для исполнения всеми подразделениями и сотрудниками организации. Внутренний документ, определяющий правила функционирования платежной системы организации, должен содержать информацию о порядке обработки заявок на оплату, сроках, лицах, ответственных за согласование и утверждающий документацию, обязанностях и полномочиях сотрудников, последовательности действий

Для составления плана движения денежных средств используются различные документы - планы продаж продукции, сметы производственных затрат, выписки со счетов организации и приложения к ним, контракты, счета-фактуры поставщиков, информация об условиях оплаты финансовых обязательств и т.д. [1, с. 357].

План движения денежных средств – таблица, в которой отражаются все денежные поступления в организацию: выручка от продаж, займы, ссуды-выручки по кредитам и т.д. Документ также должен содержать записи о платежах организации. В нем сумма планируемого к получению дохода должна как минимум соответствовать предполагаемым расходам, а предпочтительно превышать их. Пример плана движения денежных средств представлен в таблице 2.

Таблица 2. План движения денежных средств (график поступлений и платежей), тыс. руб.

№ п/п	Наименование статей	Январь	Февраль	Март	И т.д. по месяцам
	Остаток денежных средств на начало периода	3964	5479	6598	...
	ПЛАТЕЖИ				...
1	За сырье, материалы, топливо, энергию, товары, услуги	46 845	46 483	49 282	...
2	Платежи в бюджет и внебюд- жетные фонды	5285	5095	5303	...
3	Оплата труда работников	14 030	13 680	14 305	...
4	Проценты за кредит	390	450	430	...
5	Погашение долговых обяза- тельств	1302	1462	1462	...
6	Приобретение, создание, мо- дернизация, реконструкция и подготовка к использованию внеоборотных активов	1382	-	-	...
7	Прочие	2000	2614	1025	...
	ИТОГО ПЛАТЕЖИ	71 234	69 784	71 807	...
	ПОСТУПЛЕНИЯ				...
1	Выручка от продажи продук- ции, товаров, работ, услуг	70 078	68 000	68 002	...
2	Возврат предоставленных займов, продажа долговых ценных бумаг	100	-	-	...
3	Дивиденды, проценты по дол- говым финансовым вложениям	361	-	-	...
4	Кредиты и займы	210	2500	-	...
5	Прочие	2000	403	402	...
	ИТОГО ПОСТУПЛЕНИЯ	72 749	70 903	68 404	...
	Превышение платежей над по- ступлениями	-	-	3403	...
	Превышение поступлений над платежами	1515	1119	-	...
	Остаток денежных средств на конец периода	5479	6598	3195	...

План может быть составлен не только по месяцам, но и по неделям, дням, обновляться при необходимости.

Главной особенностью правильно составленного плана движения

денежных средств является его сбалансированность. Это помогает выявить нехватку средств в результате ошибок в финансовом планировании, выявить причины и наметить соответствующие меры по исправлению ситуации [4, с. 190]. При использовании плана движения денежных средств организация имеет ряд преимуществ (рисунок 2).



Рисунок 2. Преимущества плана движения денежных средств [5, с. 114]

Таким образом, в отличие от других финансовых планов, план движения денежных средств является гибким финансовым документом, который постоянно корректируется в зависимости от ситуации с денежными поступлениями и расходами и помогает организации контролировать денежные потоки с целью поддержания необходимого уровня ликвидности.

Библиографический список

1. Багирова С.М. Совершенствование контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью организации / С. М. Багирова, О. О. Салитанова // Инновационные разработки для развития отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 19 апреля 2019 года / под редакцией В.Н. Мазурова. Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Калужский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», 2019. С. 353–359.
2. Климова Н.В. Оптимизация денежных средств в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта / Н. В. Климова // Экономический анализ: теория и практика. 2019. № 29 (158). С. 30–37.
3. Ковалева, А.М. Финансы: учебник для академического бакалавриата / А.М. Ковалева [и др.]; под редакцией А.М. Ковалевой. 6-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 443 с.

4. Тепикин А.А. Анализ денежных потоков в ООО «Стрельня» Мосальского района Калужской области / А. А. Тепикин, С. М. Багирова // Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, посвящённой дню основания Российского государственного аграрного университета - Московской сельскохозяйственной академии имени К.А. Тимирязева, Калуга, 05–15 декабря 2022 года / Калужский филиал РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. Том 2. Калуга: ИП Якунина В.А., 2023. С. 189-193.

5. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практическое пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2022. 208 с.

УДК 657.633.5

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНТРОЛЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Лукьянченко М.С., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены и обобщены основные мероприятия, направленные на повышение эффективности контроля состояния, размера и динамики дебиторской задолженности коммерческих организаций.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, контроль, контрагенты, договор, реестр старения счетов, кредитный лимит, страхование дебиторской задолженности.

WAYS TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF CONTROL ACCOUNTS RECEIVABLE OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

Lukyanchenko M.S., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper considers and summarizes the main measures aimed at improving the effectiveness of monitoring the condition, size and dynamics of accounts receivable of commercial organizations.

Keywords: accounts receivable, control, counterparties, contract, register of aging accounts, credit limit, insurance of accounts receivable.

Кризисные явления современной экономики и усиление факторов неопределенности в условиях санкций могут вызвать увеличение вероятности возникновения рисков объективного и субъективного характера в деятельности хозяйствующих субъектов [3, с. 117].

В связи с этим рассмотрим ряд мер, которые могут быть рекомендованы к внедрению в коммерческих организациях с целью повышения эффективности контроля дебиторской задолженности.

На наш взгляд, необходимо проводить предварительный внутренний контроль контрагентов на предмет надежности, что является важным шагом при заключении контракта, особенно если контракт заключен на длительный срок и сопряжен с большими финансовыми затратами [6, с. 72]. Основную информацию о контрагентах можно получить из открытых интернет-источников, примерный список которых представлен в таблице 1:

Таблица 1. Перечень открытых источников сети Интернет [2, с. 353]

Источник в сети Интернет	Предмет проверки
1. www.nalog.ru	Проверка сведений в ЕГРЮЛ
2. http://kad.arbitr.ru	Проверка карточек арбитражных дел
3. https://service.nalog.ru/disqualified.do	Реестр дисквалифицированных лиц, в котором можно проверить присутствие руководителя контрагента
4. https://service.nalog.ru/addrfind.do	Сведения об адресах массовой регистрации
5. https://service.nalog.ru/baddr.do	Сведения о юридических лицах, связь с которыми по указанному ими адресу (месту нахождения), внесенному в ЕГРЮЛ, отсутствует
6. https://service.nalog.ru/zd.do	Сведения об организациях, не исполняющих обязанности по налогам
7. http://www.fedresurs.ru	Проверка реестров существенных фактов

Таким образом, рассмотренные информационные ресурсы позволяют выявить качество контрагентов, их платежеспособность, добросовест-

ность, а также оценить потенциал для дальнейшей работы. Конечно, это не 100% гарантия, но может послужить источником дополнительной информации при выборе надежного контрагента.

Важной составляющей является правильный документооборот по учету операций с дебиторами, который закреплен в учетной политике организации, утвержденной приказом руководителя. В учетной политике указаны формы представления документов в бухгалтерскую службу, сроки, ответственные лица. В случае несвоевременного получения документов главный бухгалтер (или другое лицо, на которое возложены бухгалтерские обязанности) должен оформить руководителю служебную записку о применении санкций.

Считаем целесообразным провести внутренний аудит каждого документа, который используется для оформления операций с дебиторами, что будет способствовать повышению качества подготовки и достоверности бухгалтерской информации. Это занимает гораздо меньше времени, чем создание нового документа в случае ошибок. Взаимозаменяемость сотрудников растет, и в будущем время на исправление ошибок будет только сокращаться, что положительно скажется на организации бухгалтерского учета.

Поскольку функции контроля уровня дебиторской задолженности в организациях часто распределяются между разными отделами, одной из рекомендаций может быть объединение сотрудников этих отделов в обособленную структуру для синхронизации процесса управления (например, комиссию). Сформированная комиссия будет выступать в качестве консультативного органа в рамках управления дебиторской задолженностью. Руководитель организации будет осуществлять мониторинг и оценку эффективности работы комиссии. В то же время данная организационная структура управления не требует внесения изменений в штатное расписание.

В обязанности комиссии могут входить следующие виды деятельности:

- 1) в целях обеспечения финансовой безопасности хозяйствующего субъекта необходимо анализировать и отслеживать состав и структуру дебиторской задолженности по каждому покупателю по срокам ее возникновения или срокам ее возможного погашения, что будет способствовать своевременному выявлению просроченной задолженности и позволит принять необходимые меры для ее взыскания. Аналогичные процедуры рекомендуются в отношении кредиторской задолженности.

Информация о сроках формирования (погашения) задолженности может быть обобщена в специальном документе, например, «реестре старения» счетов. Приблизительная форма этого документа представлена в таблице 2:

Таблица 2. «Реестр старения» счетов дебиторов (данные условные)

№ п/п	Наименование дебиторов	Дебиторская задолженность, руб.					Доля, %
		до 30 дней	31-60 дней	61-90 дней	свыше 90 дней	всего	
1	Контрагент X	65 800	36 200	-	-	102 000	25,9
2	Контрагент Y	-	54 000	29 500	-	83 500	21,2
3	Контрагент Z	111 300	43 000	30 000	24 000	208 300	52,9
	...	...	...	...	...	...	...
	Всего	177 100	133 200	59 500	24 000	393 800	100,0
	Доля, %	45,0	33,8	15,1	6,1	100,0	x

2) постоянно следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности, поскольку если суммы дебиторской задолженности значительны, то возникает необходимость привлечения дополнительных источников финансирования, а если уровень кредиторской задолженности значительно превышает дебиторскую задолженность, возникает риск неплатежеспособности организации;

3) следить за оборачиваемостью дебиторской и кредиторской задолженности, постоянно отслеживать динамику расчетов по просроченной задолженности, поскольку в условиях инфляции отложенные сроки платежей приводят к тому, что организация фактически получает только часть стоимости отгруженной продукции, оказанных услуг или выполненных работ [5, с. 154].

Для взыскания дебиторской задолженности можно использовать методы психологического воздействия на должников, например, напоминания по телефону, рассылку писем на электронную почту, отправку досудебных претензий, распространение информации о текущей ситуации в средствах массовой информации. Эти меры эффективны в течение короткого периода задолженности (до 30 дней).

Еще одним методом воздействия на должников можно считать подарки, поздравления, открытки и другие презенты. Этот метод значительно повышает лояльность партнеров, так как дает понять, что организация заботится о них.

Еще одним направлением совершенствования контроля дебиторской задолженности может стать разработка индивидуальной кредитной политики для каждого из покупателей. В частности, установление кредитных лимитов, т.е. максимально допустимых сумм дебиторской задолженности,

как для организации в целом, так и для каждого контрагента, способствует предотвращению возникновения непредсказуемых долгов [4, с. 192].

Прежде чем предоставить кредит, необходимо тщательно проанализировать финансовую отчетность покупателя. Нужно быть осторожным с клиентами, которые занимаются бизнесом менее одного года (около 50% коммерческих организаций терпят крах в течение первых двух лет). Необходимо модифицировать кредитные лимиты и ускорить истребование платежей исходя из изменений в финансовом положении покупателя. Для этого можно приостановить предоставление услуг до тех пор, пока не будут произведены платежи, и потребовать имущественный залог в поддержку сомнительных счетов (стоимость имущественного залога должна равняться или превышать остаток на счете). Существуют разные подходы, но обычно расчет кредитного лимита включает в себя следующие этапы (рисунок 1).

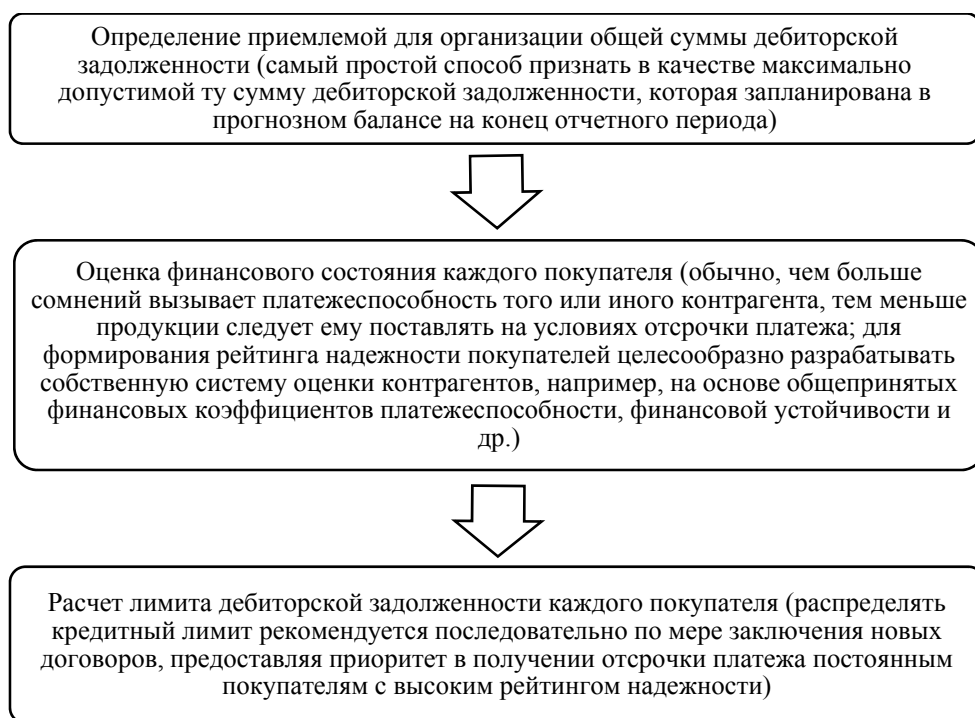


Рисунок 1. Алгоритм расчета кредитного лимита для покупателей [1, с. 47]

Многие организации предоставляют своим контрагентам отсрочку платежа, что дает конкурентные преимущества и стимулирует продажи, но, если долг покупателя ничем не обеспечен, у организации возникает риск неоплаты дебиторской задолженности. Поэтому еще одним весьма перспективным направлением повышения эффективности контроля дебиторской задолженности может стать ее страхование.

Страхование позволяет возместить расходы продавца на взыскание просроченной задолженности с покупателя. При страховании организация получает снижение затрат за счет детальной проверки покупателей страховой компанией, минимизации уровня резервирования убытков и возможности обеспечения застрахованной дебиторской задолженности для обеспечения текущих кредитных операций.

Перед заключением договора организации необходимо заполнить анкету, в которой указаны общая информация о компании, годовой оборот, ожидаемый по страхованию, данные о среднем обороте должников, список из 20-25 крупнейших должников и сумма убытков в результате невозврата долгов. После заполнения анкеты страховая компания проверяет должников с целью установления для них кредитных лимитов, рассчитывает стоимость страховки, и после согласования условий подписывается договор. Страховой тариф рассчитывается в процентах от торгового оборота или в процентах от остатка дебиторской задолженности на конец периода. Размер тарифа, как и размер страховой премии, зависит от ряда критериев (отрасль, география поставок, величина застрахованного оборота, продолжительность отсрочки платежа, история убытков и т.д.).

Одной из компаний, предлагающих услуги по страхованию дебиторской задолженности, является ООО СК «Сбербанк страхование» (рисунки 2).

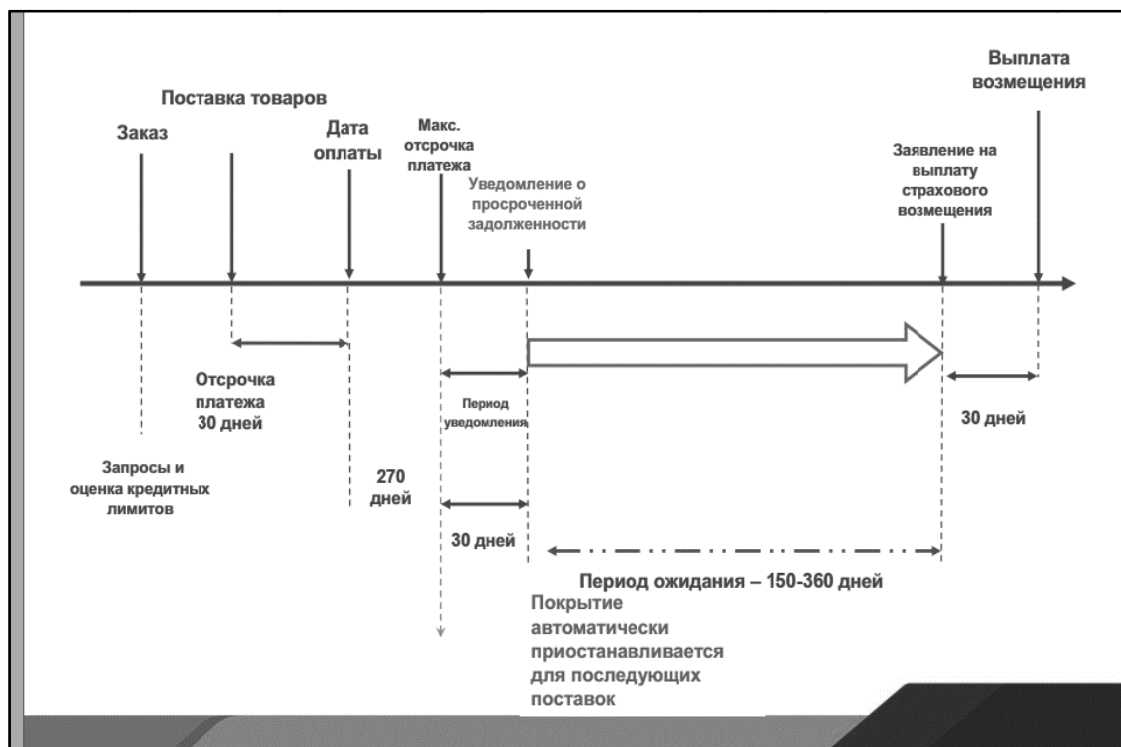


Рисунок 2. Сущность кредитного страхования и принцип работы договора

В случае наступления страхового случая (невозврата дебиторской задолженности) работа по урегулированию убытков проводится страховой компанией совместно со страхователем по следующему алгоритму:

СТАДИЯ 1. Сбор и анализ информации. Установление конкретных причин задержки платежей.

СТАДИЯ 2. Уведомление контрагента (с предварительного согласия страхователя).

СТАДИЯ 3. Определение точек взаимодействия и мер по сокращению задержки платежей.

СТАДИЯ 4. Применение плана по сокращению задолженности контрагента (по согласованию со страхователем).

Таким образом, программа страхования торгового кредита обеспечит организации защиту от недобросовестных контрагентов и покроет риски невозврата дебиторской задолженности.

Полагаем, что применение вышеуказанных рекомендаций в практической деятельности коммерческих организаций позволит осуществлять мониторинг формирования и состояния дебиторской задолженности, определять направления кредитной политики, прогнозировать сроки погашения дебиторской задолженности, разрабатывать планы и определять приемлемые методы ускорения погашения задолженности.

Библиографический список

1. Алексеева Г.И. Актуальные аспекты учета и управления дебиторской задолженностью в современных условиях / Г.И. Алексеева, А.М. Парагульников // Международный бухгалтерский учет. 2021. № 20. С. 46-50.

2. Багирова С.М. Совершенствование контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью организации / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Инновационные разработки для развития отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 19 апреля 2019 года / под редакцией В.Н. Мазурова. Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Калужский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», 2019. С. 353–359.

3. Иванова А.Р. Основные проблемы при управлении дебиторской задолженностью в контексте экономической безопасности предприятия / А.Р. Иванова, И.В. Дмитриева. Текст: непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2017 г.). – Москва: Буки-Веди, 2017. С. 117–119.

4. Михаленок Н.О. Дебиторская и кредиторская задолженность: принципы анализа, классификации и методика внутреннего контроля /

Н.О. Михаленок, О.В. Шнайдер // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 7. № 1. С. 191–194.

5. Сапожникова Н.Г. О контроле дебиторской и кредиторской задолженности корпорации / Н.Г. Сапожникова, О.Ю. Трунаева // Инновационная наука. 2016. № 9. С. 152–157.

6. Шатина Е.Н. Внутренний контроль: методические особенности проверки контрагентов на благонадежность / Е.Н. Шатина, С.В. Козменкова, Э.Б. Фролова // Международный бухгалтерский учет. 2018. № 15–16. С. 67–79.

УДК 338

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ

*Мардоян Ш.А., магистрант, 1 года обучения
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос формирования качественной и эффективной системы стратегического управления компании. Приведена сформировавшаяся на сегодня типизация стратегий телекоммуникационных компаний.

Ключевые слова: стратегия, реализация стратегии, стратегическое развитие, управление.

THE COMPANY'S STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM

*Mardoyan Sh.A. Master's student, 1 year of study
Scientific supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics,
Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article considers the issue of forming a high-quality and effective strategic management system of the company. The typification of strategies of telecommunication companies formed for today is given.

Keywords: strategy, strategy implementation, strategic development, management.

Отсутствие осознанного целостного сбалансированного стратегического выбора высшего менеджмента ПАО «ВымпелКом» обусловлено противоречием между стремлением осуществлять развитие бизнеса по

стандартам мирового менеджмента и нулевым уровнем финансирования практик и консультаций в области корпоративного управления и финансового менеджмента. То есть существуют основания квалифицировать инновационные стратегии компании как защитные, а стратегия ПАО «ВымпелКом» идентифицируется как стабилизационная, которую используют компании со слабой конкурентной позицией.

Предложенный методический подход к идентификации стратегии имеет универсальный характер, что иллюстрируется результатами ранжирования на основе ее использования крупных компаний телекоммуникационной отрасли (рис. 1).

Классы инновационной стратегии	Наступательная	Стратегия Инновационного разворота	Стратегия инновационного лидерства МТС
	Защитная	Стабилизационная стратегия Вымпелком Мегафон	Стратегия инновационного роста имитационного типа Tele2

Рисунок 1. Типизация стратегий телекоммуникационных компаний

Эта процедура имеет принципиальное значение для выбора дальнейшего сценария реформирования системы стратегического управления компании на основе сбалансированной системы показателей с целью повышения ее эффективности.

Итак, механизм интеграции ССП в систему управления организации предполагает использование различных, в том числе простейших методологических форм сбалансированной системы показателей как инструмента идентификации и обоснованного выбора стратегии инновационного развития, что в свою очередь становится необходимым этапом формирования сбалансированного стратегического управления организацией [1].

По результатам идентификации стратегии ПАО «ВымпелКом» формализовано корпоративную философию управления компании в соответствии с требованиями по формированию эффективной миссии, общемировых тенденций корпоративного управления, результатов стратегического и финансово-экономического анализа (рис. 2).

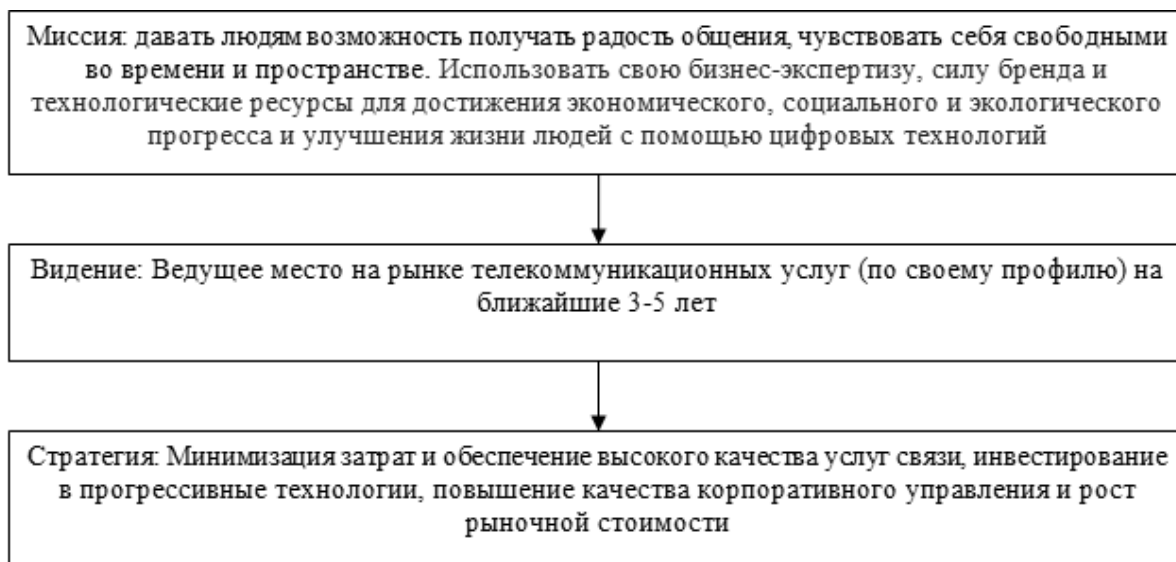


Рисунок 2. Формализация стратегии ПАО «ВымпелКом»

Анализ конкурентных позиций телекоммуникационных компаний Российской Федерации (рис. 2), стратегии которых идентифицируются как стратегия инновационного лидерства и стратегия инновационного роста имитационного типа, приводит к выводу, что сохранение конкурентной позиции ПАО «ВымпелКом» и успешная реализация генеральной стратегии требуют изменения акцентов в ее структуре в сторону инновационных стратегий. Прежде всего, в условиях существующих финансовых ограничений, речь идет о потенциале формирования сбалансированного управления компанией на основе ССП.

Формализация генеральной стратегии требует ее обязательную декомпозицию на уровне компании с учетом ключевых бизнес процессов и интересов всех групп экономико-управленческого влияния [5]. Экспертным методом установлено, что для ПАО «ВымпелКом» ключевыми процессами, которые позволяют реализовывать определено стратегию и обеспечивают эффективное функционирование цепочки создания стоимости компании, выступают процессы в сфере снабжения, производства услуг связи и сбыта. Формулирование стратегических проекций, CSFs и соответствующих показателей осуществлено на основе экспертной процедуры аналитического процесса иерархии». Она позволила определить такие важные для компании группы экономико-управленческого влияния: собственники / менеджмент, инвесторы, потребители, работники, поставщики.

В соответствии с этим ПАО «ВымпелКом» должен реализовывать определенную стратегию в пределах 5-ти стратегических проекций: финансы-инвесторы, поставки, производство, сбыт персонал-системы. В таблице 1 представлена декомпозиция стратегических целей телекоммуникационной компании по определенным проекциям.

Таблица 1. Стратегические перспективы и цели ПАО «ВымпелКом»

Стратегическая перспектива		Стратегические цели (стратегические темы)	Ключевые факторы успеха (функциональные цели)
Финансы-инвесторы		Стоимостно-ориентированная компания	Эффективное стратегическое управление
			Расширение масштабов бизнеса
			Эффективная операционная деятельность
			Ликвидность и платежеспособность
			Финансовая устойчивость
			Эффективное управление рисками
Бизнес-процессы	Разработка, сетевая эксплуатация и управление услугами	Обеспечение конкурентных преимуществ	Ритмичность производства услуг
			Полная эксплуатация инфраструктуры
			Эффективное использование ресурсов
			Операционное совершенство
			Эффективное использование производственных фондов
			Соответствие услуг связи мировым стандартам качества
			Увеличение добавочной стоимости в бизнесе
			Экономия затрат на материалы, энергетику, производство услуг, логистику
			Модернизация оборудования и обновление технологий
	Сбыт	Клиентоориентированная компания	Развитие и оптимизация портфеля продуктов и услуг
			Развитая абонентская и клиентская база
			Поддержка имиджа компании как новатора

Персонал-системы	Стратегическое ориентированное предприятие	Адекватная требованиям инновационного развития корпоративная культура
		Высококвалифицированный и мотивированный персонал
		Эффективный кадровый менеджмент
		IT-поддержка эффективного управления бизнесом
		Разработка бизнеса по стандартам мирового менеджмента

На уровне перспективы «персонал-системы» квалифицированные, мотивированные и объединенные общим видением сотрудники, используя развитую инфраструктуру, обеспечивают рост производительности труда и высокую эффективность бизнес-процессов.

Реализация ключевых факторов успеха дает компании новое качество стратегически ориентированной. Налаженные бизнес-процессы (перспективы: «поставка» – «производство услуг» – «сбыт») обеспечивают эффективное управление запасами, рост конкурентных преимуществ и превращают компанию в клиентоориентированную.

Стабильность позиции ПАО «ВымпелКом» на рынке телекоммуникационных услуг, ее новаторский имидж и реализация перспектив выхода на новые рынки служат залогом достижения финансовых целей. Финансово-экономическая стабилизация и повышение чистой прибыли обеспечивают повышение рентабельности платежеспособность и финансовую устойчивость. Рост на этой основе рыночной стоимости демонстрирует совершенство корпоративного управления, открывает широкие возможности повышения инвестиционной привлекательности и устойчивого развития. Следовательно, достигается баланс экономических интересов всех групп экономико-управленческого влияния, согласование их функциональных целей, подчинение последних достижению генеральной стратегии.

Библиографический список

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020. 375 с.
2. Никифорова Н.А. Стратегии, риски и их анализ в концепции устойчивого развития организации: монография / Никифорова Н.А. Москва: КноРус, 2021. 282 с.
3. Губанова Е.В., Полищук, А.П. Оценка процесса принятия управленческих решений в деятельности коммерческой организации / Е.В. Гу-

банова, А.П. Полищук // Глобальные и региональные вызовы современной экономики. Пенза, 2020. С. 203–212.

4. Худякова Т.А. Экономика предприятия / Т.А. Худякова, А.В. Шмидт. Челябинск: Издат. центр ЮУрГУ, 2012. 143 с.

5. Губанова Е.В. Карта стратегических целей как инструмент повышения эффективности управления организацией / Е.В. Губанова, М.А. Демичева // Калужский экономический вестник. 2020. № 1. С. 62–65.

УДК 657.631.6

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Матвеева Д.А., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе обобщены и классифицированы понятия дебиторской задолженности, рассмотрены факторы влияния дебиторской задолженности на финансовую безопасность хозяйствующих субъектов, основные задачи и элементы системы управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, финансовая безопасность, управление дебиторской задолженностью, сомнительный долг, кредитоспособность.

ACCOUNTS RECEIVABLE MANAGEMENT AS A TOOL TO STRENGTHEN THE FINANCIAL SECURITY OF AN ECONOMIC ENTITY

Matveeva D.A., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper summarizes and classifies the concepts of accounts receivable, considers the factors of the influence of accounts receivable on the financial security of economic entities, the main tasks and elements of the accounts receivable management system.

Keywords: accounts receivable, financial security, accounts receivable management, doubtful debt, creditworthiness.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности организации постоянно возникает необходимость производить расчеты со своими контрагентами, бюджетом и налоговыми органами. При отгрузке произведенной продукции или оказании каких-либо услуг организация, как правило, не получает деньги к оплате сразу, то есть фактически кредитует клиентов. Следовательно, в период с момента отгрузки продукции до момента оплаты денежные средства хозяйствующего субъекта «омертвляются» в виде дебиторской задолженности, уровень которой определяется многими факторами: видом продукции, емкостью рынка, степенью насыщения рынка этим товаром, условиями контрактов, системой расчетов, принятой в организации, и т.д. [2, с. 357].

Обзор различных определений понятия «дебиторская задолженность», представленных в таблице, позволяет резюмировать, что под дебиторской задолженностью следует понимать сумму, причитающуюся данной организации от других юридических лиц, а также от граждан.

Таблица 1. Трактовки термина «дебиторская задолженность»

Автор	Содержание понятия «дебиторская задолженность»
Г. И. Алексеева [3, с. 240]	Сумма долгов, которые должны предприятию, фирме, компании со стороны других экономических субъектов или граждан, являющихся их должниками – дебиторами
Е. С. Аникина [1, с. 191]	Составная часть оборотных активов, которая является обязательством одной стороны перед другой с правом требования на основании договора или закона, которое отражается на счетах бухгалтерского учета и является специфической формой кредитования
Н. А. Карнаухова [4, с. 21]	Долги других лиц перед данной организацией, отражение которой в бухгалтерском учете выражено как имущество организации
Е. А. Смородина [5, с. 72]	Задолженность охватывает все расчеты предприятия-поставщика с предприятиями-покупателями (заказчиками) и является предпосылкой кредиторской задолженности; это то, что контрагенты должны данной организации
Л. Б. Сунгагуллина [2, с. 353]	Сумма долга со стороны потребителя услуг или прочих дебиторов организации за уже оказанные услуги или отгруженные товары

Дебиторская задолженность может быть классифицирована по ряду характеристик:

- 1) по содержанию обязательств – задолженность, связанная и не связанная с реализацией продукции (товаров, работ, услуг);
- 2) по продолжительности – текущая (краткосрочная) и долгосрочная;
- 3) по своевременности оплаты – обычная и просроченная. Последнюю можно разделить на сомнительные и безнадежные долги.

Наличие договорных отношений с контрагентами приводит к образованию дебиторской задолженности, когда момент перехода права собственности на товары (работы, услуги) и их оплата не совпадают по времени. С увеличением объемов и формированием новых рынков сбыта растет и дебиторская задолженность. В то же время важно соблюдать платежный баланс, нарушение которого влечет за собой риск стать неплатежеспособ-

ным из-за нехватки средств, соответственно, финансовая безопасность хозяйствующего субъекта оказывается под угрозой (рисунок 1).

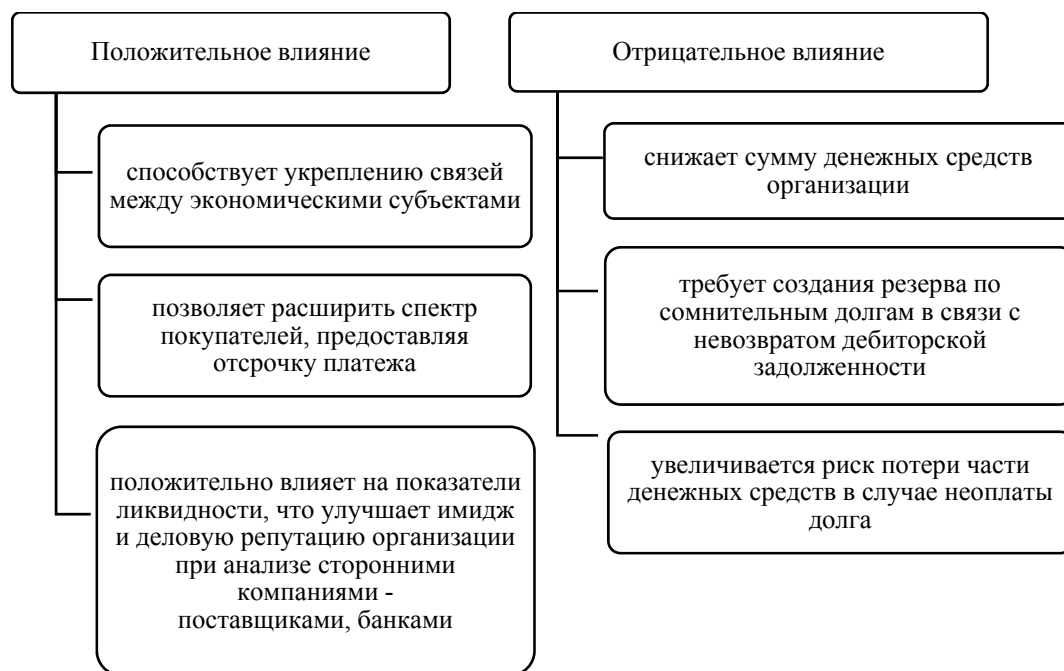


Рисунок 1. Влияние дебиторской задолженности на финансовую безопасность хозяйствующего субъекта

Исходя из этого, важным критерием финансовой безопасности является оценка и анализ состояния управления дебиторской задолженностью. Анализ дебиторской задолженности необходим организациям, функционирующим на современном нестабильном рынке.

Согласно статистике, дебиторская задолженность составляет 33-35% всех активов организаций, поэтому управление дебиторской задолженностью является частью краткосрочной финансовой политики организации, которая минимизирует риски потери средств организации [1, с. 191].

Суть управления дебиторской задолженностью заключается в ускорении платежей от клиентов компании, снижении доли долгов, платежи по которым сомнительны или точно не будут получены.

Систему управления дебиторской задолженностью можно разделить на два больших блока:

- кредитная политика, позволяющая наиболее эффективно использовать дебиторскую задолженность в качестве инструмента увеличения продаж;
- комплекс мер, направленных на снижение риска возникновения просроченной или безнадежной к взысканию дебиторской задолженности [3, с. 241].

В качестве основных задач управления дебиторской задолженностью можно выделить следующие:

- ограничение приемлемого уровня дебиторской задолженности;
- определение условий продаж продукции, товаров, работ, услуг, позволяющих гарантировать необходимую величину денежного потока;
- расчет скидок или надбавок к цене для различных групп покупателей с учетом соблюдения ими платежной дисциплины;
- ускорение процесса взыскания задолженности;
- сокращение бюджетных долгов;
- оценка величины вероятных затрат, связанных с дебиторской задолженностью, то есть упущенной выгоды в результате отвлечения из оборота средств, аккумулированных счетах дебиторской задолженности [5, с. 73].

Управление дебиторской задолженностью включает в себя несколько направлений деятельности (рисунок 2).



Рисунок 2. Управление дебиторской задолженностью

Таким образом, важным условием поддержания требуемого уровня платежеспособности, а, следовательно, и финансовой безопасности любой организации, является эффективное управление составляющей оборотных активов – дебиторской задолженностью.

Библиографический список

1. Аникина Е.С. Теоретические аспекты дебиторской задолженности, ее специфика и особенности / Е.С. Аникина. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 2 (240). С. 191-193.
2. Багирова С.М. Совершенствование контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью организации / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Инновационные разработки для развития отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 19 апреля 2019 года / под редакцией В.Н. Мазурова. Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Калужский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», 2019. С. 353-359.
3. Багирова С.М. Формирование резерва по сомнительным долгам как элемент совершенствования учетной политики / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Аграрная наука и развитие отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, приуроченной к 100-летию института, с. Калужская, 09 апреля 2020 года. Калуга: Калужский НИИСХ - филиал «ФИЦ картофеля им. А.Г. Лорха», 2020. С. 239-243.
4. Карнаухова Н.А. Анализ просроченной дебиторской задолженности организации / Н. А. Карнаухова. Текст: непосредственный // Экономика, управление, финансы: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). Краснодар: Новация, 2018. С. 21-24.
5. Смородина Е.А. Дебиторская задолженность на предприятии: методы анализа и управления / Е.А. Смородина, Н.Н. Мурашев. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 30 (268). С. 71-73.

УДК 657.6

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

*Матюшкина Е.В., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе обобщены и классифицированы понятия аудита коммерческих организаций. Рассмотрено проведение аудита в России, внедрение новых аспектов в финансовом контроле, исходя из введенных санкций.

Ключевые слова: аудит, финансовый контроль, обязательный аудит, Международные стандарты финансовой отчетности, бухгалтерская финансовая отчетность, Саморегулируемые организации аудиторов, индивидуальные аудиторы.

FEATURES OF THE AUDIT OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS UNDER SANCTIONS

Matyushkina E.V. bachelor's degree of the 4th year

*Supervisor: V.N. Erokhin, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper summarizes and classifies the concepts of audit of commercial organizations. The audit in Russia, the introduction of new aspects in financial control, based on the sanctions imposed, are considered.

Keywords: audit, financial control, mandatory audit, International Financial Reporting Standards, accounting financial statements, Self-regulatory audit organizations, individual auditors.

В современных реалиях невозможно отрицать влияние санкций на экономическую сферу деятельности российских организаций. «Санкции против России – ограничительные политические и экономические меры, введенные государствами и международными организациями в отношении России, Белоруссии и ряда российских и белорусских лиц и организаций, которые причастны к признанию независимости ДНР и ЛНР, а также в связи с со специальной военной операцией на Украине в 2022 году». Колоссальное влияние санкции, введенные против нашей страны, оказали на международные отношения с другими странами. Совокупность стран, присоединившихся к санкционному воздействию на Россию, включает: ЕС, США, Великобритания, Швейцария, Канада, Япония, Австралия. Пострадали сектора торговли, промышленности, туризма. Ограничивается рынок сбыта, организации начинают нести убытки, все это приводит к вынужденному изменению законодательства.

Санкции повлияли и на сферу аудита, – сокращается количество аудиторских организаций, в следствии изменения нормативно-правовых актов. В России на фоне коронавирусной инфекции 2020 г. и последствий санкционного воздействия меняются условия предоставления отчетности, меняются и условия проведения обязательного аудита. Кризис 2020 года затронул практически всех клиентов аудиторских компаний и вынудил их искать любые возможные резервы сокращения затрат, в числе которых оказались и аудиторско-консалтинговые услуги. Клиенты стали отказы-

ваться от инициативного аудита, откладывая его на более поздние сроки [1]. Тоже самое происходит и сейчас в 2023 году, когда мы можем ощутить последствия вторичного характера.

В следствии этого тема данной статьи является актуальной, так как приведенные исследования процесса проведения аудита в коммерческих организациях помогут спрогнозировать дальнейшие перспективы развития аудита в России.

Для того, чтобы понять, какие аспекты в отрасли аудита затронул кризис, обратимся к статистике. До 2021 г. обязательный аудит проводился в организациях, выручка которых превышала 400 млн. руб., однако, можно отметить, что начиная с 2021 г. выручка таких организаций должна была превышать 800 млн. руб. Исходя из ФЗ от 24.07.2007 №209-ФЗ [2], в 2021 г. малый бизнес освободился от обязательного аудита, поэтому спрос на такие услуги снизился, а число аудиторских компаний уменьшилось.

А 22 февраля 2022 Госдума приняла в первом чтении законопроект, предусматривающий отмену обязательного аудита для части непубличных акционерных обществ (АО). Документ был инициирован правительством РФ [3]. Обязательный аудит отменили вначале для среднего и малого предпринимательства, а затем и для некоторых акционерных обществ. Естественно, в следствии этого появилась необходимость в сокращении многих аудиторских компаний, таким образом, казначейству будет проще контролировать меньшее количество аудиторов. (табл.1).

Таблица 1. Динамика аудиторских организаций в России

	01.01.2020	01.01.2021	01.01.2022
Имеют право на осуществление аудиторской деятельности - всего, тыс.	4,5	4,2	3,9
в том числе			
аудиторские организации	3,9	3,6	3,4
из них			
организации, в штате которых имеется аудитор с единым аттестатом	1,9	1,8	1,8
индивидуальные аудиторы	0,6	0,6	0,5
Аудиторы – всего, тыс.	18,8	17,5	17,0
из них			
сдавшие квалификационный экзамен на получение единого аттестата	4,7	4,6	4,6

Таким образом, можно заметить значительное снижение показателей. Согласно, статистики, представленной Минфином РФ, за последние годы снижение аудиторских организаций составило около 17%.

Для того, чтобы сохранить «на плаву» компании, чья деятельность сильно ухудшилась под влиянием санкций, правительство разработало меры поддержки малому бизнесу и некоторым компаниям.

Исходя из Федерального закона от 16.04.2022 № 99-ФЗ и Федерального закона от 16.04.2022 № 114-ФЗ в указанных выше нормативных актах (ст. 67.1 ГК РФ и ст. 88 Федерального закона от 26.12.1995 № 208) произошли изменения, которые вступили в силу 1 января 2023 года. В следствии нововведений ежегодно проводить аудит обязаны только публичные акционерные общества. Существенным изменением в законодательстве, касаясь аудита, стала поправка, исходя из которой, не подлежат обязательному аудиту непубличные акционерные общества, если численность их сотрудников меньше 50 человек и размер уставного капитала менее 10 тыс. руб. Целью данной поправки является сокращение издержек малого бизнеса, которые возникли в следствии влияния санкций.

Из России в период санкций ушли «аудиторские компании большой четверки», что стало ударом по сфере финансового контроля. Так как их услуги попали под влияние санкций, в 2022 г. Deloitte, PWC, Ernst & Young и KPMG заявили о своём прекращении работы в РФ. Однако данные компании создали самостоятельные организации в РФ, отделив свои подразделения от международной сети [4]. Например, Deloitte теперь работает под брендом «Деловые решения и технологии», а PwC – как «Технологии доверия».

Глобальный единый общий экономический мир явным образом распадается на закрытые кластеры. Россия не может претендовать на формирование собственного такого кластера, если она не обеспечит в его пространстве доминирование собственных юридических и хозяйственных правил. Ликвидация олигополии «большой аудиторской четверки», в этом смысле, является для РФ безусловно обязательной задачей [5].

В следствии повышения инфляции и кризисной ситуации в экономике России в последние два года, также произошло снижение объема обязательного аудита, в том числе в денежном выражении. Бизнес стремится минимизировать издержки, и получается экономия, в том числе и на затратах на проведение обязательных процедур.

В нововведениях также было определено какие аудиторские организации смогут обслуживать общественно важные компании.

Ранее такого реестра не было, но аудиторские организации были обязаны уведомлять о начале оказания услуг по проведению обязательно-

го аудита отчетности «общественно значимых организаций» Федеральное казначейство.

Это касается аудита отчетности за 2023 год и далее. Сопутствующие аудиту услуги общественно значимым организациям оказывают только такие аудиторские организации начиная с 1 января 2023 года.

Деятельность индивидуальных аудиторов также была напрямую затронута изменениями в законодательстве, так как с 2023 года им запретили проводить обязательный аудит, что касается также общественно значимых организаций.

На фоне конфликта с западными странами возникла неоднозначная идея отказа от МСФО, однако глава Минфина РФ Антон Силуанов считает, что российским компаниям не нужно отказываться от международных стандартов, так как МСФО нисколько не ущемляет суверенитет страны.

Компаниям, которым могут грозить санкции в большей степени, Правительство РФ разрешило не раскрывать информацию полностью, которая ранее подлежала раскрытию. Сделано это было для того, чтобы обезопасить организации, если раскрытие информации могло повлечь за собой наложение ограничений, и действовала данная привилегия до 2022 г.

Таким образом, для России это изменение неоднозначно. С одной точки зрения, компании больше не будут иметь доступа к технологиям аудиторских платформ и мировым стандартам, что приведет к снижению качества услуг и увеличению сроков выполнения работ. С другой точки зрения, организациям больше не придется платить за использование иностранных брендов, и они смогут направить эти средства на развитие новых офисов в России.

Российский рынок аудита создает условия для выхода на него новых аудиторских крупных компаний и открывает значительные возможности для российских компаний. Отказ международных компаний от сотрудничества с Российской Федерацией приводит к внушительным финансовым издержкам и ослаблению их влияния на российскую экономику.

Пути развития аудита РФ:

- 1) развивать национальные компании, путем отделения от международных организаций;
- 2) восполнять потерянные связи, не позволяя устанавливать контроль на своём рынке;
- 3) развивать отечественные предприятия, чтобы в будущем на мировом рынке они смогли быть более конкурентноспособными.

Также, однозначно, деятельность российских аудиторских организаций необходимо регулировать на законодательном уровне. Существенное

влияние на развитие аудита может оказать процесс цифровизации и внедрение новых технологий выявления рисков, анализа деятельности клиентов и обнаружения аномалий в операциях.

В области аудиторской деятельности возникает большое количество проблем в условиях санкционного воздействия. Кризис привел к снижению прибыльности предприятий, развитию скрытой экономики, ухудшению качества аудиторских услуг и уходу предприятий с рынка. Существует потребность в международных компаниях, которые хотят работать с российскими компаниями, чтобы адаптироваться к нововведениям. В данной ситуации существуют и благоприятные перспективы развития аудита в РФ. С целью улучшения качества предоставляемых услуг и обеспечения дополнительного финансирования, возможно реализовать несколько мероприятий. Одна из таких мер – разработка новых стандартов, укрепление контроля со стороны государства, внедрение законодательных политик и применение передовых технологий. У России есть потенциал стать мировым лидером в сфере аудита.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об аудиторской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). [http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/]
2. Федеральный закон от 29.12.2020 № 476-ФЗ «О внесении изменения в статью 5 Федерального закона «Об аудиторской деятельности»». [http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372633/]
3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) [http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/]
4. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2021 г. [https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/audit_stat/mainindex?id_65=136203osnovnye_pokazateli_rynka_auditorskikh_uslug_v_rossiiskoi_federatsii_v_2021_g.]
5. Гармаева Я.М., Нурмухамедова Х.Ш. Перспективы развития профессии бухгалтер: расширение горизонтов // Бизнес. Образование. Право. 2020. №2 (51). С. 115-120.
6. «Большая четвёрка» аудиторов – спрут, накрывший весь мир [<https://russtrat.ru/analytics/30-aprelya-2021-0010-4065>].

ЭКОНОМИКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Моторнова А.В., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Маслова Е.Ю.

Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск

Аннотация. В статье раскрывается проблема импортозамещения в России. Проведён анализ появившихся плюсов и минусов для страны и предпринимателей. А также предоставлены статистические данные количества иностранных и отечественных компаний за 2021 и 2022 года.

Ключевые слова: импортозамещение, компания, бизнес, убытки, прибыль, экономика, отечественный бизнес.

THE ECONOMY OF RUSSIA UNDER THE CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION

Motornova A.V. bachelor's degree of the 3rd year

Scientific supervisor: Maslova E.Y.,

Novorossiysk Branch of the University of Finance, Novorossiysk

Annotation. The article reveals the problem of import substitution in Russia. The analysis of the appeared pluses and minuses for the country and entrepreneurs is carried out. And also provided statistical data on the number of foreign and domestic companies for 2021 and 2022.

Key words: import substitution, company, business, losses, profit, economy, domestic business.

С 21 февраля 2022 года по отношению к Российской Федерации было введено немалое количество санкций со стороны стран Запада. В общем, западные санкции нацелены на различные отрасли, такие как финансы, энергетика и транспорт, а также на поставки товаров, технологий и оборудования и на визовую политику. Некоторые из крупных российских банков были отключены от системы межбанковских платежей SWIFT, а деятельность платёжных систем MasterCard и Visa была приостановлена в РФ. Активы Центробанка РФ, размещённые за рубежом, были заморожены, что привело к технической невозможности России расплачиваться с нерезидентами, а также к заморозке активов российских банков и компаний. Многие иностранные компании покинули Россию, инвестиции прекратились, а также прекратились поставки продукции и оборудования [4].

Из России ушли и пока не планируют возвращаться такие бренды как:

- Swarovski

Австрийская ювелирная компания приняла решение полностью уйти из России и закрыть местные магазины.

- Mazda

Mazda приняла решение об уходе с российского рынка. «Соллерс» выкупит долю Mazda в совместном предприятии во Владивостоке.

- Ford

В марте 2022 года компания приостановила деятельность: «Учитывая ситуацию, сегодня мы проинформировали наших партнеров по СП о том, что мы приостанавливаем нашу деятельность в России с немедленным вступлением в силу до дальнейшего уведомления». В октябре этого же года компания продала свою долю.

- Danone

Французская компания приняла решение о передаче бизнеса по производству молочных продуктов и продуктов растительного происхождения в России. Ущерб от решения оценивается в 1 млрд евро.

- Volkswagen Group

Volkswagen Group Rus прекратила производство в Нижнем Новгороде на мощностях ГАЗа. В пресс-службе организации объяснили это высоким уровнем неопределенности и невозможностью спрогнозировать потенциальное возобновление производства. 5 октября 2022 года предприятие было ликвидировано.

Некоторые компании, ушедшие с российского рынка, нашли возможность своего возвращения. Весной 2022 года компания Inditex объявила о прекращении своей деятельности на российском рынке. В результате, 502 магазина, включая 86 магазинов Zara, были закрыты. Кроме Inditex, также о закрытии магазинов объявили бренды H&M, Calvin Klein, Tommy Hilfiger и Mango. Однако, позже Inditex нашла возможность вернуться в России, передав свою российскую структуру третьей компании, которая не будет иметь связей с странами, относящимися к категории недружественных [2].

Ряд компаний ввёл ограничения по продаже своей продукции в России. К ним относятся:

- Volvo Group

Volvo сократило часть работников в России. Сейчас на предприятиях работают около 1270 человек. Завод Volvo Group в Калуге продолжает находиться в режиме простоя.

- Tetra Pak

Производитель упаковок для соков и ультрапастеризованного молока разорвал отношения со своей дочерней компанией в России. Подразделение может печатать уже загруженные на сервер виды упаковки, однако не может внести в нее изменения.

- Haribo

Производитель мармелада Haribo решил приостановить поставки продукции в Россию. Решение связывают с существенным ростом цен на сырьё и производство. При этом в компании подчеркнули, что «деятельность Haribo в России сохраняется».

- Toshiba

Японская компания объявила о приостановке «приема заказов и инвестиций в Россию». В России продавались энергетические и логистические системы, а также устройства хранения информации.

- Renault

Компания приостановила деятельность бизнеса в России. 21 марта компания возобновила производство, но Запад воспринял эти новости негативно. Россия приносит 10% прибыли французской компании. Renault также является акционером «АвтоВАЗа».

Причиной для ограничений в большинстве случаев стали проблемы с логистикой и закупкой иностранного сырья для производства.

Есть ряд компаний, которые, несмотря на санкции в сторону Российской Федерации, остались на отечественном рынке, это:

- Panasonic

В марте 2022 года компания прекратила отгрузку продукции своему российскому дистрибьютору. Но уже в сентябре открылся новый сайт японского бренда с новым юридическим лицом.

- Schneider Electric

Французская компания продала российский и белорусский бизнес. Вместо Schneider Electric будет создана Systeme Electric, которая продолжит производить розетки, выключатели и системы для электроподстанций. О своём намерении продать бизнес в России и Белоруссии Schneider Electric объявила 27 апреля.

- «Вкусно – и точка»

McDonald's в России заработал под новым названием. Меню частично сократили, но ингредиенты остались прежними.

- Reebok

Турецкий холдинг FLO Retailing купил российскую сеть из 117 магазинов. Компания производит и выпускает в 12 странах в том числе продукцию под брендом Reebok.

- Xiaomi

Китайский производитель провёл в России 11 марта 2022 года презентацию и не намерен покидать рынок. Тем не менее, Xiaomi сократил поставки в связи с нестабильной экономической ситуацией.

Значительная часть таких компаний прекратила или сократила поставки продукции, но при этом продолжают работать на российском рынке. Некоторые продали свой бизнес отечественным или дружественным с РФ холдингам, которые теперь руководят этим бизнесом под старым или же изменённым названием.

Как же импортозамещение повлияло на развитие и сохранение бизнеса в России? Компании начали искать аналоги иностранных комплектующих на отечественном рынке, что увеличило российское денежное обращение и поддержало отечественный бизнес. Но предпринимателям сложно найти аналог соответствующего качества в РФ, это занимает большое количество времени, что создаёт задержки на производстве. Многие российские предприятия заменили ушедших иностранных конкурентов, что хорошо сказывается на экономике страны, и развитии отечественных производителей, ведь их количество возрастает с каждым месяцем [1].

Проведём анализ данных производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации за 2017 - январь-февраль 2023 годы [5]. Возьмём необходимые данные из статистики Росстата, сложим показатели в тыс.тонн, и посчитаем среднее значение показателей, выраженных в %, получим следующие значения:

Год произ-ва	Произ-во в тыс.тонн		Год/предыдущий год	Произ-во в %
2017	29137			
2018	29588		18/17	101,5%
2019	29465		19/18	99,6%
2020	30338		20/19	102,96%
2021	30772		21/20	101,4%
2022	30986		22/21	99,6%
2023 (январь-февраль)	5068		23/22 (январь-февраль)	100,6%

Рисунок 1. Данные для построения графиков производства

Построим график с маркерами, используя данные первой таблицы:

По графику видно, что производство увеличилось на 1849 тыс. тонн за 5 лет, был небольшой спад в 2019 году, но уже в 2020 показатели увеличились на 873 тыс. тонн.



Рисунок 2. Производство основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в РФ в тыс. тонн

Затем составим линейчатую диаграмму по данным второй таблицы:

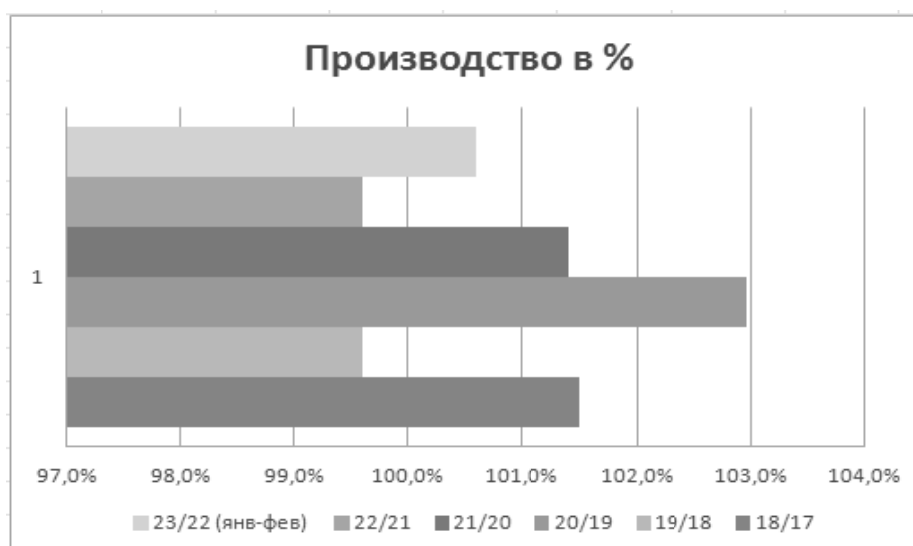


Рисунок 3. Производство основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в РФ в %

На данной диаграмме представлено отношение количества произведённой продукции одного года к предыдущему, также соотношение данных за январь-февраль 2023 года к значениям за январь-февраль 2022 года. Проанализировав данную диаграмму, можно сделать вывод, что самые лучшие значения были в 2020 к 2019 году, дальше показатели ухудшились, но январь-февраль 2023 к 2022 году дали хороший скачок показателей в большую сторону.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) предполагало, что ВВП страны в 2022 году уменьшится на 3,9%, но пока-

затель снизился лишь на 2,1%. Также организация улучшила прогноз для российской экономики на 2023 год, считая, что спад ВВП страны составит 2,5%. Но в ноябре 2022 года ОЭСР прогнозировала, что российская экономика в этом году сократится на 5,6% [3].

Можно сделать вывод, что экономика России пострадала из-за введенных санкций, но на данный момент, страна успешно справляется с трудностями, наращивает производство, увеличивает количество отечественных компаний и имеет положительный прогноз развития экономики.

Библиографический список

1. Влияние импортозамещения на бизнес интервью с предпринимателями [Электронный источник] Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/6739>

2. Компания Inditex и её возвращение [Электронный источник] Режим доступа: <https://ura.news/news/1052637172>

3. Прогноз ВВП от ОЭСР [Электронный источник] Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/486292-oesr-ulucsila-prognoz-po-dinamike-vvp-rossii-v-2023-godu>

4. Список компаний, которые уходят и остаются в России [Электронный источник] Режим доступа: <https://rozetked.me/cancellations/>

5. Статистика производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации [Электронный источник] Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/11188>

УДК 657.6

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Муханов Р.М., магистрант

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: в работе рассматривается важность осуществления ООО «Этекс» учета расчетов по налогам и сборам, так как такая работа требует большего внимания к отдельным аспектам для повышения эффективности работы бизнеса в целом.

Ключевые слова: налоговые обязательства, учетная политика, план счетов, налоги и сборы, бухгалтерский учет.

PRACTICAL ASPECTS OF ACCOUNTING CALCULATIONS OF TAXES AND FEES IN A COMMERCIAL ORGANIZATION

Mukhanov R.M. Master's student

*Scientific supervisor: Matchinov V.A., Candidate of Economics,
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract: the paper considers the importance of the implementation of LLC "Etex" accounting for taxes and fees, as such work requires more attention to certain aspects to improve the efficiency of the business as a whole

Keywords: tax liabilities, accounting policy, chart of accounts, taxes and fees, accounting

Приказ об учетной политике, Приложение к документу в виде плана счетов являются ключевыми документами в контексте учёта расчетов коммерческой организации по налогам и сборам. В целом используются стандартные проводки для отображения операций, которые приводят к возникновению обязательств по НДС, налогу на прибыль, другим федеральным, муниципальным или региональным налогам и сборам. Пример соответствующих проводок для учета налоговых обязательств по НДС представлен в таблице 1.

Таблица 1. Пример учета налоговых обязательств по НДС ООО «Этекс» в контексте операции покупки материалов от ООО «Фрухtring» от 12.08.2022 г., а также продажи продукции для СПК «Марьинский» от 16.08.2022 г.

Операция	Дебет	Кредит	Сумма	Дата
Произошла поставка «Бутовый камень 120-150, мелкая фракция» от ООО «Фрухtring», 200 кг.	10-1	60	222000, 00	12.08.2022
Учен НДС в рамках упомянутой операции в связи с поступлением бутового камня	19/3	60	44 400, 00	12.08.2022
Оплата происходит безналичным способом на расчётный счет ООО «Фрухtring»	60	51	266 400,00	12.08.2022
НДС учтено предприятием к вычету	68 «НДС»	19/3	44 400, 00	12.08.2022
Происходит производство партии огнеупорных изделий	43	20	800 000,00	16.08.2022

Партия огнеупорных изделий передана СПК «Марьинский»	62	90/1	1 400 000,00	16.08.2022
Учтена себестоимость	90/2	43	800 000,00	16.08.2022
Зафиксирован объем НДС в связи с операцией продажи партии огнеупорных изделий	90/3	68	233 333,33	16.08.2022
СПК «Марьинский» перечислил средства ООО «Этекс»	51	62	1 400 000,00	16.08.2022
ООО «Этекс» выполняет свои обязательства перед государством путем перечисления средств в бюджет	68	51	188 933,33	16.08.2022

Начиная с закупки у ООО «Фрухринг» 12 августа 2022 года, бухгалтерские записи отражают приобретение «Камня бутового 120-150, мелкая фракция» на сумму 222 000 руб. с соответствующим НДС в размере 44 400 руб. Этот НДС первоначально отражается на счете «НДС по приобретенным ценностям». При оплате 266 400 руб. (с учетом НДС) в адрес ООО «Фрухринг», она отражается как уменьшение счета «Касса/Банк» и погашение кредиторской задолженности. Впоследствии учтенный НДС зачисляется в качестве входного налога, что является общепринятой практикой в учете НДС и позволяет предприятиям предъявлять к возмещению НДС, уплаченный при покупке.

В сделке ООО «Этекс» с СПК «Марьинский» от 16 августа 2022 года компания отражает реализацию этой продукции в размере 1 400 000 руб. на счетах «Дебиторская задолженность» и «Выручка от реализации». Одновременно отражается себестоимость проданных товаров в размере 800 000 руб. в соответствии с принципом сопоставимости. Кроме того, признается НДС, уплаченный при продаже, в размере 233 333,33 руб. Эта сумма представляет собой налог, взимаемый при реализации товаров. После получения оплаты от СПК «Марьинский» компания отражает ее на счете «Касса/Банк» и зачитывает дебиторскую задолженность. И, наконец, ООО «Этекс» выполняет свои обязательства перед государством по НДС, перечисляя 188 933,33 руб. в виде чистой суммы НДС после учета налогового кредита.

Приведенные данные демонстрируют, что практика учёта расчетов по НДС соответствует общепринятой. Прослеживается соблюдение основных принципов бухгалтерского учета, таких как метод начисления, принцип сопоставления, а также соответствие требованиям законодательства по НДС.

Большое количество норм и практик влияют на учет расходов по налогу на прибыль. Сюда относится амортизационная политика, отображение

цены материалов и сырья, прочих расходов и доходов. В части управления обязательствами и выполнения операций по налогу на прибыль интересным является механизм начисления резервов, который в контексте учета налогов и сборов снижает соответствующую сумму платежа (табл. 2).

Таблица 2. Динамика резервов ООО «Этекс» в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Резервы	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, +, -		Относительное отклонение, %		
				2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2020
по сомнительным долгам при продаже продукции	1154	1548	1882	394	334	34,1	21,6	63,1
для компенсации недостатч	742	751	1064	9	312	1,2	41,6	43,3
для обязательств перед социальными фондами	3825	3307	3523	-518	216	-13,6	6,5	-7,9
под выплату премий персоналу	2250	3352	3851	1103	499	49,0	14,9	71,2
под потенциальные обязательства в рамках длящихся судебных дел	233	95	161	-139	67	-59,4	70,8	-30,7
под обязательства по отпускам персонала	2735	2846	2950	110	105	4,0	3,7	7,9
Другие типы	1405	2900	4234	1495	1334	106,4	46,0	201,3

Создание резервов такой компанией, как ООО «Этекс», является тактическим финансовым маневром. Процесс напрямую влияет на налогооблагаемую прибыль компании, поскольку эти резервы признаются в качестве расходов. Когда компания откладывает средства на покрытие различных будущих обязательств или возможных убытков (что отражается в различных видах резервов), эти суммы вычитаются из прибыли компании. Соответственно, это уменьшает налогооблагаемую прибыль за год, что приводит к снижению налога на прибыль. Такая практика соответствует стратегиям разумного финансового управления и налогового планирования, позволяя компаниям управлять рисками и одновре-

менно оптимизировать свои налоговые обязательства без нарушения законодательства.

Так, например, резервы по сомнительным долгам и премии сотрудникам значительно увеличились, что свидетельствует о росте продаж с товарным кредитованием с повышенным риском, и об усилении планового поощрения сотрудников. С другой стороны, резервы по обязательствам перед социальными фондами демонстрируют снижение в 2021 году с последующим незначительным ростом в 2022 году, что отражает изменения в составе персонала компании и структуре заработной платы. Резкий рост других видов резервов свидетельствует о стратегическом изменении подхода компании к управлению рисками, о подготовке к непредвиденным обязательствам и диверсификации резервных отчислений.

Таким образом, динамика резервов ООО «Этекс» в период с 2020 по 2022 год иллюстрирует рациональный подход компании к управлению финансовыми рисками и оптимизации налогообложения. Создание резервов не только отражает предвидение компанией будущих обязательств и потенциальных убытков, но и стратегически влияет на налог на прибыль.

В конечном итоге отображаемые первичные операции приводят к формированию сальдированных данных, например, в финансовой отчетности бизнеса (табл. 3).

Таблица 3. Отображение результатов операций по налогам и сборам ООО «Этекс» в отчете о движении денежных средств, отчете о финансовых результатах, балансе, тыс. руб.

Код	Показатель	2020	2021	2022
Ф1.1220	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	38	0	3941
Ф1.1234	Дебиторская задолженность по налогам и сборам	3918	2943	5832
Ф1.1420	Отложенные налоговые обязательства	319	319	13750
Ф1.1524	Кредиторская задолженность по налогам и сборам	2938	1994	2832
Ф2.2410	Текущий налог на прибыль (-,+)	23797	-53793	-10199
Ф4.4124	Платежи по налогу на прибыль	0	54823	9930
Ф4.4125	Платежи на расчеты по налогам и сборам с бюджетными организациями	170382	282831	121904

Начиная с НДС по приобретенным ценностям, которые отображены по коду 1220 в балансе компании, данные показывают заметный рост в 2022 году, что свидетельствует о значительном увеличении объема закупок компании.

Увеличение дебиторской задолженности по налогам и сборам отображено в коде 1234, что свидетельствует о наличии обязательств самого бюджета, например, при значимой переплате в течение предыдущих финансовых периодов. Кредиторская задолженность по налогам и сборам (1524) демонстрирует колебания, отражающие изменение налоговых обязательств компании.

Также часть данных находится в отчете о финансовых результатах, в основном это расчеты по налогу на прибыль. Текущие показатели, а именно колебание от положительного к отрицательному значению, связано с убытком в 2020 году, после чего процесс формирования обязательств по налогу на прибыль уже происходит обычным образом.

Данные о непосредственных перечислениях сумм налогов содержатся в отчете о движении денежных средств. Платежи по налогу на прибыль (4124) показывают фактический отток денежных средств в связи с обязательствами по налогу на прибыль. Платежи по налогам и сборам в бюджетные организации (4125), как видно из отчета о движении денежных средств, представляют собой значительные выплаты по различным налогам и сборам, а именно НДС, земельному налогу, прочим региональным, федеральным и местным налогам.

Несмотря на следование законодательству и общепринятым практикам при учете налогов и аспектов, на них влияющих, все же есть определенные недочеты в таком процессе (табл. 4).

В настоящее время ООО «Этекс» использует метод ФИФО для списания сырья и материалов в процессе производства и реализации в соответствии со статьей 254 Налогового кодекса РФ. Однако в условиях высокой инфляции метод ФИФО может оказаться не самым эффективным с точки зрения налогообложения. В этих условиях более выгодными могут оказаться альтернативные методы оценки, такие как метод средневзвешенной стоимости. Эти методы могут привести к увеличению себестоимости реализованной продукции в краткосрочном периоде из-за более высокой стоимости недавних закупок, что приведет к уменьшению налогооблагаемой прибыли. Это очень важно учитывать в условиях макроэкономической нестабильности, так как величина затрат на запасы может существенно повлиять на налоговые обязательства.

Таблица 4. Проблемы практики ведения учёта расчетов коммерческой организации по налогам и сборам ООО «Этекс»

Положение учетной политики	Утвержденный вариант в Приказе об учетной политике ООО «Этекс»	Основание	Проблема
Метод списания сырья и материалов при их использовании в производственном или сбытовом процессе ООО «Этекс»	ФИФО	ст. 254 Налогового кодекса РФ	В условиях высокой инфляции более привлекательными будут альтернативные методы оценки стоимости материалов, так как они снижают объем налоговых обязательств в ближайшем году
Расчет объема амортизационных отчислений	Линейный метод	п. 1 ст. 259 Налогового кодекса РФ	Идентично, в условиях высокой инфляции целесообразно использовать нелинейный метод, так как в первых периодах использования оборудования объем расходов будет завышен, а значит сумму уплаченного налога на прибыль – несколько занижена. Из-за воздействия инфляция реальный объем обязательств по налогам будет в таком случае ниже.

В соответствии с пунктом 1 статьи 259 Налогового кодекса РФ компания использует линейный метод к расчету амортизации. Однако в периоды высокой инфляции этот метод может оказаться не самым выгодным. Более рациональным является нелинейный метод. Он позволяет увеличить расходы на амортизацию в первые годы срока службы основного

средства или другого актива, что приводит к росту затрат и, соответственно, снижению налогооблагаемой прибыли в эти первые периоды. Такой метод может привести к временному снижению налогов, поскольку более значительные вычеты производятся в период роста стоимости денег вследствие инфляции.

Оба текущие варианта учетной политики соответствуют требованиям законодательства, но в условиях высокой инфляции могут оказаться неоптимальными с финансовой точки зрения. Переход на альтернативные методы оценки запасов и начисления амортизации может дать значительные налоговые преимущества. Инфляция влияет на реальную стоимость денег, а значит, и на реальное бремя налоговых обязательств, поэтому для таких компаний, как ООО «Этекс», крайне важно соответствующим образом корректировать налоговую учетную стратегию, чтобы эффективно управлять своими фискальными обязательствами.

Таким образом, отметим, что компания ООО «Этекс» в общих чертах придерживается типичного подхода к учёту расчетов коммерческой организации по налогам и сборам, но все же такая работа требует большего внимания к отдельным аспектам для повышения эффективности работы бизнеса. Выделены два ключевых недочета в условиях высокой инфляции, а именно линейный метод амортизации и ФИФО для оценки материалов. Изменение норм в Приказе о налоговой учетной политике позволит сократить реальный объем налоговых обязательств по налогу на прибыль компании.

Библиографический список

1. Сотникова Л.В. Бухгалтерский учет и отчетность: учебное пособие / Л. В. Сотникова. Москва: КноРус, 2021. 304 с.
2. Бухгалтерский учет и аудит: учебник / А.В. Зонова, И.Н. Бачуринская, Т.М. Рогуленко [и др.]. Москва: КноРус, 2022. 567 с.
3. Каширская Л.В. Особенности бухгалтерского учета по видам экономической деятельности: учебник / Л.В. Каширская, О.В. Мощенко. Москва: КноРус, 2023. 247 с.
4. Владыка М.В. Сборник задач по налогам и налогообложению: учебное пособие / М.В. Владыка, Т.В. Сапрыкина, В.Ф. Тарасова. Москва: КноРус, 2023. 379 с.

ПОРЯДОК ОТРАЖЕНИЯ ФАКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЖИЗНИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В БУХГАЛТЕРСКОЙ И НАЛОГОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ООО «БОНОЛИТ КАЛУГА»

*Муханов Р.М., магистрант
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Представлен порядок отражения фактов хозяйственной жизни по налогу на прибыль в ООО «Бонолит Калуга». Определено влияние грамотного ведения налогового учета в организации на финансовый результат деятельности организации

Ключевые слова: налог на прибыль, бухгалтерская (финансовая) отчетность, налоговая отчетность, финансовый результат.

THE PROCEDURE FOR REFLECTING THE FACTS OF ECONOMIC LIFE ON INCOME TAX IN THE ACCOUNTING AND TAX STATEMENTS OF LLC BONOLIT KALUGA

*Mukhanov R.M., undergraduate student
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The procedure for reflecting the facts of economic life on income tax in LLC Bonolit Kaluga is presented. The influence of competent tax accounting in the organization on the financial result of the organization's activities has been determined.

Keywords: income tax, accounting (financial) statements, tax reporting, financial result.

Актуальность исследования порядка отражения фактов хозяйственной жизни по налогу на прибыль связана с необходимостью обеспечения своевременного и полного выполнения обязательств перед бюджетом в рамках работы любой организации, в том числе и ООО «Бонолит Калуга».

Основной для расчета налога на прибыль компании является прибыль [2], поэтому для определения суммы налоговых обязательств необходимо зафиксировать в системе бухгалтерского и налогового учета объем сформированного финансового результата до налогообложения, то есть порядок отражения обязательств перед государством по налогу на прибыль включает в себя и отражение процесса формирования доходов и расходов [3]; [4]. Не ос-

танавливаясь на этой части учетного процесса, определение налоговых обязательств в систему бухгалтерского учета ООО «Бонолит Калуга» происходило в текущем году следующим образом (табл. 1):

Таблица 1. Отражение фактов хозяйственной жизни ООО «Бонолит Калуга» в части обязательств по налогу на прибыль за последний налоговый период

Содержание операции	Сумма, тыс. руб.	Корреспондирующие счета	
		дебет	кредит
Произведено начисление налога на прибыль, исходя из объема сформированной прибыли (до налогообложения)	131746	99	68
Формируется отложенный налоговый актив	1503	9	68
Произведено полное погашение ранее отраженного отложенного налогового актива	1503	68	9
Произведены выплаты авансовых платежей по налогу на прибыль.	10979	68	51
Осуществлена оплата налога на прибыль	120767	68	51

После определения объема налоговых доходов и налоговых расходов, а также размера различных корректировок доходов и расходов, которые влияют на базу налогообложения, происходит определение суммы налоговых обязательств по налогу на прибыль. В бухгалтерском учете произведено начисление налога на прибыль, исходя из объема сформированной прибыли, отображается с помощью проводки кредит счета 68, соответствующий налоговым обязательствам (признание расхода по налогу на прибыль в отчете о прибылях и убытках) и дебет счета 99, отражающий прибыль и убыток (одновременное увеличение налоговых обязательств). Эта проводка крайне важна, так как позволяет согласовать налоговые расходы с периодом, в котором была получена прибыль, что соответствует методу начисления.

Следующей строкой является «Формирование отложенного налогового актива». Отложенные налоговые активы возникают в результате временных разниц между бухгалтерской и налогооблагаемой прибылью. Данная проводка (дебет счета 9, отражающего отложенные налоговые активы, и кредит счета 68) свидетельствует о том, что компания рассчитывает возместить некоторые суммы в виде уменьшения будущих налоговых платежей.

Далее отражается полное погашение ранее признанного отложенного налогового актива. Эта операция сторнирует первоначальное признание отложенного налогового актива, отражая его использование и корректировку в счет фактических налоговых обязательств предприятия (дебет счета 68 и кредит счета 9).

Уплата авансовых платежей по налогу на прибыль является обязательной практикой и отражается как уменьшение налоговых обязательств (дебет счета 68) с соответствующим уменьшением остатков денежных средств, а именно на текущем счете в банке компании (кредит счета 51). Эта проводка обеспечивает надлежащее отражение авансовых платежей и их сопоставление с налоговыми обязательствами, для погашения которых они предназначены.

Наконец, после отображается фактическая уплата налога на прибыль. Она уменьшает налоговое обязательство (дебет счета 68), а также сокращает остаток денежных средств на расчетном счете в банке (кредит счета 51), отражая отток ресурсов в счет погашения налогового обязательства.

Еще одним аспектом является отображение обязательств по налогу на прибыль и самого процесса расчета такого показателя непосредственно в бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Бонолит Калуга». Соответствующий аспект представлен в таблице 2.

Таблица 2. Порядок отражения фактов хозяйственной жизни по налогу на прибыль в отчете о финансовых результатах ООО «Бонолит Калуга» за 2020–2022 гг., тыс. рублей

Код	Показатель	2020	2021	2022
Ф2.2110	Выручка от продажи бетона	1066120	1701090	2030520
Ф2.2120	Себестоимость продаж бетона клиентам	728891	840901	1053040
Ф2.2100	Валовая прибыль (убыток) от продажи бетона клиентам	337226	860187	977480
Ф2.2310, Ф2.2320, Ф2.2340	Другие доходы компании	6115	27192	80902
Ф2.2210, Ф2.2220, Ф2.2330, Ф2.2350	Другие расходы компании	160241	180395	208019
Ф2.2300	Прибыль (убыток) до налогообложения	183100	706984	850363
Ф2.2410	Текущий налог на прибыль	23300	128355	131746

Выручка (Ф2.2110) от продажи продукции, а именно бетона и связанной продукции, является отправной точкой, представляющей собой валовый приток экономических выгод за период предоставления отчета. В 2022 году этот показатель был равен 2 030 520 тыс. рублей. Затем из выручки вычитается себестоимость продаж бетона клиентам (Ф2.2120) для расчета валовой прибыли или убытка от реализации продукции компании (Ф2.2100), которая состоянием на 2022 год была равна 977 480 тыс. руб. Это половина пути к отображению приблизительного значения налоговой базы и самой суммы текущего налога на прибыль.

К прочим доходам компании (Ф2.2310, Ф2.2320, Ф2.2340) относятся все дополнительные поступления, не связанные с основной деятельностью компании. Эти доходы прибавляются к валовой прибыли, способствуя повышению общей базы налогообложения по налогу на прибыль. Прочие расходы компании (Ф2.2210, Ф2.2220, Ф2.2330, Ф2.2350) включают все расходы, не связанные непосредственно с основной операционной деятельностью. Они вычитаются из валовой прибыли вместе с прочими доходами для определения прибыли или убытка до налогообложения (Ф2.2300). Этот показатель является ключевым, так как на его основе рассчитываются расходы по налогу на прибыль, хотя он не является тесно связанным. Дело в том, что бухгалтерский учет и налоговый учет несколько отличаются, поэтому показатели совокупных налогооблагаемых доходов и вычитываемых из базы налогообложения расходов могут несколько отличаться. Поэтому в отчет о финансовых результатах ООО «Бонолит Калуга» заносятся данные из налоговой декларации компании.

Текущий налог на прибыль (Ф2.2410) представляет собой сумму расходов по налогу на прибыль, признанную за период. Данный показатель отражает налоговые обязательства компании, рассчитанные на основании действующего налогового законодательства. Представление этого налогового расхода в отчете о финансовых результатах имеет большое значение, поскольку в дальнейшем используется для определения конечной финансовой чистой прибыли предприятия.

Таким образом, отчет о финансовых результатах ООО «Бонолит Калуга» демонстрирует структурированный подход к представлению финансовых показателей, начиная с выручки и заканчивая чистой прибылью после налогообложения.

Все же ключевым документом в рамках налогового процесса для отражения обязательств по налогу на прибыль является налоговая декларация ООО «Бонолит Калуга». За последний год в сокращенном виде она имела следующий вид (табл. 3).

В контексте формирования налоговой декларации по налогу на прибыль ООО «Бонолит Калуга» за прошедший налоговый период отражение

фактов хозяйственной жизни в налоговой отчетности в соответствии с российским налоговым законодательством предполагает комплексный анализ и процесс расчета для определения налоговых обязательств.

Выручка компании за отчетный период, отраженная по коду 010, представляет собой совокупный доход от основной хозяйственной деятельности, связанной производством и продажей бетона, прочей похожей продукции. По результатам 2022 года значение показателя составило 2 030 520 032 рублей. Этот показатель является определяющим, так как на его основе формируется налогооблагаемая прибыль компании. Внереализационные доходы (код 020) также вносят свой вклад в общую сумму доходов, охватывая поступления, не связанные непосредственно с основной хозяйственной деятельностью компании. Их сумма равна в 2022 году 80 902 038 рубл.

Таблица 3. Часть декларации по налогу на прибыль ООО «Бонолит Калуга» за последний налоговый период

Показатель	Код строки	Сумма в рублях
Выручка компании за отчетный период (Доходы от реализации бизнеса)	010	2030520032
Сформированные внереализационные доходы предприятия	020	80902038
Расходы, которые сокращают объем отображаемых доходов от продажи	030	1422849772
Сформированные внереализационные расходы предприятия	040	29842133
Убытки	050	0
Общая сумму финансового результата, прибыли / убытка за отчетный период	060	658730165
Сумма доходов, которая не учитывается при расчете налоговых обязательств	070	0
Сформированная налоговая база предприятия за период	100	658730165
Сформированная налоговая база предприятия за период для определения объема обязательств по налогу на прибыль	120	658730165
Актуальные ставки налога, %	140	
Ставка в части, которая направляется в бюджет федерального уровня	150	3
Ставка в части, которая направляется в бюджет регионального уровня	160	17

Объем налоговых обязательств	180	131746033,00
Объем налоговых обязательств в части, которая направляется в бюджет федерального уровня	190	19761904,95
Объем налоговых обязательств в части, которая направляется в бюджет регионального уровня	200	111984128,05

Из общей суммы дохода вычитаются расходы, уменьшающие выручку от реализации (код 030), и внереализационные расходы (код 040). Их сумма составляла 1 422 849 772 рублей и 29 842 133 рублей соответственно для ООО «Бонолит Калуга» в 2022 году. Эти показатели представляют собой разрешенные налоговым кодексом вычеты, уменьшающие налогооблагаемую базу. Нулевое значение строки 050 указывает на то, что компания не понесла операционных убытков, которые можно было бы перенести на будущие периоды для зачета налогооблагаемой прибыли.

Финансовый результат, или прибыль/убыток за период (код 060), рассчитывается путем сложения выручки и внереализационных доходов, а затем вычитания операционных и внереализационных расходов. Этот показатель прибыли является предварительной базой для расчета налогов, а в 2022 году его сумма составила 658 730 165 рублей.

Доходы, освобождаемые от налогообложения (код 070), и прибыль, полученная от деятельности Банка России (код 080), учитываются, но равны нулю, что свидетельствует об отсутствии влияния на налогооблагаемую базу ООО «Бонолит Калуга» в 2022 году. Следовательно, налогооблагаемая база за период (код 100) равна финансовому результату.

Затем налоговая база корректируется на убытки, перенесенные на будущие периоды, или их части (код 110). Поскольку данный показатель также равен нулю, это означает, что ООО «Бонолит Калуга» не использовало убытки, перенесенные на будущие периоды, для уменьшения налогооблагаемой базы.

Окончательная налогооблагаемая база для определения обязательств по налогу на прибыль (код 120) остается неизменной по сравнению с предварительной налоговой базой. Применяемые ставки налога распределяются между федеральным (код 150) и региональным (код 160) бюджетами, что отражает многоуровневость налоговой системы в России. Общая сумма налоговых обязательств за 2022 год составила 131 746 033,00 руб. и это число делится на федеральную (код 190; 19 761 904,95 руб.) и региональную (код 200; 111 984 128,05 руб.) составляющие.

Подводя итог, отметим, что процесс отражения фактов хозяйственной жизни по налогу на прибыль в бухгалтерской и налоговой отчетности ООО «Бонолит Калуга» соответствует российскому законодательству и общепринятой практике [1]. Сами по себе факты хозяйственной жизни,

которые формируют или уменьшают базу налогообложения и признаются в налоговом учете, отображены в ключевом документе налоговой отчетности в контексте налога на прибыль, а именно в налоговой декларации по налогу на прибыль предприятия. Документ отображает как налоговую базу, так и распределение уплачиваемых налогов по различным уровням бюджетной системы, что привело к уплате 131 746 033 руб. в 2022 году. Бухгалтерский отчет о финансовом результате содержит тот же показатель за 2022 год, и именно отражение хозяйственных операций в налоговом учете имеет приоритетное влияние на такой результат.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 31.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.10.2023).
2. Балихина Н.В. Финансы и налогообложение организаций: Учебник / Н.В. Балихина, М.Е. Косов. - М.: Юнити, 2018. 400 с.
3. Власова М.С. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / М.С. Власова, О.В. Суханов. М.: КноРус, 2018. 256 с.
4. Малис Н.И. Прибыль организаций: налогообложение и учет: Учебник / Н.И. Малис, Н.А. Назарова, А.В. Тихонова. М.: Магистр, 2017. 351 с.

УДК: 338

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

***Петрова В.В.** бакалавр 3-го курса*

*Научный руководитель: **Крамлик О.Ю.**, к.э.н., доцент*

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск

Аннотация. В работе обобщены темы проблема санкций в России, их влияние на экономическую и политическую сферы. Влияние мер валютного контроля на укрепления рубля. Количество санкций, наложенных на Россию. Изменение экономики с начала первых западных санкций и прогнозы возможных изменений на конец текущего года.

Ключевые слова: санкции, прогноз, анализ, российская экономика, снижение инфляции, международная торговля.

ANALYSIS OF THE OPPORTUNITIES OF THE RUSSIAN ECONOMY IN THE FACE OF SANCTIONS PRESSURE

Petrova V.V. bachelor's degree student of the 3rd year

*Supervisor: O.Y. Kramlikh, Candidate of Economics, Associate Professor
Smolensk Branch of the University of Finance, Smolensk*

Annotation. The paper summarizes the problems of sanctions in Russia, their impact on the economic and political spheres. The impact of currency control measures on the strengthening of the ruble. Number of sanctions imposed on Russia. Changes in the economy since the beginning of the first Western sanctions and forecasts of possible changes at the end of this year.

Key words: sanctions, forecast, analysis, Russian economy, inflation reduction, international trade.

Запад усилил санкционное давление на Россию после того, как Москва начала свою специальную военную операцию, направленную на денацификацию Украины. С февраля 2022 года Европейский союз ввел десять раундов санкций против страны. Президент России заявил, что политика сдерживания и ослабления России является долгосрочной стратегией Запада и что ограничения затронули всю мировую экономику [4].

Пострадавшая от первых западных санкций после вторжения в Украину, российская экономика смогла стабилизироваться за счет привлечения других торговых партнеров. Заявленная полная занятость, снижение инфляции, прогнозы рецессии ниже ожидаемых: российская экономика демонстрирует устойчивость благодаря запасам энергии и несмотря на санкции, но в долгосрочной перспективе остается множество проблем. Первые принятые санкции касались в основном финансовых потоков. Они были приняты Соединенными Штатами еще до начала войны, поскольку были объявлены президентом Байденом в заявлении от 22 февраля. Эти санкции были направлены против крупных российских банков, активы которых на Западе были заморожены. ЕС принял решение исключить эти российские банки и различные финансовые организации из системы переводов SWIFT, а часть резервов Центрального банка России была заморожена. Эти меры были направлены на то, чтобы сделать международную торговлю невозможной для России, но также вызвать массовый платежный кризис в России и крах ее финансовой системы.

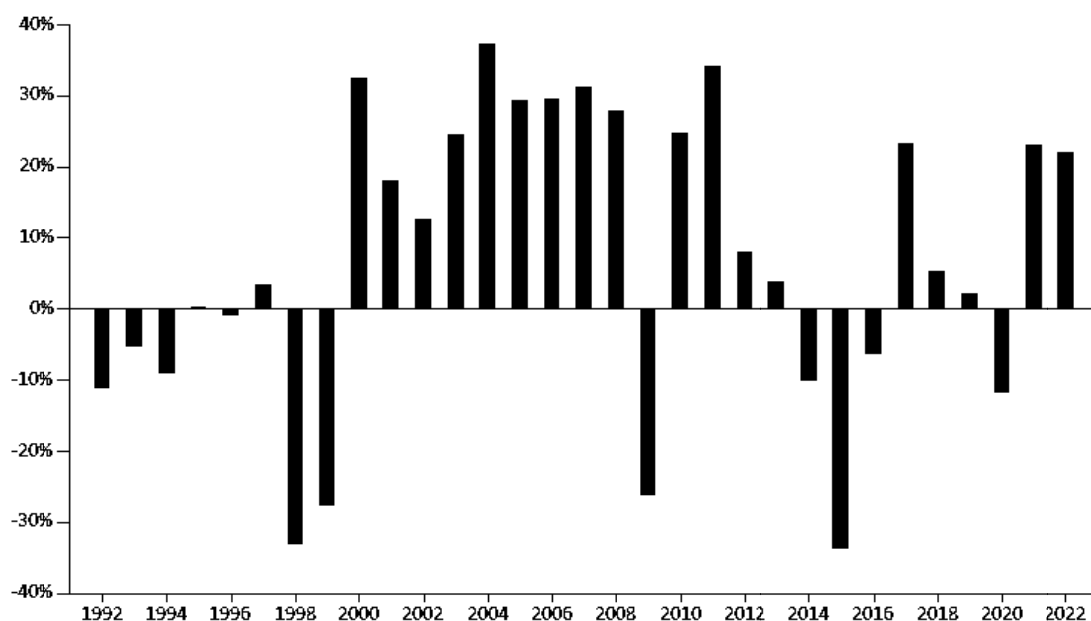


Рисунок 1. Изменение ВВП 1992-2022 года в процентах

Согласно пересмотренному прогнозу МВФ, ВВП России сократилось на 3,4% в 2022 году, что далеко от апокалиптических международных прогнозов, сделанных в марте, после военного вмешательства в Украине. Это снижение показывает влияние экономических санкций, введенных с тех пор Европейским Союзом и Соединенными Штатами. Еще один красный флаг, синоним растущих потрясений в российской экономике: инфляция остается на высоком уровне, превышающем 15%, что является побочным эффектом западных мер. В отчете учреждение также отметило "устойчивость экспорта сырой нефти и внутреннего спроса при усилении поддержки бюджетной и денежно-кредитной политики и восстановлении доверия к финансовой системе". Москва и Пекин уже заявили, что готовы оплачивать свои газовые контракты в рублях и юанях, что является победой России, начавшей гонку за «дедолларизацию» своей экономики. Росстат не опубликовал подробностей. Но в реальной жизни общий экономический ущерб и последствия санкций уже хорошо ощущаются. В то время как потребление домашних хозяйств, наряду с углеводородами, является одним из двух обычных факторов роста в России, местные жители все чаще жалуются на резкий рост цен [2].

Меры валютного контроля, сыгравшие важную роль в укреплении рубля, смогли быть постепенно смягчены. Эти санкции явно потерпели неудачу, что ЕС признает с полуслова, отменив некоторые санкции, которые ударили по российским банкам, участвующим в международной торговле. Официально речь идет о том, чтобы позволить возобновить торговлю зерном и удобрениями, но все понимают, что, делая это задним числом, ЕС признает, что санкции затронули другие страны больше, чем Россию.

Следуют за санкциями, которые касаются международной торговли, либо путем запрета (эмбарго) на определенный импорт, либо путем попытки заблокировать прибыльный экспорт углеводородов под предлогом лишить Россию средств для финансирования войны на Украине.

Центральный банк прогнозирует восстановление экономики уже в следующем году, но только в конце второго полугодия. Ожидается, что в 2023 году в России произойдет спад на 1-4%, а в четвертом квартале – рост на 1-2,5%. С целью к 2025 году достичь потенциальных темпов роста на уровне 1,5-2,5%. Однако его эксперты не исключают «альтернативного сценария» с новой геополитической напряженностью и дополнительными санкциями против российской экономики. В этом случае ВВП в 2023 году фактически сократится даже больше, чем в 2022 году, а к 2025 году восстановление едва достигнет 1% [5].

На данный момент внезапно обретенная сила рубля, поддерживаемая искусственно, позволяет Кремлю создать устойчивую экономику. Тем более что при меньшем объеме импорта и экспорта, чему способствует рост цен на нефть, газ и другие сырьевые товары, торговый баланс достигает рекордно высокого профицита. Несмотря на то, что Россия экспортирует необработанное сырье, ей приходится импортировать многие товары, которые она не производит. Что касается импорта высокотехнологичной продукции, то Россия более чем на 45% зависит от Европы, на 21% – от США и только на 11% – от Китая. Россия, конечно, может попытаться ограничить последствия санкций, заменив импортные товары отечественными. Это было сделано в сельскохозяйственном секторе после санкций 2014 года. С другой стороны, для высокотехнологичной продукции это гораздо сложнее реализовать.

Например, санкции на импорт полупроводников напрямую влияют на российские компании, производящие бытовую технику, компьютеры, самолеты, автомобили или военное оборудование. В этой области, которая, очевидно, имеет решающее значение в войне на Украине, санкции ограничивают возможности России по производству высокоточных ракет. Еще один сектор, который сильно ощущает на себе последствия санкций, – это автомобильный сектор. Почти все иностранные производители решили уйти из России, и в мае прошлого года производство сократилось на 97% по сравнению с 2021 годом. Кроме того, те немногие автомобили, которые все еще производят российские производители, не будут оснащены подушками безопасности или автоматическими коробками передач. Наконец, есть авиационная промышленность, которая играет важную роль в такой огромной стране. Около 700 из 1100 российских гражданских самолетов имеют иностранное происхождение. России придется пожертвовать значительной частью своего флота, чтобы найти запасные части, чтобы остав-

шиеся самолеты могли летать. Даже самолеты российского производства зависят от технологий и оборудования западных стран [1].

Прогнозы, сделанные в начале марта 2022 года как западными институтами, так и Центральным банком России, предполагали спад от -10% до -12% на 2022 год. Но российская экономика оказалась гораздо более устойчивой, чем предполагала часть экспертов. Теперь Центральный банк России объявляет о снижении ВВП с -4% до -6%. Инфляция резко замедлилась, что позволило ЦБ снизить базовую процентную ставку с 20% до 8%. Инфляционные тенденции были преодолены укреплением курса рубля. Хотя доверие к финансовому сектору вернулось, рост курса рубля, тем не менее, создает проблему с налоговыми поступлениями. Действительно, значительная часть налогов приходится на экспортные пошлины. Но эти суммы в долларах должны быть конвертированы в рубли. Любой рост курса рубля механически заставляет их падать. Поэтому российские экономисты прогнозируют, что если обменный курс останется на уровне 50-55 рублей за 1 доллар, дефицит бюджета может достичь или даже превысить 2% ВВП. Если бы курс рубля упал до 70 рублей за доллар, то есть примерно до довоенного уровня, бюджет был бы сбалансированным.

Одна из основных санкций - прекратить закупать 90% поставок нефти из ЕС в Россию, тем самым лишив Москву значительных доходов. Конечно, Россия, второй по величине производитель нефти в мире, может продавать свою нефть на других рынках, особенно азиатским потребителям, что позволяет ей продолжать финансировать эту войну. Но это преимущество ограничено тем фактом, что Россия вынуждена предоставлять большие скидки на каждый баррель. Россия немедленно диверсифицировала своих клиентов, предоставив существенные скидки, в частности, индийским клиентам. Фактически, объемы продаваемой российской нефти резко возросли в Китае (Россия стала там основным поставщиком) и Индии, где объемы выросли более чем в десять раз. Обе эти страны могут покупать российскую нефть по цене от 70 до 75 долларов за баррель, в то время как ЕС в настоящее время вынужден платить за нее по цене более 100 долларов за баррель. Россия не только не проиграла от этого, но и рост цен на нефть наносит серьезный ущерб экономике ЕС. С газом дело обстоит несколько иначе. Там Россия угрожает сократить свои продажи некоторым странам ЕС, поскольку последним потребуется несколько лет, чтобы внедрить альтернативные источники энергии. В целом несмотря на то, что объемы экспорта газа и нефти сократились, в России по-прежнему сохраняется очень высокое положительное сальдо торгового баланса, а странам ЕС, в свою очередь, угрожают инфляция и рецессия [3].

Библиографический список

1. Крамлих О.Ю. Аспекты регулирования экономики торговли на региональном уровне / О.Ю. Крамлих, В.Л. Борисова // Инновации и технологический прорыв в АПК: Сборник научных трудов международной научно-практической конференции, Брянск, 19 ноября 2020 года. Том Часть 1. Брянск: Брянский государственный аграрный университет, 2020. С. 203–207.
2. Крамлих О.Ю. Изменения внешнеэкономической деятельности в условиях цифровизации / О.Ю. Крамлих, Л.Т. Киященко // Стратегирование регионального развития в новых экономических реалиях: Материалы Всероссийского экономического онлайн-форума с международным участием, приуроченного к празднованию 55-летия Липецкого филиала Финуниверситета, Липецк, 16–17 декабря 2020 года / Под общей редакцией О.Ю. Смысловой. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2021. С. 131–135.
3. Кузнецова Ю.А. Позиция России во внешней торговле / Ю.А. Кузнецова, В.С. Косых // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности: сборник материалов XI Международной научно-практической конференции, Москва, 25 октября 2022 года. Москва: Алеф, 2022. С. 348–352.
4. Ушкалова Д.И. Внешняя торговля России в условиях санкционного давления / Д.И. Ушкалова // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 3(55). С. 218–226.
5. Ушкалова Д.И. Антироссийские санкции и экспорт России в 2022 г.: риски и перспективы / Д.И. Ушкалова // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022. № 6. С. 34–51.

УДК 338.001.36; 311.2

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ

Петрова К.Н., магистрант 1-го курса

Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе сделана попытка переосмысления процессов комплексного планирования и прогнозирования в развитии сельских территорий с учётом единства социального, экологического и экономи-

ческого аспектов, которые позволяют сгладить дифференциацию в развитии села. Выделены современные организационно-экономические направления комплексного развития сельских территорий, учитывающие необходимость оптимизации расходов бюджетов разных уровней.

Ключевые слова: комплексное развитие села; качество жизни сельских жителей; объекты социальной инфраструктуры сельских поселений.

SOME ASPECTS OF THE INTEGRATED DEVELOPMENT OF RURAL SETTLEMENTS

Petrova K.N., master's student of the 1st year

Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics,

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Financial, Kaluga

Abstract. The paper attempts to rethink the processes of integrated planning and forecasting in the development of rural areas, taking into account the unity of social, environmental and economic aspects that make it possible to smooth out differentiation in rural development. Modern organizational and economic directions of integrated development of rural areas are highlighted, taking into account the need to optimize budget expenditures at different levels.

Keywords: integrated rural development; quality of life of rural residents; objects of social infrastructure of rural settlements.

В рамках формирования направлений устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации и Калужской области важным аспектом выделяется комплексное улучшение сельской территории (местности). Одним из приоритетных направлений выступает улучшение качества жизни сельских жителей. Решение таких проблем, как: низкое благоустройство жилого фонда; слабая закрепляемость кадров; отток их из сельской местности; падение престижности аграрных профессий; снижение укомплектованности штатов и профессионально-квалификационного уровня работников; слабая трудовая подготовка молодёжи и низкий процент возврата выпускников сельских школ на работу после получения образования позволит сократить отставание села от города.

Проводимые институциональные преобразования, направленные на формирование социальной политики в интересах сельского населения не в полном объёме ликвидировали проблемы, ограничивающие улучшение

качества жизни сельских жителей. Поэтому переосмысление моделей роста и развития села, учитывающих не только повышение экономической эффективности, но и решение социальных проблем позволит сгладить дифференциацию в развитии сельских территорий. Развитие при таком подходе понимается не только как ликвидация отрицательных последствий ускоренной урбанизации и комплексное развитие деревни (превращение низкоэффективного сельского хозяйства в высокоэффективную отрасль производства, сокращение нищеты и бедности), но и как уменьшение разрыва между городом и деревней, гармоничное развитие всего народного хозяйства.

Для получения информации о развитии деревни, размере и состоянии объектов социальной инфраструктуры на территории сельских поселений было проведено исследование с использованием статистического наблюдения (способ анкетирования). Система вопросов в анкете построена в последовательной характеристике сельскохозяйственной организации количественными величинами числа специалистов (с градацией по возрасту, полу, уровню образования) к качественным показателям условий быта и жизнедеятельности работников [7].

Исследование проведено на основе единовременной выборки по состоянию на июль месяц 2022 года сельскохозяйственных организаций Калужской области частной формы собственности с изучением мнения главных специалистов и руководителей в возрасте 32–65 лет, которые отмечают тот факт, что сельская экономика страдает по причине недостаточного учёта человеческого и социального факторов, а не от отсутствия какого-либо ресурса. Объём выборки составляет 12% от общего числа сельскохозяйственных организаций в регионе.

Так как влияние социальных факторов на экономику сельского хозяйства, как правило, имеет качественный, а не количественный характер (опосредованный организационными, материально-техническими, экономическими и другими аспектами), то вопросы анкеты были построены с учётом наличия таких факторов, как негативного, так и позитивного характера. Таким образом, ответы анкетированного лица позволили расположить условия жизни в порядке их приоритетности [7].

Отрицательные обстоятельства жизни респонденты выстроили в направлении от экономических, где главенствующее значение имеет не достаточный объём вознаграждения за труд, к социальным: слабая мотивация к труду, ограниченность к саморазвитию, низкое качества труда и жилья (рис. 1).



Рисунок 7. Распределение негативных условий жизни, в % от общего числа анкет

Отсутствие высокооплачиваемого источника дохода усугубляется нерациональным режимом труда и отдыха. Результаты анкетирования разделили респондентов на две равные группы: одна удовлетворена рабочим временем и временем отдыха и считает их вполне комфортными, а другая напротив ответила, что рабочее время занимает практически все время светового дня в ущерб времени отдыха.

В качестве позитивных условий респонденты сделали упор на благоприятные экологические и социальные факторы (рис. 2).

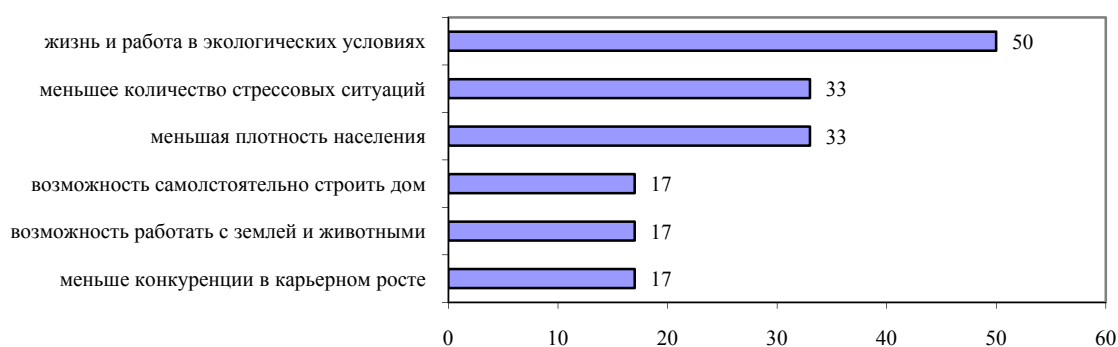


Рисунок 2. Распределение позитивных условий жизни, в % от общего числа анкет

Подавляющая часть анкетлируемых рассматривает сельский труд и жизнь на селе с точки зрения наличия свежего воздуха и экологической чистоты сферы обитания [8]. Однако, с позиции ведения личного хозяйства, более 20% респондентов отметили нежелание им заниматься. Большая часть опрошенных с «восторженным» отношением к сельскому труду выражает желание создавать продукт только для личного потребления (67%), развитию товарного производства готовы посвятить себя лишь 12% опрошенных. Кроме того, следует отметить узкий круг отраслевой и продук-

товой направленности сельского производства, которое, в основном, представлено менее затратным растениеводством (картофель и овощи). В отрасли животноводство также преобладают низко затратные отрасли: выращивание птицы и мелкого рогатого скота.

Комплексное развитие деревни направлено на совершенствование социально-трудовых, духовно-моральных отношений, обеспечивающих человеку мотивационные стимулы для своего экономического роста. С целью выявления трендов их дальнейшего развития респондентам было предложено оценить доступность некоторых социальных услуг с использованием четырех разновидностей мер (табл.).

Полная доступность практически всех услуг, кроме «услуг бытового обслуживания», присутствует только в 37,5% ответов. Подавляющая же часть респондентов оценили доступность услуг либо «относительно доступна» (40,4%), либо «труднодоступна» (20%).

Неплохо обстоит дело с учреждениями дошкольного и школьного образования, которые в большинстве оценены как «доступны в полном объеме», что позволяет считать их интеллектуально-культурным центром села.

Таблица 1. Доступность основных социальных услуг качества жизни, (в % от общего числа анкетированных)

Вид услуг	Мера оценки			
	доступны в полном объеме (в любое время)	относительно доступны (для реализации требуется некоторое время)	труднодоступны (требуется значительное время на их получение)	затрудняюсь ответить
Медицинское обслуживание	2,8	8,6	5,7	-
Дошкольное образование	14,3	2,8	-	-
Школьное образование	14,8	2,8	-	-
Досуговые услуги (посещение кинотеатров, театров, др.)	2,8	2,8	5,7	2,8
Услуги бытового обслуживания	-	14,8	2,8	-
Транспортное сообщение	5,8	8,6	2,8	-

Сложная ситуация имеет место с досуговыми центрами, которые в определенной степени могли бы компенсировать сельским жителям отдаленность от города, помочь в профилактике асоциальных форм поведения, разнообразить культурно-досуговую деятельность [7]. Серьезное внимание требует дальнейшее развитие доступности медицинского и бытового обслуживания, транспортного сообщения.

Доступность различного рода услуг зависит, во многом, от наличия объектов непроеизводственных основных средств на балансе сельскохозяйственных организаций. Результаты опроса подтверждают, что приоритет имеют учреждения дошкольного и школьного образования (41%), здравоохранения (38%), общественного питания (31%) (рис. 3).

√ ЖКХ	√ Учреждения дошкольного и школьного образования	√ Здравоохранения	√ Общественного питания	√ Другие
2	41	38	31	5

Рисунок 3. Наличие на балансе организации непроеизводственных основных фондов, (в % от общего числа анкетированных, указавших положительный ответ на вопрос)

Однако, наличие их в таком объёме недостаточно, так как быстрое развитие технологий не позволяет всем работникам повысить свои профессиональные навыки, сменить сферу деятельности или уехать в другую местность на постоянное место жительства. Следовательно, в ответ на вопрос «Наличие каких видов услуг Вы хотели бы развивать на своей территории» респонденты указали (по убыванию приоритетности): центры дополнительных медицинских услуг (21%); транспортные услуги (9%); досуговые центры (8%); центры дошкольного и школьного дополнительного образования (4%).

Таким образом, модель комплексного развития деревни, которую хотели бы «видеть» респонденты, направлена на сохранение и расширение возможностей для роста ценности человеческого капитала, как ресурса длительного пользования с повышением срока его действия. Эта модель совпадает с стратегическими инициативами социально-экономического развития Калужской области до 2040 года, где в качестве первого приоритета рассматривается «Социальное благополучие». Благополучие и высокий уровень жизни населения – это базовое условие для формирования, накопления и развития человеческого капитала, обеспечения эконо-

мического роста, развития предпринимательской и инновационной активности в регионе. «Приоритет социального благополучия включает инициативы, связанные с развитием рынка труда, образовательного сектора, обеспечением высоких стандартов качества жизни, открытием новых возможностей для занятости и проведения культурного досуга, поддержкой и интеграцией социально уязвимых слоев населения... Реализация стратегических инициатив позволит осуществить переход к более продвинутым механизмам социального развития, снизить влияние социальных рисков, сгладить негативные последствия внешних факторов, обеспечить сохранение и повышение уровня жизни населения» [1].

Конечно для этого требуются дополнительные расходы на поддержание его эффективной работы с учётом изменений в предложении взаимодополняющих производственных факторов при повышении спроса на социально-бытовые услуги.

Дуализ деревни заключается в том, что, с одной стороны, здесь используются более трудоёмкие технологии, а, с другой, шире развито мелкое производство, которое при сравнительно небольших инвестициях, может дать значительный прирост национального продукта. Поэтому формирование институциональных условий, заинтересовывающих крестьян в развитии товарного производства позволит смягчить отрицательные последствия сложившегося разрыва между городом и деревней.

В качестве направлений стратегии экономического развития, с целью подъёма сельского хозяйства, можно выделить:

- 1) стимулирование внутреннего спроса на отечественную сельскохозяйственную продукцию, наращивание экспортной деятельности;
- 2) увеличение объёмов производства путём повышения производительности труда, совершенствования технологий, реформы традиционных институтов и расширения возможностей для прогресса мелких хозяйств;
- 3) создание стимулов для занятости в самой аграрной сфере, что способствует ослаблению миграционного потока из деревни в город. Расширение специальных программ для повышения производительности женского труда и более широкого вовлечения женщин в комплексное развитие деревни (программы обучения, подготовки и переподготовки, целевого кредитования и т. д.);
- 4) создание реальных предпосылок для развития экономики путем вовлечения в её строительство подавляющего большинства аграрного населения;
- 5) углубление ориентации отечественной промышленности на нужды сельского хозяйства, укрепление агропромышленного комплекса [9].

Библиографический список

1. Постановление Правительства Калужской области № 970 от 15 декабря 2022 г. «О Стратегии социально-экономического развития Калужской области до 2040 года» URL: [Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.](#) (дата обращения: 19.11.2023).
2. Постановление Правительства РФ от 31 мая 2019 г. № 696 «Об утверждении государственной программы РФ «Комплексное развитие сельских территорий и о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ» (в редакции от 23.12.2022 г.)
3. Постановление Правительства РФ от 17 октября 2019 г. N 1332 "О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации "Комплексное развитие сельских территорий" (с изменениями дополнениями) - URL: <https://base.garant.ru/72883230/ysclid=lo0avufuhf558387867> (дата обращения: 19.11.2023).
4. Бородин Н.А., Подгорская С.В. Цифровизация образования – проблемы реализации нацпроектов // Вестник Донского государственного аграрного университета. 2019. № 4-2 (34.2). С. 50–54.
5. Гореева Н.М. Статистико-социологическое исследование институциональной трансформации российского бизнеса (на примере г. Москвы и Московской области) / Н.М. Гореева, Л.Н. Демидова, Н.А. Садовникова // Вопросы статистики. 2022. Т. 29, № 2. С. 94-103.
6. Гореева Н.М., Демидова Л.Н., Клизогуб Л.М., Орехов С.А., Сердюкова Н.А., Швецова С.Т. Эконометрика. Москва: Издательство «Экс-мо», 2008. с. 224.
7. Демидова Л.Н. Ориентиры эффективного функционирования социальной сферы сельских поселений / Л.Н. Демидова, Н.М. Гореева, О.В. Савчина // Научные основы устойчивого развития сельскохозяйственного производства в современных условиях: Сборник научных трудов по материалам XVI научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 07 апреля 2023 года / Под редакцией В.Н. Мазурова. Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный исследовательский центр картофеля имени А.Г. Лорха», 2023. С. 226–232.
8. Жизнь в деревне, плюсы и минусы, как правильно сделать выбор? URL: <https://fb.ru/article/381900/jizn-v-derevne-plyusyi-i-minusyi-kak-pravilno-sdelat-vyibor> (дата обращения: 19.11.2023).
9. Комплексное развитие деревни URL: https://studref.com/493945/ekonomika/kompleksnoe_razvitie_derevni?ysclid=lncl1ybpgrp971380047 (дата обращения: 19.11.2023).
10. Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-р Об утверждении Стратегии пространственного развития РФ на период до

2025 г. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72074066/?ysclid=lo0azy0e1w852227136> (дата обращения: 19.11.2023).

11. Goreyeva N.M., Demidova L.N., Chernyaev S.I. Modern problems of science education no.1. Impact of the global crisis on the economic stability of Russia// Science & Education. 2013. Т. 5. С. 485.

УДК 656.07

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЛОГИСТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Пономарев С.В., к. ф-м. н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Актуальность работы обусловлена тем, что в современных рыночных условиях эффективная деятельность коммерческого предприятия возможна лишь при условии наличия гибкой модели деятельности, максимально учитывающей изменчивость внутренних и внешних факторов.

Ключевые слова: организация; логистика; динамическая модель; бизнес – процесс; база данных; алгоритмическая конструкция

THE LOGISTICS PROCESS OF AN ORGANIZATION IS MODELING

*Ponomarev S.V., Ph.D., Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The relevance of the work is due to the fact that in modern market conditions, the effective operation of a commercial enterprise is possible only if there is a flexible model of activity that takes into account the variability of internal and external factors.

Keywords: organization; logistics; dynamic model; business process; database; algorithmic design

Одним из эффективных механизмов ведения бизнеса является логистика предприятия, которая дает возможность эффективно достигать стратегических целей компании. Однако по мере развития информационного общества стали возникать огромные массивы информации в практической деятельности предприятия, и возникли существенные трудности в выявлении из этих массивов информации тенденций, закономерностей и инте-

гральных показателей, отображающих тактические и стратегические показатели предприятия [1],[2],[3].

Для решения этой проблемы стали разрабатываться модели, реализующие бизнес – логику процесса логистики. Они используются для анализа, документирования и реорганизации этого сложного бизнес-процесса. Эти модели позволяют четко документировать различные аспекты [4]. Современные модели логистики дают основу для осмысления бизнес-процессов и оценки влияния тех или иных событий, а также описывают взаимодействие процессов и потоков информации в организации. Однако по мере развития бизнеса выяснилось, что современные методологии логистики абсолютно не приспособлены к возникающей неэффективной, высокзатратной или избыточной деятельности, которая всегда появляется в деятельности любой компании.

Возникающие проблемы не могут быть легко выявлены и, следовательно, усовершенствованы, изменены или устранены в соответствии с общими целями организации [5]. Модели логистики стали не приспособлены к неэффективным, неэкономичным или избыточным операциям. Стало невозможным легко выявить и, следовательно, улучшить, изменить или вовсе исключить проблемные бизнес - процессы – в соответствии с целями компании [6]. Дело в том, что даже схожие бизнес-процессы на различных предприятиях, например, прием заказа от покупателя, получение денежных средств от покупателя, отгрузка товара или готовой продукции могут достаточно сильно отличаться в силу отраслевой специфики.

Устоявшиеся модели логистики зачастую не могут реализовать конкретную, постоянно меняющуюся бизнес-логику [7]. В большинстве исследований, рассматривающих логистику организации, отмечено, что по мере развития бизнеса возникают огромные массивы информации, содержащие критические ошибки, которые не отражаются в бизнес – логике предприятия[8]. Получается, что модели логистики не отражают реального положения дел в деятельности организации.

Исследователями отмечено, что невозможность замечать накопление критической массы ошибок и недостоверной информации в бизнес – логике компании приводит к тому, что большинство моделей логистики организации обладают низкими аналитическими возможностями, что является очень важным фактором в сфере бизнеса [9].

Минимум аналитических отчетов не позволяют в полной мере оценить картину товарооборота, товарных остатков, отследить наиболее продаваемые позиции и т.д. Без достоверной и реалистичной аналитики реализаций, отгрузок за предыдущие или аналогичные периоды невозможно правильно спланировать дальнейшие действия для выполнения плановых показателей и увеличения темпов роста [10].

Целью исследования является построение модели логистики организации, учитывающей накопление информации и возникновение критических ошибок в бизнес – логике субъектов деятельности [11].

В результате изучения бизнес – логики предприятий было выяснено, что в условиях экономической и политической нестабильности главной целью предприятий становится увеличение оборота. Увеличение оборота предприятий зависит от логистических издержек [12,13].

Изучение бизнес – логики предприятий г. Калуги и Калужской области показало, что имеющий место в действительности процесс логистики практически не вписывается в современные модели логистических операций.

Примером этого является то, что предприятия вынуждены постоянно менять логистические схемы. Вследствие постоянного изменения логистических схем наблюдается неоптимальное использование складских помещений, происходящее за счет того, что на складе имеются товары с истекшим сроком годности, а также есть недостаток необходимых для производства товаров. В результате изучения логистических схем предприятий, была установлена модель логистики, которая представлена на рисунке 1.

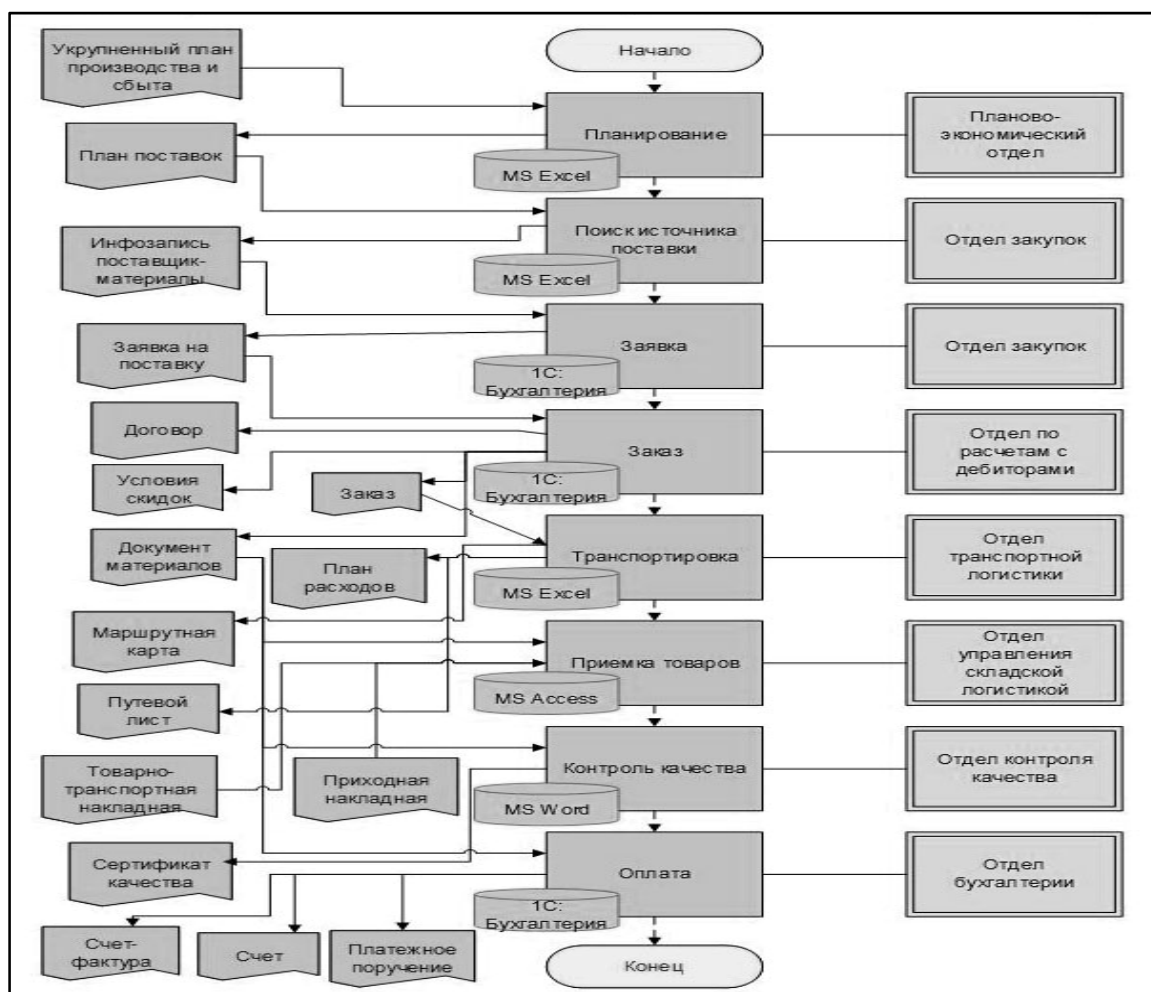


Рисунок. 1. Модель процесса логистики большинства компаний

Как видно, процесс закупки товаров начинается с процесса планирования, на вход которого подается документ – укрупненный план производства и сбыта, а на выходе получается документ плана поставок.

Используемые модели логистических операций, приводят к неоптимальному использованию товаров, которое в свою очередь происходит из-за отсутствия быстрой разгрузки и переборки товаров на складе. В корне последней лежат следующие проблемы: размещение товаров на складе неоптимальное, то есть трудно понять какие именно товары необходимо использовать в первую очередь. Также нет актуального обзора товаров, находящихся в пути, вследствие чего складская площадь оказывается неподготовленной к приемке продукции. Наличие на складе товаров с истекшим сроком годности и недостаток необходимых товаров связан с тем, что нет возможности оценить надежность поставщиков и что все товары будут поставлены в сроки, нет статистики использования товаров в производстве, не учитывается сезонность.

Из рисунка 1 следует, что используемым моделям логистики присущи следующие недостатки:

- отсутствие централизованной базы по заказам;
- высокие временные затраты на выполнение процессов;
- запаздывание передачи информации между подразделениями;
- ошибки персонала при работе с документами;
- дублирование информации;
- длительность обработки информации;
- ручное формирование отчетов;
- нерациональное использование складских площадей.

Выходом из возникшей ситуации является создание новой алгоритмической модели логистики с помощью программы WebSphere Business Modeler. При осуществлении анализа информационных потоков компаний и литературы по моделированию логистики организации[14,15,16,17,18,19,20], было принято решение о разработке новой алгоритмической модели.

Данная работа является продолжением исследования автора по тематике логистики предприятий [20].

Научная новизна работы заключается в создании новой модели логистики предприятий, которая поможет исключить недостатки бизнес – процесса логистики, приведенного автором в предыдущем исследовании [20].

Для разработки новой алгоритмической модели логистики организаций был применен метод динамического моделирования предметной области предприятия. Динамическое моделирование предприятия представляет собой изучение деятельности предприятия как информационной сис-

темы с обратной связью. Динамическое моделирование изучает меняющееся во времени динамическое поведение организаций, что не учитывается другими моделями и алгоритмическими методиками. Разработка новой модели логистики выполнена с помощью программы WebSphere Business Modeler которая реализует механизмы динамического моделирования. Новая модель предназначена для оперативного взаимодействия всех подразделений, увеличения скорости обработки документов и уменьшения ошибок при их заполнении, оперативного доступа к электронной форме документов[21]. Разработанная модель представлена на рисунке 2.

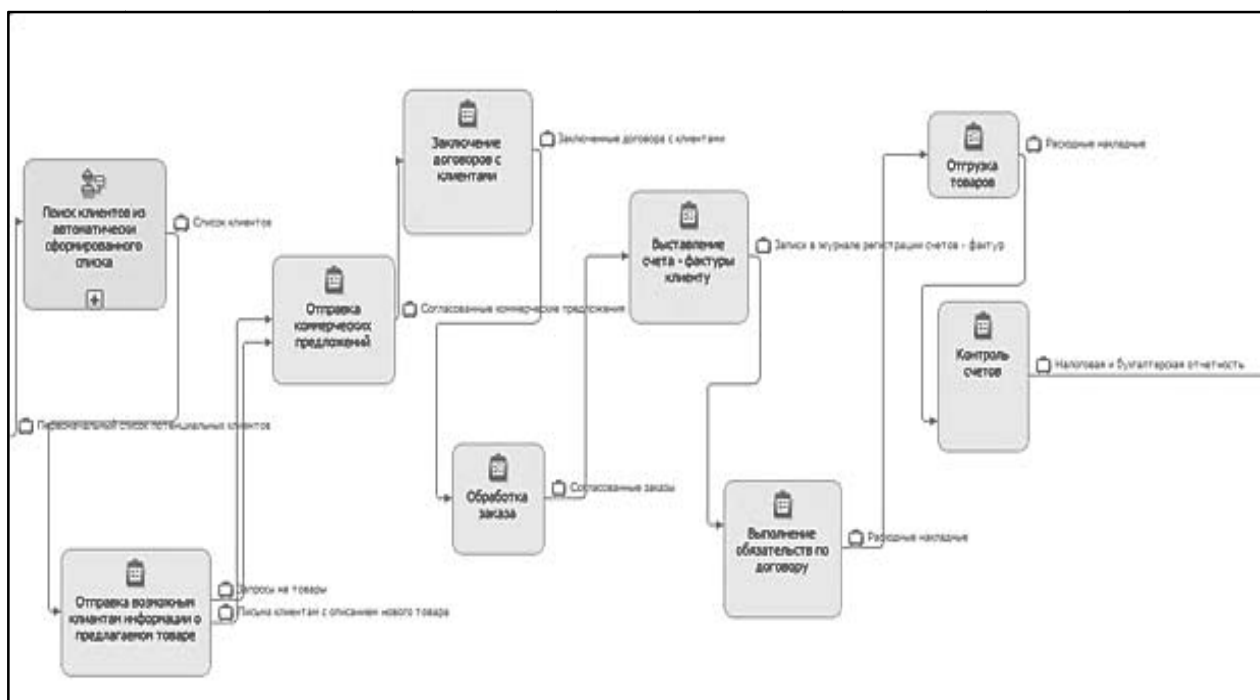


Рисунок 2. Разработанная модель логистики

Новая алгоритмическая модель предполагает, что в бизнес – процессе верхнего уровня «Закупки» не нужно будет вручную оформлять заявку на товар, модель автоматически ее обрабатывает и оформляет. Оформление и отправка заказа производились не автоматически и занимали много времени, планируется же, что данный процесс будет полностью выполняться системой и занимать совсем немного времени, таким же образом происходит процесс выполнения обязательств по оплате. Планируется, что все товары будут храниться в справочнике номенклатуры. А различные отчеты будут формироваться автоматически. Для согласования заявки на товар будет предусмотрена возможность изменения ее статуса [22].

Выбор поставщиков также должен стать автоматизированной задачей, до этого же выбор поставщиков осуществлялся лишь посредством телефонных звонков. Новая модель предлагает упорядочить процесс «Вы-

бор поставщиков», его основных участников: ответственный за работу с поставщиками и ответственный за согласование запроса.

Для того чтобы выбрать поставщика, будет предусмотрена возможность ведения справочника поставщика и поиска в нем данных по ключевым полям. Предлагается автоматическое создание отчета, который будет содержать список поставщиков, которые могут выполнить заявку. Также должна формироваться заявка на товар и возможность регистрации ввода коммерческих предложений. В итоге будет формироваться отчет, позволяющий осуществить выбор поставщиков.

Разработанная алгоритмическая модель логистики позволяет осуществить автоматизацию учёта, осуществлять полный электронный учет продаж, определять соответствующие доходы, производить быстрый поиск необходимой информации, формировать отчетную документацию.

Разработанная модель логистики в отличие от классических подразумевает постоянную динамику бизнес – процессов предприятия. Модель может быть реализована программными средствами сторонних или собственных разработчиков. Организации могут использовать разработанную алгоритмическую модель для ведения своей деятельности. Многие компании используют разнообразные логистические модели, однако алгоритмические конструкции, на основе которых они созданы, привязаны к особенностям конкретной отрасли, которые не учитывают изменения рынка или бизнес – процессов или вообще носят общий характер. Поэтому разработка новой алгоритмической модели логистики организаций является оправданной.

Библиографический список

1. Сидоренко В.Н., Красносельский А.В. Имитационное моделирование в науке и бизнесе: подходы, инструменты, применение // Бизнес – информатика. 2008. № 2. С. 52–57.

2. Плютенко А.С. Имитационное моделирование // Вестник МГУП. 2011. № 1. С. 163–170.

3. Плещенко В.И. Особенности потребительского поведения промышленных предприятий и их влияние на реализацию процесса закупок в современных условиях // Экономика в промышленности. 2016. № 4. С. 356–362.

4. Радаев А.Е., Левенцов В.А., Кобзев В.В. Оптимизационные модели обоснования характеристик системы управления многономенклатурными запасами на промышленном предприятии // Логистика и управление цепями поставок. 2017. №3(80). С. 4–20.

5. Рождественский А.Г., Сабаткоев Т.Р. Моделирование в управлении цепями поставок // Логистика и управление цепями поставок. 2016. № 2(73). С.56-64.

6. Новиков В.Э., Карапетян Р.А. Информационно – аналитические системы бизнес-анализа как интеграционная платформа для управления логистическими процессами в цепях поставок сетевых розничных компаний // Логистика и управление цепями поставок. 2017. № 6(83). С. 15–28.
7. Плещенко В.И. Организация взаимодействия промышленных потребителей с поставщиками в рамках закупочных процедур: проблемы и решения на микроуровне // Экономика в промышленности. 2017. Т. 10. № 1. С. 53–58.
8. Гизатуллина О.М. Анализ и оценка логистических затрат в процессе движения товарных, информационных и финансовых потоков // Вопросы региональной экономики. 2016. № 3(28). С. 81–85.
9. Толуев Ю.И. Методы имитационного моделирования цепей поставок // Логистика и управление цепями поставок. 2016. № 4(75). С. 7–14.
10. Егоров Ю.Н. Логистика и маркетинг в стратегии диверсификации товаров и услуг // Финансовый журнал. 2012. № 2. С. 73–80.
11. Тойменцева А.А., Тойменцева И.А. Логистика как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятий оптовой торговли // Экономика и предпринимательство. 2018. № 12(101). С. 711–715.
12. Киреева Н., Трофимова О. Сокращение товарных потерь на складе: проблемы и перспективы // Логистика. 2018. № 2(135). С. 18–23.
13. Недоспасова О.П. Современная практика управления закупочной логистикой // Известия Томского политехнического университета. 2007. Т. 311. № 6. С. 92–95.
14. Писарец Н.М. Моделирование как способ оценки целесообразности применения горизонтальной кооперации в транспортировке // Логистика и управление цепями поставок. 2016. № 1(72). С. 31–38.
15. Тяпухин А., Чертыковцев В. Логистические процессы в цепях поставок // Логистика. 2016. № 2(111). С. 34–39.
16. Толуев Ю., Змановская Т. Оптимизация транспортно – складских систем с применением имитационных моделей // Логистика. 2016. № 2(111). С. 46–49.
17. Бочкарев А., Кузьмина Я. Многокритериальная модель оптимальной дислокации складов в цепях поставок // Логистика. 2017. № 2(123). С. 32–36.
18. Курбанов Т., Курбанов А., Шаламов Д. Эволюция инструментария логистики и его роль в принятии управленческих решений поставок // Логистика. 2017. № 7(128). С. 40–45.
19. Бродецкий Г.Л., Дыбская В.В., Гусев Д.А., Кулешова Е.С. Распределение товаров в складской сети: оптимальные решения по многим критериям // Логистика и управление цепями поставок. 2017. № 1(78). С. 67–81.

20. Пономарев С.В. Моделирование бизнес- процессов «как есть» на основе анализа бизнес-логики и информационных потоков предприятия // Калужский экономический вестник. 2018. № 1. С. 17–22.

21. Григорьева А.С. Оптимизация процесса создания типового проекта документа с целью повышения производительности труда // Вестник науки и образования. 2017. Т. 2. № 7(31). С. 20–24.

22. Подшивалова К.С., Подшивалов С.Ф. Временной критерий агрегации в кластерной транспортной задаче доставки грузов // Экономика и математические методы. 2017. Т. 53. № 1. С. 156–164.

УДК 658.3.07

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Правосудова М.А., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Измалкова И.В., к.э.н., доцент
Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк*

Аннотация: Данная статья рассматривает тему оценки эффективности использования основных средств в условиях цифровизации. Авторы обсуждают влияние цифровизации на использование основных средств и предлагают методы оценки эффективности, включая расчет технико-экономических показателей и сравнительный анализ. Они также подчеркивают преимущества и риски цифровизации в использовании основных средств и заключают, что систематическая оценка эффективности является важным аспектом для предприятий.

Ключевые слова: цифровизация, основные средства, эффективность, оценка, технико-экономические показатели.

MANAGEMENT OF BUSINESS PROCESSES OF ECONOMIC ENTITIES IN MODERN CONDITIONS

*Pravosydova M.A., bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: Izmalkova I.V., Candidate of Economics, Associate Professor
Lipetsk Branch of the University of Financial, Lipetsk*

Annotation: This article examines the topic of assessing the effectiveness of the use of fixed assets in the conditions of digitalization. The authors discuss the impact of digitalization on the use of fixed assets and propose methods for

evaluating efficiency, including the calculation of technical and economic indicators and comparative analysis. They also emphasize the advantages and risks of digitalization in the use of fixed assets and conclude that a systematic assessment of efficiency is an important aspect for enterprises.

Keywords: digitalization, fixed assets, efficiency, evaluation, technical and economic indicators.

Цифровизация представляет собой процесс применения цифровых технологий и инструментов в различных сферах деятельности. Она имеет значительное влияние на использование основных средств, так как позволяет автоматизировать и оптимизировать процессы производства и управления.

Оценка эффективности использования основных средств в условиях цифровизации является важным аспектом для предприятий. Она позволяет определить, насколько успешно используются основные средства для достижения поставленных целей. Оценка эффективности должна быть систематической и включать различные аспекты, такие как производительность, качество продукции, затраты и техническое состояние основных средств.

Для оценки эффективности использования основных средств в условиях цифровизации можно использовать различные методы. Один из ключевых методов – расчет технико-экономических показателей, таких как общая производительность, энергоэффективность и стоимость производства. Также можно применять метод сравнительного анализа, который позволяет сравнить эффективность использования основных средств до и после внедрения цифровых технологий.

Цифровизация в использовании основных средств имеет ряд преимуществ. Она позволяет повысить эффективность производства и управления, сократить затраты и улучшить качество продукции. Однако, она также сопряжена с рисками, такими как уязвимость к кибератакам и потребность в постоянном обновлении технологий.

Оценка эффективности использования основных средств в условиях цифровизации является важным аспектом для предприятий. Она позволяет определить, насколько успешно используются основные средства для достижения поставленных целей. Эффективность использования основных средств может быть оценена с помощью различных методов.

Один из ключевых методов – это расчет технико-экономических показателей. Такие показатели, как общая производительность, энергоэффективность и стоимость производства, могут быть рассчитаны для определения эффективности использования основных средств. Расчет этих показателей позволяет оценить, насколько эффективно основные средства используются в процессе производства.

Еще одним методом оценки эффективности использования основных средств является сравнительный анализ. Сравнение эффективности использования основных средств до и после внедрения цифровых технологий позволяет оценить влияние цифровизации на использование основных средств. Этот метод позволяет выявить изменения в производительности, качестве продукции и затратах после внедрения цифровых технологий.

Однако, при оценке эффективности использования основных средств в условиях цифровизации также необходимо учитывать преимущества и риски, связанные с цифровизацией. Цифровизация может повысить эффективность производства и управления, сократить затраты и улучшить качество продукции. Однако, она также может привести к уязвимости к кибератакам и требовать постоянного обновления технологий. При оценке эффективности использования основных средств в условиях цифровизации необходимо учитывать эти преимущества и риски.

Оценка эффективности использования основных средств может проводиться с использованием различных методов, рассмотрим вспомогательную таблицу:

Таблица 1. Оценка эффективности использования основных средств

Рентабельность инвестиций (ROI)	Этот метод позволяет определить, насколько успешно основные средства используются для генерации прибыли. Он рассчитывается путем деления прибыли от использования основных средств на их стоимость.
Продуктивность труда	Этот метод позволяет определить, насколько эффективно основные средства используются для производства товаров или услуг. Он рассчитывается путем деления объема производства на количество использованных основных средств.
Срок окупаемости	Этот метод позволяет определить, за какой период времени инвестиции в основные средства будут окупаться. Он рассчитывается путем деления стоимости основных средств на прибыль, полученную от их использования.

Точка безубыточности	Этот метод позволяет определить объем продаж, необходимый для покрытия всех затрат на использование основных средств. Он рассчитывается путем деления постоянных затрат на разницу между ценой продажи и переменными затратами.
Анализ сравнительных преимуществ	Этот метод позволяет сравнивать эффективность использования основных средств в различных предприятиях или отраслях. Он основан на сравнении показателей производительности и рентабельности.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и ограничения, поэтому выбор метода оценки эффективности использования основных средств зависит от конкретных условий и целей предприятия.

Преимущества цифровизации в использовании основных средств включают:

1. Повышение эффективности производства и управления: Цифровые технологии позволяют автоматизировать и оптимизировать процессы производства и управления, что приводит к повышению производительности и сокращению времени на выполнение задач.

2. Сокращение затрат: Цифровизация позволяет сократить затраты на обслуживание и ремонт основных средств, а также на снижение энергопотребления благодаря более эффективному использованию ресурсов.

3. Улучшение качества продукции: Цифровые технологии позволяют контролировать и оптимизировать процессы производства, что приводит к повышению качества продукции и уменьшению количества брака.

Однако, цифровизация также сопряжена с некоторыми рисками:

1. Уязвимость к кибератакам: Цифровые системы могут быть подвержены кибератакам, что может привести к потере данных или нарушению работы основных средств.

2. Потребность в постоянном обновлении технологий: Цифровые технологии быстро развиваются, поэтому предприятия должны постоянно обновлять свои системы и обучать персонал новым навыкам.

3. Негативное влияние на рабочую силу: Цифровизация может привести к автоматизации и сокращению рабочих мест, что может негативно сказаться на занятости.

В целом, цифровизация в использовании основных средств имеет множество преимуществ, но также сопряжена с определенными рисками, которые должны быть учтены и эффективно управляемыми для достижения наилучших результатов.

Также при оценке эффективности использования основных средств в условиях цифровизации следует учитывать их влияние на окружающую среду. Цифровые технологии могут быть более энергоэффективными и экологически безопасными по сравнению с традиционными технологиями. Оценка влияния основных средств на окружающую среду позволяет принимать меры по снижению негативных последствий и улучшению экологической устойчивости производства.

Оценка эффективности использования основных средств в условиях цифровизации является сложной задачей, требующей учета различных факторов. Она позволяет определить эффективность использования цифровых технологий, выявить проблемные места и принять меры по их устранению. Это помогает повысить конкурентоспособность предприятий, улучшить качество продукции и услуг, снизить затраты и способствовать устойчивому развитию.

Библиографический список

1. Лосева О.В. и др. Оценка стоимости цифровых интеллектуальных активов: принципы, факторы, подходы и методы // Финансы: теория и практика. 2022. Т. 26. № 4. С. 6–28.

2. Юрьева Л.В. Рискоориентированная концепция адаптации промышленных предприятий к условиям цифровой экономики / Л.В. Юрьева, Е.В. Долженкова; Министерство науки и высшего образования РФ; ФГА-ОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», Нижнетагильский технологический институт (филиал). Нижний Тагил: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2019. 100 с.

3. Титова М.Н., Ильинская Е.М. Инфраструктурные факторы в условиях кластеризации и цифровизации экономики // Цифровая трансформация экономики и развитие кластеров. 2019. С. 63–93.

4. Мануилов А.В. Вопросы оценки имущества в свете юридических концепций собственности при переходе к цифровой экономике // Правоведение. 2019. Т. 63. № 1. С. 112–136.

5. Ямова О.В. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности предприятия в условиях инновационно-цифровой экономики // Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии. 2019. С. 430–485.

ТРАНСФОРМАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ: ВВЕДЕНИЕ ФСБУ 28/2023 «ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ»

Пытина А.И. магистрант 2-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрен федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация», в котором прописаны новые правила инвентаризации, позволяющие более эффективно подходить к оценке состояния активов организации, достоверно отображать информацию о финансовом положении компании.

Ключевые слова: инвентаризация, бухгалтерский учет, ФСБУ, организация, активы, пассивы, бухгалтерская отчетность, отчетный период, нововведения

TRANSFORMATION OF ACCOUNTING IN RUSSIA: INTRODUCTION OF FASAB 28/2023 «INVENTORY»

Pytina A.I., Master's student of 2nd year
Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics,
Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper considers the federal accounting standard FASAB 28/2023 "Inventory", which prescribes new inventory rules that allow more efficient approach to the assessment of the assets of the organization, reliably display information about the financial position of the company.

Keywords: inventory, accounting, FASAB, organization, assets, liabilities, accounting statements, reporting period, innovations.

Бухгалтерский учет и анализ являются важными инструментами контроля финансового состояния компании. На основе информации, предоставляемой бухгалтером, управленческий штат организации принимает решения, планирует будущее компании в рамках конкурентного рынка.

В настоящий момент времени правила учета в Российской организации подвергаются трансформации в целях конкретизации, повышении достоверности информации, а также сближении отечественных норм бухгалтерского учета с международными стандартами. Благодаря нововведе-

ниям планируется повысить интерес зарубежных инвесторов к российским организациям, что, следовательно, привлечет дополнительные денежные потоки в экономику страны.

Одним из важных направлений модернизации нормативной базы бухгалтерского учета является разработка и введение федеральных стандартов бухгалтерского учета, которые сочетают в себе как признаки МСФО, так и признаки РСБУ. Уже введены в обязательное использование организациями следующие стандарты: ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учёт аренды»; ФСБУ 6/2020 «Основные средства»; ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения»; ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот в бухгалтерском учете».

В апреле 2023 года вступил в силу новый нормативный акт, в котором перечислены требования к инвентаризации имущества компании, а также ее обязательств, сроки и порядок осуществления операции. Данный стандарт — это ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация».

Инвентаризация – это инструмент контроля состояния активов и обязательств организации путем сравнения фактических данных и информации, отраженной в бухгалтерском учете. Инвентаризация позволяет контролировать и производить достоверную оценку имущества компании и ее задолженностей, что, в целом, положительно влияет на благосостояние организации. Благодаря данной процедуре происходит своевременное обнаружение излишков или недостатков, упорядочение и корректировка бухгалтерского учета, что ведет к сокращению расходов и налоговых рисков.

В зависимости от критерия эксперты выделяют несколько видов инвентаризации, представленные на рисунке 1:

Полная инвентаризация подразумевает проверку всего имущества организации, а также ее обязательств. Данный вид инвентаризации обычно проводят перед составлением годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности в целях отражения достоверной информации об активах и пассивах компании.

Частичная инвентаризация – это вид инвентаризации, при которой ревизии подвергаются отдельные виды имущества или обязательств: основные средства, дебиторская задолженность, запасы, денежные средства и т.д.

При натуральной инвентаризации все объекты находят отражение в материально-вещественной форме – их подсчитывают, взвешивают, измеряют в натуральных величинах.

При документальной проверке происходит изучение документов, подтверждающих факт наличия определенных обязательств или видов имущества организации. Члены инвентаризационной комиссии изучают инвентарные карточки, оборотно-сальдовые ведомости и т.д.

Плановая инвентаризация проводится в сроки, утвержденные учетной политикой организации, в то время как внеплановая инвентаризация может быть проведена в любой момент отчетного периода и выступать дополнительным инструментом контроля и оценки финансового состояния организации.



Рисунок 1. Виды инвентаризации

ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» обязателен к применению с 1 апреля 2025 года всеми экономическими субъектами, за исключением бюджетных организаций. Также данный стандарт не распространяет свою силу на инвентаризацию драгоценных камней и металлов.

Нормативный акт закрепляет общие принципы инвентаризации, а именно своевременность, полноту, достоверность отражения итогов проверки. В нем прописаны способы, определяющие фактическое наличие того или иного имущества, обязательств; даны определения понятиям «объекты инвентаризации», «срок проведения инвентаризации» и т.д.

Согласно стандарту к объектам инвентаризации относятся все имущество и обязательства организации, в том числе:

- объекты бухгалтерского учета, отраженные на забалансовых счетах, данные о которых представляют в бухгалтерской (финансовой) отчетности;

- нематериальные активы, капитальные вложения организации;
- денежные средства, финансовые вложения;
- суммы дебиторской задолженности;
- отложенные налоговые активы и обязательства;
- источники финансирования деятельности компании.

ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» дает право организациям самостоятельно выбрать состав документов, связанных с инвентаризацией. До

этого перечень документов был закреплён на законодательном уровне, а именно Приказом Минфина РФ от 13.06.1995 № 49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств».

Стандарт устанавливает дату осуществления инвентаризации активов и обязательств организации. Ранее инвентаризация проходила перед составлением отчетности и на день приемки-передачи дел при смене материально ответственного лица. Теперь же с введением ФСБУ необходимо проводить инвентаризацию:

- на отчетную дату;
- на дату приемки-передачи дел;
- перед передачей третьим лицам или возвратом;
- по факту предъявления требования коллектива;
- по факту обнаружения порчи или иных фактов;
- перед составлением передаточного акта или разделительного/ликвидационного баланса.

Иные конкретные сроки инвентаризации устанавливает руководитель организации и закрепляет их в учетной политике. Стандарт разрешает при проведении инвентаризации в компании использовать фото- или видеофиксацию, что в разы упрощает процедуру для работников. При этом ФСБУ не отменяет традиционные форматы осуществления инвентаризации – измерение, взвешивание, проверка и т.д.

Также ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» дополняет порядок оценки и признания результатов инвентаризации в бухгалтерском учете. Выявленные излишки учитывают по справедливой или балансовой стоимости и относят к доходам организации, в то время как недостатки отражают по балансовой стоимости на виновное лицо или на расходы компании. Справедливую стоимость бухгалтер должен рассчитать исходя из правил, прописанных в МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости», а балансовую стоимость – определить исходя из норм, указанных в федеральных стандартах бухгалтерского учета. Если в результате инвентаризации обнаружатся расхождения данных о суммах дебиторской задолженности и обязательств, то в учете их отражают согласно подтверждающим документам, которые компания считает верными. В случае расхождений сумм оценочных обязательств, отложенных налоговых активов и обязательств, то бухгалтер отражает в учете организации только те суммы, что подтверждены расчётами.

Организация имеет право досрочно применять данный федеральный стандарт бухгалтерского учета, но перед принятием решения необходимо оценить преимущества и недостатки данного нормативного акта. Они представлены в таблице 1.

*Таблица 1. Плюсы и минусы перехода на ФСБУ 28/2023
«Инвентаризация»*

Плюсы	Минусы
Разрешено применять фото- и видеосъемку во время инвентаризации при условии, что традиционные способы проверки затратны или имущество находится в труднодоступном месте	Необходимо пересмотреть формы документов, необходимых для инвентаризации, и утвердить новые формы в учетной политике: описи, акты, ведомости
Можно не создавать инвентаризационную комиссию при условии, что в организации работает не больше двух сотрудников: руководитель и главный бухгалтер или только руководитель.	Необходимо чаще проводить инвентаризацию согласно срокам, установленным ФСБУ
Допускается осуществление инвентаризации в отсутствие менее чем 1/5 членов комиссии. Ранее при отсутствии хоть одного члена инвентаризационной комиссии итоги проверки признавали недействительными.	
Не нужно проводить инвентаризацию при преобразовании. Ранее инвентаризацию проводили при любом виде реорганизации.	

Организация имеет право досрочно перейти на ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация», не дожидаясь даты его обязательного применения. При этом нужно будет утвердить дату перехода в учетной политике компании, пересмотреть формы документов и закрепить актуальные виды описей, актов, ведомостей приказом, где будут прописаны новые формулировки, касающиеся инвентаризации имущества и обязательств. Приказ должен быть подписан руководителем организации. После внесения поправок в учетную политику бухгалтер должен отразить изменения в оценке излишков и недостат ретроспективным способом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящий момент времени система бухгалтерского учета претерпевает изменения, которые направлены не только на сближение бухгалтерского и налогового учета, но и национальных правил учета с международными. При этом разработчики

федеральных стандартов ориентируется на потребности как организаций, так и инвесторов.

ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» вводит новые правила и требования к инвентаризации, облегчающие сам процесс проверки наличия имущества и обязательств организации, а также способствующие повышению достоверности информации, находящей отражение в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Библиографический список

1. Приказ Минфина России от 13.01.2023 № 4н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация».

2. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 № 49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств».

3. Официальный сайт журнала «Главбух» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.glavbuh.ru> (дата обращения: 04.11.2023).

4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 04.11.2023).

УДК 657.421

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Савкина А.А. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Фатеева Т.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются особенности учета основных средств в торговых организациях, принятие к учету основных средств, способы начисления амортизации основных средств, приведены их примеры, а также рассмотрены особенности выбытия основных средств.

Ключевые слова. Основные средства, учет, бухгалтерский учет, учет основных средств, торговые предприятия, учет основных средств торговых организаций, амортизация.

FEATURES OF ACCOUNTING FOR FIXED ASSETS IN TRADE ORGANIZATIONS

Savkina A.A. 3rd year bachelor

*Scientific supervisor: Fateeva T.N., Ph.D., Associate Professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. The article discusses the features of accounting for fixed assets in trade organizations, the acceptance of fixed assets for accounting, methods for calculating depreciation of fixed assets, provides examples of them, and also discusses the features of the disposal of fixed assets.

Keywords. Fixed assets, accounting, accounting, accounting of fixed assets, trading enterprises, accounting of fixed assets of trading organizations, depreciation.

Любая организация, которая осуществляет свою собственную деятельность, имеет имущество, денежные и иные средства. Объекты основных средств применяются для изготовления продукции, при проведении работ и осуществлении услуг или для управленческих нужд предприятия и обладают возможностью приносить ей экономическую выгоду в будущем.

Основные средства являются одной из главных статей в разделе внеоборотных активов предприятия. Они обеспечивают материально-техническую основу и условия производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Их положение и успешное применение напрямую воздействуют на итоговые результаты финансово – хозяйственной деятельности предприятия, то есть обоснованное и успешное применение основных средств позволяет увеличивать объемы производства без дополнительных капитальных вложений или при минимальном их значении, гарантируя тем самым большую прибыльность деятельности предприятия в целом.

Учет основных средств в торговых организациях имеет свои особенности, связанные с правилами и способами начисления амортизации, а также с учетом приобретения, использования и выбытия основных средств.

Приобретение основных средств считается одним из основных этапов в учете использования основных средств в торговых организациях. При приобретении основных средств на счетах бухгалтерского учета отражается их стоимость, а также НДС, если он применим.

После того, как организация приобрела основное средство, по нему начинает начисляться амортизация. Амортизация основных средств является статьей затрат и оказывает влияние на показатели прибыли, иногда существенно снижая их. Амортизация основных средств оказывает влияние и на прибыль фирмы, в основном через налог на прибыль. Таким об-

разом амортизация выступает инструментом снижения налога на прибыль. И для предотвращения возникновения ошибок очень важно понимать, как работает данный инструмент.

Амортизация представляет собой перенос по частям стоимости основных средств и нематериальных активов по мере их физического или морального износа на стоимость производимой продукции. В бухгалтерском подходе амортизация начисляется следующими способами: линейным способом, способом уменьшения остатка и способом списания стоимости пропорционально объему продукции.

При использовании линейного способа начисления амортизации, начисления осуществляются исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта;

Используя способ уменьшаемого остатка, амортизационные отчисления начисляются исходя из остаточной стоимости основных средств на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта и коэффициента ускорения, установленного в соответствии с законодательством РФ;

Способ списания стоимости пропорционально объему продукции позволяет начислять амортизацию исходя из натурального показателя объема продукции в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости объекта основных средств и предполагаемого объема продукции за весь срок полезного использования объекта основных средств.

Независимо от того, какой способ начисления амортизации выбрала торговая организация, он должен использоваться на протяжении всего срока полезного использования объекта основного средства. И обычно торговые организации предпочитают использовать линейный метод начисления амортизации.

В налоговом учете используют всего два метода амортизации основных средств. К ним относятся линейный и нелинейный способы.

Для учета амортизации основных средств используют пассивный счет 02 «Амортизация основных средств». На этом счете обобщается информация об амортизации, накопленной за время эксплуатации объектов основных средств.

Метод начисления амортизации для целей бухгалтерского учета закрепляется в учетной политике, а метод начисления для целей налогового учета – в учетной политике для целей налогообложения. Однако часто организации могут использовать и разные методы, если это позволяет оптимизировать налоговые отчисления.

При выбытии основного средства в бухгалтерском учете делают соответствующие записи, а основное средство списывают с баланса организации:

Дебет счета 02 «Амортизация основных средств», кредит счета 01 «Основные средства» – на сумму списания начисленной амортизации;

Дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет 2 «Прочие расходы», кредит счета 01 «Основные средства» – на сумму списания остаточной стоимости основного средства.

Предположим, что компания приобрела оборудование стоимостью 90 000 рублей сроком службы 5 лет.

В бухгалтерском учете амортизация будет начисляться линейным способом по следующей формуле:

Годовая амортизация = Первоначальная стоимость / Срок службы.

Годовая амортизация = $90\,000 / 5 = 18\,000$ рублей

В налоговом учете амортизация также будет начисляться линейным способом:

Годовая амортизация для налогового учета = Первоначальная стоимость / Срок службы

Годовая амортизация для налогового учета = $90\,000 / 5 = 18\,000$ рублей.

Таким образом, в бухгалтерском и налоговом учете годовая амортизация составляет 18 000 рублей.

Использование единого способа начисления амортизации в бухгалтерском учете облегчает работу бухгалтеру, делает ее меньше, вследствие чего не возникает разницы в учете.

Кроме того, учет основных средств включает в себя также их списание. Списание осуществляется в случае утраты актива вследствие его устаревания, износа, повреждения или продажи. В бухгалтерском учете списание осуществляется на основе утвержденных правил и процедур, а в налоговом учете могут быть применены специальные правила списания с учетом налоговых обязательств.

Таким образом, учет основных средств в торговых организациях имеет свои особенности, связанные с правилами и методами начисления амортизации, а также с учетом приобретения, использования и списания данных активов. Важно соблюдать правила и нормы бухгалтерского и налогового учета, чтобы обеспечить корректность и достоверность финансовой отчетности торговой организации.

Библиографический список

1. Учет основных средств торговой организации [Электронный ресурс] // URL: <https://econ.wikireading.ru/15611> (дата обращения 27.10.2023)
2. Особенности учета и анализа основных средств торговых предприятий [Электронный ресурс] // URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36720054_27257821.pdf (дата обращения 30.10.2023)

САНКЦИОННЫЕ РИСКИ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: НАПРАВЛЕНИЯ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Савкина А.А., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрены отдельные вопросы систематизации и порядка работы с санкционными рисками в условиях современного предпринимательства. На базе анализа научной литературы, обзоров известных экономистов, финансистов, а также рекомендаций ведущих субъектов бизнеса, определены варианты возможной минимизации первичных и вторичных санкционных рисков.

Ключевые слова: риск, санкционный риск, первичные санкции, вторичные санкции, санкционный комплаенс.

SANCTIONS RISKS AS A PROBLEM OF MODERN ENTREPRENEURSHIP. DIRECTIONS OF THEIR MINIMIZATION

Savkina A.A. 3rd year bachelor

Scientific supervisor: Taenchuk Y.Yu., Ph.D., Associate Professor

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. The article discusses some issues of systematization and the procedure for dealing with sanctions risks in the conditions of modern entrepreneurship. Based on the analysis of scientific literature, reviews of well-known economists, financiers, as well as recommendations of leading business entities, options for possible minimization of primary and secondary sanctions risks have been identified.

Keywords: risk, sanctions risk, primary sanctions, secondary sanctions, sanctions compliance.

Начиная с марта 2022 года, в отношении Российской Федерации было введено множество пакетов различных санкций, которые затронули как предпринимателей – юридических лиц, так и физических лиц. Участниками рынка в экстренном порядке производились попытки поиска путей решений для сохранения своего бизнеса и минимизации потерь. Но и

до сих пор ситуация в мире остается непростой. Все это определяет актуальность и практическую значимость выбранной темы исследования.

Предпринимательская деятельность и так определяется большим количеством рисков, а санкции поспособствовали появлению новых.

Под санкционными рисками будем понимать те риски, которые несут отечественные товаропроизводители:

- без иностранного участия, то есть занимающиеся экспортом продукции на международный рынок;
- с иностранным участием (когда одним из учредителей выступает иностранная компания).

Эти риски свидетельствуют о неспособности продолжить исполнение договора без каких-либо ограничений.

Международные санкции – это коллективные или односторонние принудительные меры, применяемые государствами или международными организациями к государству, которое нарушило нормы международного права (Haidar, J.I., 2015. «Sanctions and Exports Deflection: Evidence from Iran»). При этом санкции могут быть: первичными – против конкретных субъектов и вторичными – действующими в определенной сфере/отрасли.

Рассмотрим подробнее, какие виды рисков образуются в результате введения санкций.

Первым и основным риском является сложность взаимодействия с кредитными и финансовыми организациями. Банки, из-за опасений попасть под давление, с особым контролем проверяют операции и сделки, которые кажутся им подозрительными и вызывают сомнения. Такие риски могут заключаться в блокировке операций, представлении большого количества документов, в невозможности открыть банковский счет или в сложности его открытия.

Следующей разновидностью риска является введение вторичных санкций, то есть ограничительных мер для тех, кто нарушил уже введенные санкции. Одной из мер вторичных санкций может быть включение лица в список SDN, то есть список специально назначенных граждан и заблокированных лиц. В данном списке числятся организации и частные лица, представляющие угрозу национальной безопасности, внешней и экономической политике США. И, соответственно, вводится запрет на заключение сделок с такими лицами. Также в список можно попасть, если вы имели дела с лицом, которое уже находится под санкциями. Но даже если вы заключаете сделку с компанией, которая прямо не находится под санкционными ограничениями, вы все равно рискуете попасть в список SDN, поскольку компания может принадлежать лицу, находящемуся под санкциями. Поэтому риск столкнуться с вторичными санкциями есть всегда.

В некоторых ситуациях, например при распоряжении денежными средствами на заграничных счетах, при решении деловых задач необхо-

димо личное присутствие. Но из-за введенных санкций въезд во многие страны российским гражданам ограничен. Все это приводит к нарушению поставок, сроков и прочего. В итоге организации и юридические лица терпят убытки, разногласия с контрагентами, судебные споры, в том числе о признании организации банкротом.

Санкции сильно затронули и валютное законодательство, вследствие чего появились проблемы с вывозом и переводом денежных средств за пределы Российской Федерации. Также наложены ограничения на пользование и открытие новых зарубежных счетов, а за нарушение данного запрета полагаются штрафные санкции за незаконные валютные операции, вплоть до полной блокировки иностранных счетов.

Представим отдельные направления урегулирования последствий санкций и минимизации возникающих санкционных рисков.

При трудностях взаимодействия с банками нужно подтвердить, что вы можете взаимодействовать с ними без последствий для них. Для подтверждения надо представить заключение эксперта о том, что вы безопасны для контрагента. Далее необходимо проанализировать риски сохранения своих активов в случае неблагоприятных для вас событий, и проверить наличие лояльных контрагентов, с которыми можно взаимодействовать более комфортно.

Поскольку от риска вторичных санкций обезопаситься не получится, можно предпринять некоторые меры, чтобы себя обезопасить. Для начала, надо проверить наличие партнера в списке SDN, далее узнать о наличии внутри компании нежелательных связей или людей. Необходимо также удостовериться, что сделка не является санкционной и предусмотреть риски в договоре путем подтверждения того, что контрагент не имеет отношения к санкциям.

Обезопасить себя полностью от банкротства так же, как и от вторичных санкций, невозможно, но можно вовремя уведомлять контрагентов о невозможности исполнения обязательств, заключать дополнительные соглашения по урегулированию разногласий и изначально включать в договор условия о форс-мажоре.

В целях снижения рисков очень важно проверять контрагента, с которым вы планируете сотрудничать, а также включать в договор условия, которые касаются санкций. Такая проверка поможет определить, способен ли контрагент исполнить свои обязательства по сделке. И даже если ранее уже производилась проверка контрагента, необходимо делать это каждый раз при заключении сделки, так как каждый раз обстоятельства могут быть разными.

Еще одним способом снижения рисков являются определенные условия договора. Если одной стороне договора известны обстоятельства,

происходящие в прошлом или будущем, имеющие какое-либо значение для договора, она должна заверить другой эти обстоятельства и взять на себя ответственность за их достоверность. В случае недостоверности эта сторона обязана возместить убытки, выплатив договорную неустойку. Такие условия помогают распределить риски между сторонами сделки. Поэтому заверение об обстоятельствах полезно использовать для минимизации санкционных рисков.

При заключении договоров и сделок, необходимо проверять своих контрагентов, данные о которых есть в открытых источниках на официальных сайтах различных ведомств. Также для проверки можно обратиться к организациям, занимающимся такими проверками.

По результатам вы получите структуру всех возможных открытых сведений о вашем партнере.

При проверке контрагентов обычно запрашивается информация, представленная в таблице 1 и таблице 2.

Таблица 1. Информация о контрагентах, запрашиваемая на официальных сайтах

№	Вид запрашиваемых при проверке сведений о контрагенте
1	выписка из ЕГРЮЛ (ЕГРИП)
2	выписка из реестра СМП
3	справка из ИФНС
4	судебные решения
5	сведения об отчетности
6	выписка исполнительных производств
7	закупки с участием контрагента, наличие в списке недобросовестных поставщиков
8	сведения об обременениях
9	список проверок
10	приостановление операций по счетам
11	наличие лицензии

Таблица 2. Информация о контрагентах, запрашиваемая непосредственно у них

№	Вид запрашиваемых при проверке сведений о контрагенте
1	копия устава
2	копия доверенности представителей
3	договор аренды
4	сведения о продукции

После получения всей необходимой информации необходимо убедиться в том, что организация не находится в стадии банкротства, не занимается деятельностью, не предусмотренной ОКВЭД, что адрес организации достоверен, количество сменившихся руководителей указано верно, отсутствуют долги.

На практике все описанные выше направления минимизации рисков часто формулируют как один инструмент – санкционный комплаенс.

Комплаенс – это система внутреннего контроля в организации, которая помогает компании работать в соответствии с определенными правилами. Они могут быть приняты как в самом субъекте, так и за его пределами, например, законодательными актами. Другими словами, комплаенс – это соответствие организации всевозможным требованиям и критериям, которые касаются как внешних факторов, так и внутренних процессов.

Внедрение комплаенса – комплексная работа, включающая в себя:

- составление дорожной карты санкционных рисков, их оценку;
- разработку правил по управлению рисками;
- определение плана мероприятий по снижению комплаенс-рисков;
- создание в компании должности ответственного за комплаенс-подразделение;
- обучение сотрудников новым требованиям.

Для проведения эффективного комплаенса рекомендуется организовать в компании отдельное подразделение, или можно передать эту функцию на аутсорсинг, потому что соответствие всем необходимым нормам – это довольно сложный процесс, которым трудно заниматься параллельно с выполнением основных задач организации.

Чтобы комплаенс приносил результат, необходим постоянный мониторинг бизнес-процессов. Некоторые уже используют для этого специальные функции, которые позволяют автоматизировать проверку данных контрагентов.

Таким образом, санкционные риски – это серьезная проблема современного предпринимательства. При мониторинге рисков и возможностей организация должна сосредоточиться на увеличении желаемого влияния, создавая новые допустимости и предотвращая или уменьшая нежелательное влияние (посредством снижения риска или «предупреждающего» действия). Минимизация риска означает принятие «риск-ориентированного мышления».

Библиографический список

1. Как снизить санкционные риски [Электронный ресурс] // URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/550065/> (дата обращения: 25.10.2023).

2. Санкционный комплаенс простыми словами [Электронный ресурс] // URL: https://kontur.ru/prizma/spravka/38580-sankcionnyj_komplaens_prostymi_slovami (дата обращения: 01.11.2023).

3. Санкционные риски и договор: как обезопасить компанию [Электронный ресурс] // URL: <https://www.law.ru/article/22599-sanktsionnye-riski-i-dogovor> (дата обращения: 01.11.2023).

УДК 336.71

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ В 2023 ГОДУ

***Сергутина К.М.** бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: **Ерохина В.Н.**, к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены основные нововведения в банковской сфере в 2023 году, а также перспективы развития на ближайшие несколько лет. В частности, рассмотрены возможности использования искусственного интеллекта для оптимизации работы банков и банковской системы.

Ключевые слова: банковская система, инновации, искусственный интеллект, оптимизация, онлайн-банкинг, платежные сервисы, платежные стикеры, кредитный скоринг.

THE MAIN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE BANKING SECTOR IN 2023

***Sergutina K.M.** bachelor's degree of the 4th year
Supervisor: **V.N. Erokhina**, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article considers the main innovations in the banking sector in 2023, as well as development prospects for the next few years. In particular, the possibilities of using artificial intelligence to optimize the work of banks and the banking system are considered.

Keywords: banking system, innovation, artificial intelligence, optimization, online banking, payment services, payment stickers, credit scoring.

Уже несколько десятилетий в нашей стране идет активный переход от наличных денежных средств к безналичным расчетам и платежам. С

каждым годом увеличиваются масштабы использования банковских карт и безналичных расчетов. В табл. 1 представлена динамика совершенных безналичных операций за последние несколько лет [2, авторская таблица на основании представленных данных]:

Таблица 1. Операции, совершенные с использованием расчетных и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями и Банком России

Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1. Всего операций (включая операции за рубежом), млн ед.	10112,6	13118,2	17872,0	24006,4	32324,1	42305,2	50563,6	62367,7	69589,0
из них:									
- по получению наличных денежных средств, млн ед.	3301,4	3314,8	3458,4	3327,9	3196,4	3088,2	2535,0	2343,7	2160,2
- по оплате товаров и услуг, млн ед.	6366,4	9037,0	13012,6	17939,4	24640,5	32809,3	39423,5	49385,5	54630,8
- прочие операции, млн ед.	444,8	766,5	1401,0	2739,1	4487,4	6407,7	8605,1	11638,5	12797,9

Можно заметить, что на протяжении всего рассматриваемого периода прослеживается тенденция увеличения количества операций, совершаемых с использованием банковских карт. При этом важна не только

существующая тенденция, но и предполагаемые будущие значения. Для того, чтобы спрогнозировать значения количества операций с использованием карт в ближайшие несколько лет, потребуется построить график имеющихся значений, а затем при помощи линии тренда рассчитать прогнозные значения будущих периодов.

На рисунке 1 построен график, отражающий количество операций, совершенных с использованием банковских карт, за период с 2014 по 2022 годы. Система координат также содержит линию тренда. В качестве наиболее соответствующей представленной зависимости выбрана полиномиальная функция третьего порядка. Она с высоким уровнем точности описывает представленную зависимость. Подставляя порядковые номера будущих периодов в уравнение, получаем будущие значения функции.

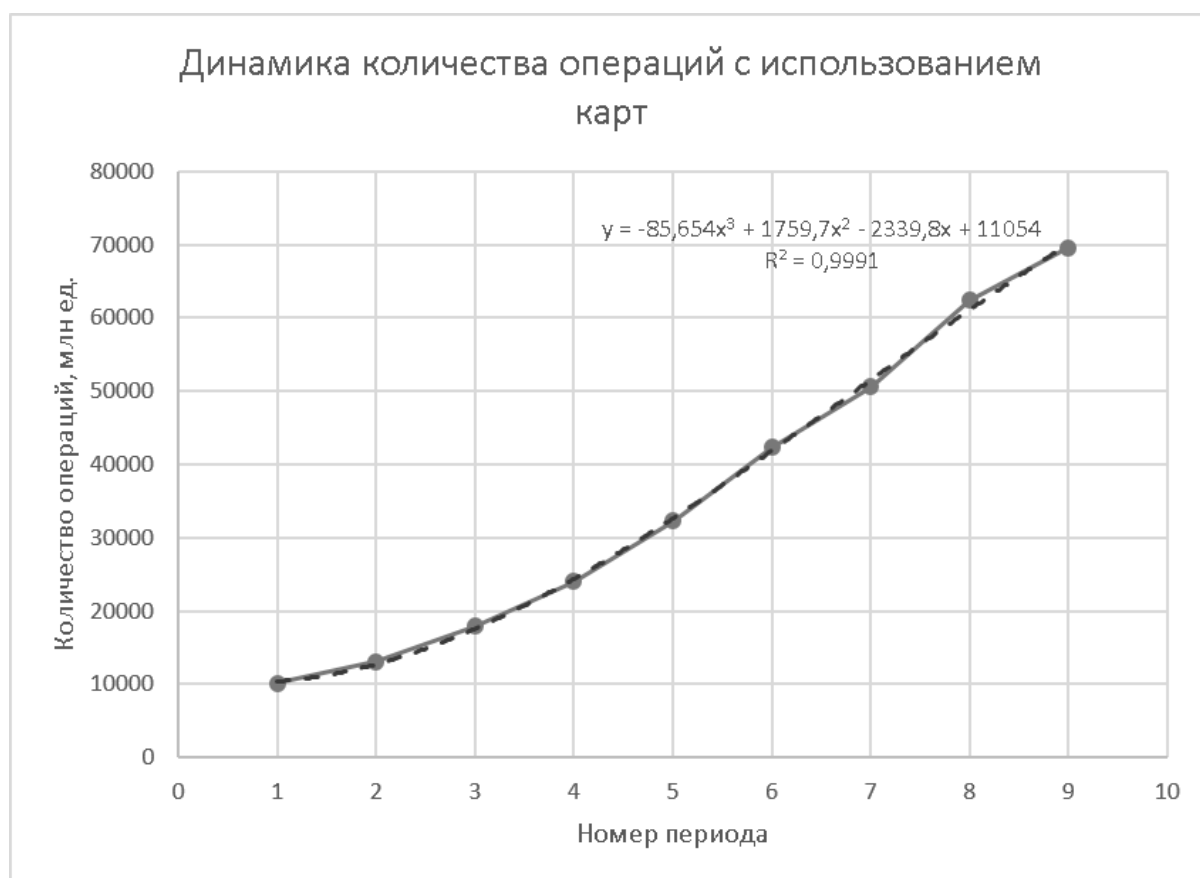


Рисунок 1. Динамика количества операций с использованием карт за 2014–2022 г.г.

Аналогичным образом построим график изменения количества операций по снятию наличных денежных средств. Получившийся график, а также линия тренда, представляющая собой полином третьей степени, представлены на рис. 2:

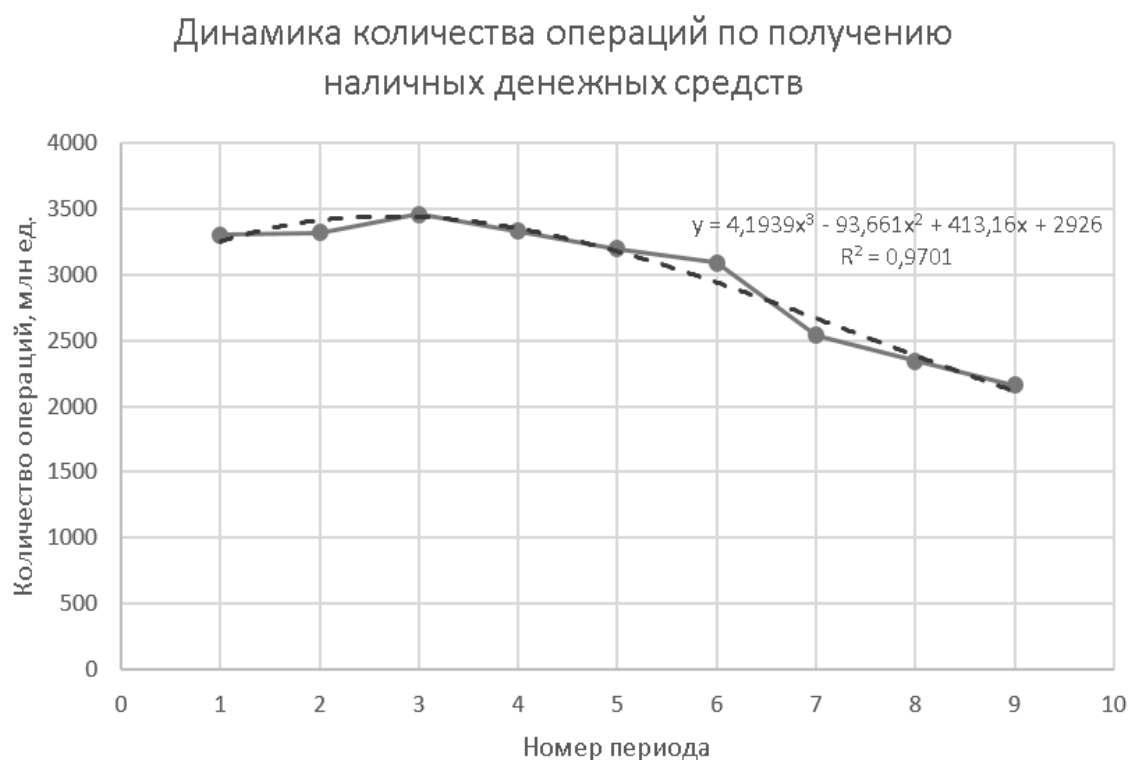


Рисунок 2. Динамика количества операций по получению наличных денежных средств за 2014–2022 г.г.

Полученные прогнозные значения рассматриваемых показателей можно представить в виде таблицы:

Таблица 2. Прогнозные значения числа операций с использованием банковских карт и операций по снятию наличных денежных средств на 2023–2027 гг.

Категория	2023	2024	2025	2026	2027
1. Всего операций (включая операции за рубежом), млн ед.	77972	84234,4	88363,1	89844,1	88163,4
2. Операций по получению наличных денежных средств, млн ед.	1885,4	1719,9	1643,8	1682,4	1860,7

Таким образом, в ближайшие пять лет ожидается увеличение количества операций, совершаемых клиентами банков с использованием банковских карт. При этом ожидается сокращение количества операций по

снятию наличных. То есть можно сделать вывод, что в ближайшее время ожидается рост числа безналичных операций.

Возрастающий спрос на услуги банков, связанные с осуществлением безналичных операций, требуют от кредитных организаций соответствующей реакции. Также стоит отметить, что с каждым днем все больше операций, в том числе связанных с деятельностью банков, переходит в онлайн-формат. Информационные технологии получили настолько широкое распространение, что используются для совершенно различных целей. В табл. 3 представлены некоторые направления использования сети Интернет в динамике за прошедшие несколько лет [2, авторская таблица на основании представленных данных]:

Таблица 3. Доля населения, использовавшего сеть Интернет по различным целям за 2014–2022 гг., % от общей численности населения, использовавшей сеть Интернет за последние 3 месяца

Цель использования	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1. Поиск информации о товарах и услугах	37,0	39,6	43,8	51,7	54,1	56,5	55,9	58,3	60,1
2. Отправка или получение электронной почты	38,6	41,7	41,6	44,1	42,0	43,1	44,8	47,5	46,1
3. Участие в социальных сетях	73,7	74,6	76,0	78,1	77,8	76,7	75,0	74,5	74,5
4. Телефонные звонки или видеоразговоры	39,9	41,3	43,6	48,8	52,6	71,0	76,6	83,8	87,6
5. Покупка/продажа товаров или услуг	14,5	15,3	17,5	18,9	24,9	40,7	43,4	50,1	65,0
6. Осуществление банковских операций	12,4	16,9	22,5	30,9	39,0	51,6	57,3	59,9	62,0

Так, одним из наиболее востребованных направлений использования всемирной сети является осуществление банковских операций онлайн. По состоянию на 2022 год более 60% интернет-пользователей совершают платежи, открывают счета и берут кредиты онлайн, не выходя из дома. И в ближайшее время можно ожидать рост спроса на интернет-банкинг. Та-

кой спрос вызван, в частности, пандемией 2020 года, когда люди для совершения привычных действий переходили в онлайн-режим. Банки, в свою очередь, были вынуждены оперативно реагировать на возросший спрос и предоставлять своим клиентам необходимый уровень сервиса. Гибкость банков позволила предоставить максимально удобные инструменты, позволяющие перенести практически все банковские операции в онлайн-формат. Клиенты банков активно использовали весь предоставляемый арсенал продуктов для своих нужд.

Однако окружающая действительность предоставила российской банковской системе новый вызов, связанный с санкционными ограничениями. Так, Россия была отключена от системы SWIFT, из нашей страны ушли международные платежные системы, на уровень доходов банков также оказала влияние волатильность курса национальной валюты. В связи со всеми ограничениями банковский сектор был вынужден оптимизировать свою работу, а также предоставить пользователям простой и быстрый способ доступа к финансовым инструментам. На данный момент мировая тенденция сохраняется, а российские банки продолжают внедрять инновации в свою деятельность.

Например, одним из последствий наложенных на нашу страну санкций стало отключение россиян от сервисов Apple Pay и Google Pay. На замену им пришли отечественные рау-сервисы, платежные стикеры, оплата по QR-коду и платежи по биометрии.

Рау-сервис представляет собой электронный кошелек, хранящий несколько банковских карт и позволяющий совершать платежи онлайн либо офлайн. На данный момент в России функционируют несколько рау-сервисов, каждый из которых имеет свои особенности и специфику.

Одним из наиболее популярных рау-сервисов является сервис Tinkoff Pay, который позволяет совершать оплату в интернет-магазинах. Работа сервиса состоит в перенаправлении пользователя в приложение банка, где имеется возможность выбрать карту для оплаты или осуществить покупку в рассрочку. Аналогичным образом работает сервис Sber Pay, дающий возможность оплачивать покупки картами «Мир». При этом есть возможность использования карты другого банка. Сервис VK Pay представляет практически полноценную платежную систему с собственным балансом, возможностью добавлять до трех карт различных банков, оплачивать покупки внутри сервиса или у партнеров и совершать переводы. Но при этом установлен ряд ограничений, в частности, лимит остатка по счету и переводов в течение месяца. Кроме того, за пределами соцсети экосистема не имеет широкого распространения. Возможность совершать платежи при помощи различных карт также предоставляет сервис Mir Pay. Он представляет собой так называемый «картхолдер», хранящий данные

карт платежной системы «Мир», и позволяет совершать оплату офлайн. Существуют и другие рау-сервисы, предоставляющие различные возможности своим пользователям. Это, в частности, сервисы МТС Pay, Yandex Pay и другие.

Еще одной возможностью для бесконтактной оплаты стало использование платежных стикеров. Платежные стикеры появились в 2022 году и представляют собой наклейку на смартфон со встроенным чипом. При помощи платежного стикера возможно оплатить покупку на терминале, а управлять стикером можно из мобильного приложения банка. На 2023 год платежные стикеры выпускают 13 российских банков, в частности, такие крупные банки как «Сбербанк», «Тинькофф», «Альфа-банк» и другие.

Еще один аналог бесконтактной оплаты – это оплата по QR-коду. Для того, чтобы совершить такую оплату, потребуется отсканировать код при помощи камеры смартфона, после чего будет совершено перенаправление в мобильный банк для подтверждения оплаты. Оплата по QR-коду позволяет не использовать пластиковую карту для совершения платежей. На данный момент процесс оплаты через QR-коды обеспечивает «Система быстрых платежей». Некоторые крупные торговые сети подключены к данной системе и предоставляют покупателям возможность такой оплаты. Но, несмотря на это, процесс внедрения оплаты по QR в России идет медленными темпами, и доля таких платежей в общей величине бесконтактных платежей остается невысокой.

И, наконец, такой аналог бесконтактной оплаты как оплата при помощи биометрических данных. Уже несколько лет банки собирают и хранят биометрические данные клиентов, позволяющие их идентифицировать. Использование биометрических данных дает клиенту доступ к своим счетам. А с недавнего времени появилась возможность совершать покупки при помощи своих биометрических данных. Такую возможность предоставил «Сбер», заменив простые терминалы на специальные аппараты с камерами, считывающими биометрические данные клиента. Некоторые крупные торговые сети подключились к данному сервису, предоставив своим покупателям возможность «оплатить улыбкой». Схема работы проста: покупатель подходит к аппарату и выбирает соответствующий способ оплаты, после чего система считывает изображение лица и идентифицирует конкретного клиента банка. После успешной идентификации происходит списание суммы покупки со счета клиента. Система лишь начинает внедряться, и на данный момент далеко не все компании к ней подключены. Кроме того, система не пользуется большим спросом, поскольку многие клиенты банков с опасением относятся к использованию биометрических данных и опасаются за сохранность своих средств.

Наряду с созданием новых удобных для клиентов инструментов банки стараются оптимизировать свою работу. Одним из наиболее действенных способ является использование искусственного интеллекта. Под искусственным интеллектом понимается комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека [1, п. 5]. Искусственный интеллект давно используется для решения самых различных задач.

В частности, банки стали использовать искусственный интеллект и нейронные сети для проведения кредитного скоринга [9]. Кредитный скоринг представляет собой оценку кредитоспособности и платежеспособности заемщика и определение его кредитного рейтинга. Ранее кредитный скоринг проводился специалистами банка и мог занимать несколько недель. Теперь же возможности искусственного интеллекта позволили сократить процедуру скоринга до нескольких минут.

Для определения кредитного рейтинга заемщика нейросети анализируют большие объемы данных, включающие в себя кредитную историю заемщика, информацию обо всех совершенных транзакциях, поведенческие особенности конкретного клиента, а также ряд других сведений, которые в конечном итоге влияют на кредитный рейтинг заемщика. Обладая огромными массивами данных, искусственный интеллект способен вычленять лишь существенную информацию и принимать решение о благонадежности заемщика.

Еще одно направление использования искусственного интеллекта банками – это внедрение голосовых помощников и чат-ботов. В целом данные инструменты довольно схожи и созданы с целью оптимизации работы с клиентами и сокращения издержек. Основное их различие состоит в том, что чат-боты распознают текстовые сообщения клиентов и выполняют конкретные запросы пользователей. Голосовые помощники представляют собой следующую ступень работы с клиентами банков и управляются клиентом с помощью голоса. Голосовой помощник слышит запрос клиента и при помощи заранее заложенного алгоритма и набора команд может оказать клиенту поддержку. Так, например, голосовой помощник может помочь совершить банковскую транзакцию, совершить оплату или дать ответ на простой вопрос.

Одним из первых банков, внедривших систему голосового помощника, стал Тинькофф Банк, запустивший в 2019 году голосового помощника Олега. На данный момент практически все крупные банки запустили голосовых помощников. Это свидетельствует о том, что технология яв-

ляется востребованной и полезной как для клиентов, так и для самих банков.

Использование помощников помогает значительно сократить клиенту время обращения, что в конечном итоге позволяет повысить конкурентоспособность банка. Данный инструмент также позволяет оптимизировать работу банка, поскольку виртуальный помощник выполняет множество мелких ежеминутных задач, позволяя банковским работникам сосредоточиться на более серьезных вопросах. Кроме того, использование ботов значительно сокращает расходы банков на работу с клиентами.

Искусственный интеллект также позволяет существенно сэкономить ресурсы банков путем использования его для обработки документов и запросов из государственных структур. В банки регулярно приходят сотни запросов из ФНС, ФССП, МВД и ряда других структур. В ответ на запросы может потребоваться предоставить данные о расчетном счете клиента, совершить списание со счета, подтвердить данные о клиенте и ряд других операций. Обработка этих данных вручную занимает большое количество времени. А потому оптимальным решением является внедрение искусственного интеллекта с целью обработки входящих запросов. Машинные алгоритмы способны найти информацию о клиенте в базе, ввести необходимые данные о клиенте, сформировать ответ на запрос и совершить транзакцию. Все эти действия могут выполняться автоматически без вмешательства сотрудников. Работа специалиста будет необходима лишь на этапе контрольной проверки правильности заполнения данных или в случае обнаружения неточностей и расхождений, с которыми не справится искусственный интеллект, ограниченный определенным набором команд.

Существуют и другие направления использования возможностей искусственного интеллекта. Так, например, некоторые банки используют искусственный интеллект для определения наилучшего места для открытия нового отделения, составления наиболее оптимального графика работы сотрудников, а также для проведения персонализации своих клиентов и выявления их потребностей.

Однако наряду с возможностями нейросетей существует и ряд барьеров для использования искусственного интеллекта. Так, актуальной остается проблема соблюдения норм законодательства о защите персональных данных при сборе информации о клиентах. Кроме того, актуальной остается проблема нехватки специалистов для работы с нейросетями. На сегодняшний день спрос на специалистов в данной сфере очень высок, и многие банки испытывают нехватку квалифицированных кадров.

Кроме того, использование возможностей искусственного интеллекта может сопровождаться некоторыми рисками, в частности, вопросы

безопасности применения искусственного интеллекта, а также вопросы, касающиеся этики использования описанных технологий. Что касается безопасности использования искусственного интеллекта, то некоторые специалисты опасаются выхода систем из-под контроля человека, что может сопровождаться причинением вреда. Также в ряде случаев действия алгоритмов и решения, принимаемые искусственным интеллектом, остаются непонятными для специалистов, что может стать потенциальной угрозой. Наряду с рисками остаются актуальными вопросы этики при использовании искусственного интеллекта, а также актуальной остается проблема сокращения числа рабочих мест, в связи с внедрением информационных технологий.

Таким образом, можно прийти к выводу, что использование современных технологий и искусственного интеллекта являются векторами, определяющими всю дальнейшую работу банковской сферы. Именно использование современных технологий является будущим, которое ожидает банки и клиентов. Но при этом использование современных технологий сопровождается рисками, которые необходимо учитывать при работе. Лишь совместные действия специалистов различных сфер помогут сделать работу банков оптимальной и безопасной, что, в свою очередь, позволит клиентам максимально безопасно использовать весь спектр банковских услуг.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации».
2. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 25.10.2023 г.).
3. Инновации в банковской сфере: основные тренды 2023 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.in-aim.ru/blog/bankovskie-tehnologii-i-trendy-mobilnogo-bankinga-202/?ysclid=lo1g6qybmd316159555> (дата обращения: 25.10.2023 г.).
4. Искусственный интеллект в финансах: как банки используют нейросети | РБК Тренды [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/61e924349a7947761b46f2d8> (дата обращения: 27.10.2023 г.).
5. Скоринг за секунды: как нейросети изменили выдачу кредитов | РБК Тренды [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/644942449a7947981d14f327> (дата обращения: 27.10.2023 г.).

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧЕТЕ: ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ

Степанова В.А., бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Измалкова И.В., к.э.н., доцент

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк

Аннотация. Научно-исследовательская статья посвящена оценке эффективности внедрения современных информационных технологий в сфере учета. Информационные технологии становятся неотъемлемой частью современной бухгалтерской практики, однако их внедрение может сопровождаться как положительными изменениями, так и вызовами. В данной статье проводится анализ влияния информационных технологий на процессы учета и финансовое состояние организаций, а также предоставляются рекомендации для успешного внедрения этих технологий. Результаты исследования могут быть полезными как для предприятий, стремящихся повысить эффективность своих учетных процессов, так и для исследователей, изучающих влияние информационных технологий на сферу бухгалтерии.

Ключевые слова: информационные технологии, учет, эффективность, бухгалтерия, оценка, организации.

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING: EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF IMPLEMENTATION

Stepanova V.A., bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: Izmalkova I.V., Candidate of Economics, Associate Professor

Lipetsk Branch of the University of Financial, Lipetsk

Abstract. The research article is devoted to the evaluation of the effectiveness of the introduction of modern information technologies in the field of accounting. Information technologies are becoming an integral part of modern accounting practice, but their implementation can be accompanied by both positive changes and challenges. This article analyzes the impact of information technology on accounting processes and the financial condition of organizations, and provides recommendations for the successful implementation of these technologies. The results of the study can be useful both for enterprises seeking to improve the efficiency of their accounting processes, and for researchers studying the impact of information technology on the field of accounting.

Keywords: information technology, accounting, efficiency, accounting, evaluation, organizations.

В современном мире, где бизнес-процессы и финансовые операции становятся все более сложными и информационно насыщенными, эффективное управление учетом приобретает все большее значение. Учет, как неотъемлемая часть корпоративной деятельности, является фундаментом для принятия важных решений, а также обеспечивает финансовую прозрачность и отчетность организаций. В этом контексте, информационные технологии приобретают решающее значение, преобразуя традиционные методы учета и обеспечивая новые возможности для повышения эффективности учетных процессов.

Термин «учет» в данном контексте означает систематическое сбор, анализ и регистрацию финансовой и бухгалтерской информации о деятельности организации. Этот процесс включает в себя отслеживание доходов и расходов, управление активами и обязательствами, а также обеспечивает учет важных аспектов налогообложения и финансового планирования. Важно подчеркнуть, что качество и точность учета существенно влияют на принятие стратегических решений руководством и обеспечивают доверие со стороны инвесторов и стейкхолдеров.

Информационные технологии, с их способностью автоматизировать и усовершенствовать учетные процессы, обеспечивают бухгалтерам и финансовым специалистам инструменты для оптимизации работы с данными. Современные программные решения, облачные сервисы, системы управления предприятием (ERP), искусственный интеллект и блокчейн-технологии - все они предоставляют новые возможности для учета и финансового анализа. Однако, внедрение информационных технологий в учет может быть как благоприятным, так и вызывать сложности, что подчеркивает важность исследования эффективности таких инноваций.

Актуальность данной темы неоспорима. В условиях постоянных изменений в законодательстве, усилении конкуренции и необходимости быстрой адаптации к рыночным условиям, организации стремятся максимизировать свою конкурентоспособность и эффективность. Эффективное использование информационных технологий в учете может существенно улучшить управление ресурсами и снизить операционные издержки. Поэтому, данное исследование направлено на оценку влияния информационных технологий на учет и финансовое состояние организаций, а также на предоставление рекомендаций для успешного внедрения таких технологий.

Несомненно, развитие систем учета является неотъемлемой частью современных организаций и государственных учреждений. В условиях быстро меняющейся экономической среды и растущей конкуренции, эффективные

системы учета становятся ключевым инструментом для поддержания финансовой стабильности и прозрачности. В следующих абзацах мы рассмотрим несколько примеров успешного внедрения современных систем учета и их положительного влияния на различные сферы общества.

Nestlé, мировой лидер в производстве продуктов питания, внедрил систему учета SAP для управления своими финансами и бизнес-процессами. Это позволило компании значительно улучшить управление запасами, оптимизировать логистику и повысить эффективность внутренних операций. Результатом стала значительная экономия средств и повышение конкурентоспособности компании на рынке.

Многие мировые банки, включая HSBC, внедряют централизованные системы учета, чтобы улучшить контроль над финансовыми операциями и соблюдать строгие нормативные требования. Это позволяет им более эффективно управлять рисками, предоставлять услуги клиентам и соблюдать законы и правила.

В разных странах, включая Великобританию, активно развивают порталы открытых данных, где государственные финансовые данные становятся доступными для общественности. Это способствует прозрачности и позволяет гражданам и исследователям отслеживать расходы и доходы правительства, а также контролировать исполнение бюджета.

UNICEF, организация, посвященная защите прав детей по всему миру, активно использует современные системы учета для мониторинга и оценки своих финансовых и программных деятельности. Это помогает им более эффективно распределять ресурсы и достигать поставленных целей. Эти примеры демонстрируют, как развитие систем учета приводит к улучшению управления финансами и ресурсами, оптимизации бизнес-процессов и обеспечению прозрачности. Современные информационные технологии позволяют автоматизировать и упростить учет, предоставляя организациям и государствам инструменты для принятия обоснованных решений и достижения своих стратегических целей.

Внедрение информационных технологий (ИТ) в учетные системы становится неотъемлемой частью стратегии развития множества организаций и государственных учреждений. Это преобразование играет критическую роль в повышении эффективности, точности и прозрачности процессов учета. Важность внедрения ИТ в учетные системы проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, автоматизация и оптимизация процессов позволяют снизить вероятность ошибок, связанных с человеческим фактором, и ускоряют процессы. Например, специализированные программы автоматически обрабатывают финансовые транзакции и составляют финансовую отчетность. Во-вторых, централизация данных в централизованной базе данных обеспечивает доступность и согласованность данных для всех участников процесса

учета, снижая дублирование информации и улучшая обмен данными между отделами организации. ИТ-системы также позволяют в реальном времени мониторить финансовое состояние организации и проводить анализ данных. Это способствует принятию оперативных решений, а также обнаружению тенденций и возможных проблем. Например, с помощью бизнес-аналитики и системы учета, компания может быстро выявить снижение спроса на определенный товар и принять меры. Прозрачность и доверие также обеспечиваются благодаря внедрению ИТ в учет. Это важно для инвесторов, аудиторов и регулирующих органов, которые могут быть уверены в том, что данные не подвергались манипуляциям и соответствуют стандартам. Современные ИТ-системы позволяют использовать аналитические инструменты для прогнозирования будущих финансовых результатов и оценки рисков, что помогает компаниям более эффективно планировать бюджет и стратегию развития. Важно также отметить, что внедрение ИТ позволяет организациям легко адаптироваться к изменениям в законодательстве и соблюдать международные стандарты учета, что особенно важно для многонациональных компаний, работающих в разных юрисдикциях.

Внедрение информационных технологий (ИТ) в сферу учета приносит с собой ряд преимуществ и, одновременно, накладывает определенные ограничения и вызовы. Рассмотрим как позитивные стороны, так и негативные аспекты этого процесса.

Преимущества внедрения ИТ в учет	Недостатки внедрения ИТ в учет
1. Автоматизация и повышение эффективности: ИТ позволяют автоматизировать рутинные операции, экономя время и ресурсы, снижая риск ошибок и ускоряя процессы.	1. Высокие затраты на внедрение и обслуживание: Разработка, внедрение и обслуживание ИТ-систем требуют значительных финансовых ресурсов.
2. Точность и надежность: ИТ-системы повышают точность учета и минимизируют ошибки, что важно для финансовой прозрачности и доверия стейкхолдеров.	2. Сложность внедрения: Внедрение ИТ-систем может быть сложным процессом, требующим времени и усилий, и может вызвать сопротивление персонала.
3. Централизация данных: ИТ позволяют хранить данные в централизованных базах данных, снижая риск потери данных и обеспечивая более эффективный доступ к ним.	3. Зависимость от технологии: Организации могут столкнуться с риском технических сбоев и устаревания технологии, требующим постоянного обновления и поддержки систем.

4. Улучшенный мониторинг и анализ: ИТ позволяют отслеживать финансовые данные в реальном времени и проводить глубокий анализ, что полезно для принятия стратегических решений.	4. Безопасность данных: Использование ИТ в учете может создать дополнительные уязвимости в безопасности данных, требуя дополнительных мер по обеспечению конфиденциальности и целостности информации.
5. Соблюдение нормативных требований: ИТ-системы могут быть настроены для автоматического соблюдения законодательства и стандартов учета, уменьшая риск нарушения правил.	5. Зависимость от персонала: Внедрение ИТ-систем требует наличия квалифицированных сотрудников для обслуживания и управления ими, что может вызвать проблемы, если такие специалисты отсутствуют.

Внедрение информационных технологий в учет приносит существенные преимущества, улучшая эффективность, точность и прозрачность учетных процессов. Однако это также сопровождается определенными сложностями и вызовами, включая высокие затраты и зависимость от технологии. Важно балансировать преимущества и недостатки, учитывая потребности и цели организации, чтобы добиться оптимальных результатов при внедрении ИТ-систем в учет.

Современные тренды в области информационных технологий в учете демонстрируют, как быстро эта область продолжает эволюционировать и адаптироваться к меняющимся потребностям бизнеса и организаций. Облачные технологии, искусственный интеллект, интернет вещей и множество других инноваций внедряются в сферу учета, чтобы повысить эффективность и точность учетных процессов. Облачные решения позволяют организациям хранить и обрабатывать данные на удаленных серверах, что снижает необходимость в физическом оборудовании и упрощает обновление систем. Самым главным преимуществом считается то, что теперь открывается возможность одновременного доступа к информации. Одну и ту же информацию могут просматривать и редактировать одновременно с разных устройств разные пользователи, можно делиться информацией с близкими людьми или партнерами из любой точки мира [1]. Искусственный интеллект и машинное обучение используются для автоматизации процессов, анализа данных и предсказания трендов, что улучшает точность и сокращает человеческий фактор. Интернет вещей позволяет собирать данные о расходах и доходах в реальном времени, что полезно для контроля за инвентарем, производственными процессами и предсказаниями поломок оборудования. Технология блокчейн обеспечивает безопасное и неизменное хранение данных, что важно для подтверждения финансовых транзакций и устранения мошен-

ничества. Мобильные приложения для учета становятся все более распространенными, позволяя бизнесменам и бухгалтерам вести учет и мониторить финансовое состояние на ходу. Автоматизированные роботы (RPA) выполняют рутинные учетные задачи, ускоряя процессы и снижая затраты. С ростом объемов данных и возможностей их анализа, большие данные позволяют компаниям проводить более глубокий анализ и выявлять новые паттерны и тренды. Аналитика в реальном времени позволяет мониторить финансовые показатели и делать анализ на ходу. Тем не менее, с внедрением новых технологий возникают и вызовы. Высокие затраты на внедрение и обслуживание, сложность внедрения, безопасность данных и зависимость от персонала – все это требует внимания и управления.

Современные тренды в ИТ в учете свидетельствуют о постоянной эволюции этой области и несут с собой потенциал для улучшения учетных процессов и анализа данных, что может существенно повлиять на успех организаций в современном мире.

Современные информационные технологии переписывают правила игры в области учета. Внедрение новых технологий, таких как облачные системы, искусственный интеллект, интернет вещей и блокчейн, открывает новые возможности для организаций и государственных учреждений. Они помогают снизить рутинные задачи, увеличить точность учета и предоставить более оперативные и глубокие данные для анализа. Однако переход к современным ИТ-решениям также сопровождается вызовами, такими как высокие затраты на внедрение, безопасность данных и зависимость от технологии. Успешное внедрение ИТ в учет требует внимательного планирования, обучения персонала и адекватной кибербезопасности. Современные тренды в области информационных технологий в учете подтверждают, что эта область продолжает развиваться и приносит инновации, которые могут улучшить эффективность и точность учета. Организации, способные адаптироваться к этим изменениям, смогут использовать ИТ в учете как мощный инструмент для управления и развития своего бизнеса. В заключение, эффективное использование современных информационных технологий в учете становится ключевым элементом успеха в современном мире. Оно позволяет увеличить эффективность, прозрачность и точность учета, что важно как для бизнеса, так и для государственных учреждений. Развитие и адаптация к этим технологиям оказываются неотъемлемой частью стратегии развития, что подчеркивает их значимость и важность в современной эпохе цифровой трансформации.

Библиографический список

1. Белоусов А.И., Е.А. Шелухина., Ф.М. Узденова Актуальные тренды трансформации и развития учетной науки Издательско - полиграфиче-

ский комплекс ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» г. Ставрополь 2018.

2. Иноземцев Д.М. Современные технологии в бухгалтерском учете / Д.М. Иноземцев, О.Н. Тарасенко. – г. Воронеж: Молодежный вектор развития аграрной науки. Материалы 72-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов., 2021.

3. Муслимова М.М. Особенности автоматизации бухгалтерского учета организаций на современном этапе / М.М. Муслимова.: г. Волгоград, 2020.

4. Нечеухина Н.С. Современные информационные технологии в бухгалтерском учете постепенно изменили привычную структуру / Н.С. Нечеухина. г.Екатеринбург: Известия УрГЭУ, 2008.

УДК 657.1.011.56

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Столь С.А., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н, доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: данная статья раскрывает возможные перспективы развития отечественных учетно-информационных систем в условиях санкционного режима. Рассмотрена реализация импортозамещения зарубежного программного обеспечения, а также всевозможных платформ, облачных сервисов и систем, способствующих как автоматизации производства, так и последующей удачной цифровизации финансового сектора.

Ключевые слова: учетно-информационные системы, автоматизация, цифровизация, системы

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC ACCOUNTING AND INFORMATION SYSTEMS UNDER SANCTIONS

Stol' S.A. bachelor's degree of the 4th year

Supervisor: V. N. Erohina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga

Annotation: this article reveals the possible prospects for the development of domestic accounting and information systems in the conditions of the sanctions regime. The implementation of import substitution of foreign soft-

ware, as well as various platforms, cloud services and systems that contribute to both production automation and subsequent successful digitalization of the financial sector is considered.

Keywords: accounting and information systems, automation, digitalization, systems

В настоящее время можно заметить колоссальные изменения в финансовом секторе, взаимоувязанные с организациями-разработчиками, – поставщиками, – потребителями информационных цифровых технологий. Это обусловлено тем, что раньше данный рынок был преимущественно представлен зарубежными организациями, которые могли предложить решение возникающих проблем не только с помощью ПО, но и посредством внедрения разработок в области нейросетей, облачных технологий и тд.

Ввиду санкций большинство иностранных организаций ушли с российского рынка, поэтому перед отечественными программистами стоит задача адаптации не только оборудования, но и ПО, ведь первыми под удар попадают производства с полным или же высоким уровнем автоматизации [1].

На данный момент в Российской Федерации действуют организации, специализирующиеся в основном на процессе разработки решений вопросов, возникающих на предприятиях, посредством применения передовых технологий. Но следует также учитывать, что их количество на сегодняшний день достаточно небольшое, а специализация имеет следующую структуру (рис. 1).



Рисунок 1. Структура рынка цифровых технологий

Прогнозы аналитиков относительно развития в области цифровых технологий в ближайшее время носят положительный и интенсивный характер. Однако для начала следует произвести оценку готовности предприятий перестроиться, на что укажут следующие индикаторы:

1. Наличие высококвалифицированных специалистов.
2. Возможность организаций производить внушительные инвестиции в процесс разработки программных продуктов и технологий.

В целом, следует отметить важность рынка автоматизации учетно-информационных систем на макроэкономическом уровне. В ближайшее время прогнозируется положительная динамика, причем в ускоренном темпе (рис. 2).

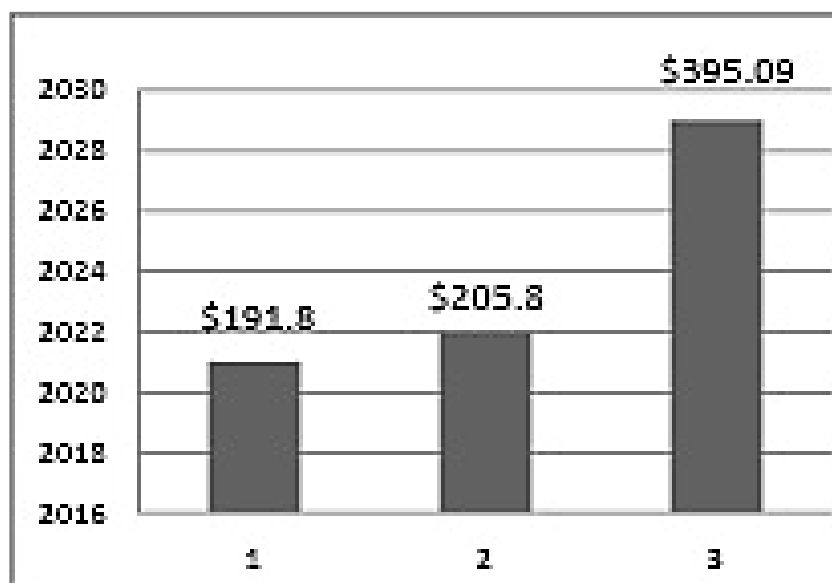


Рисунок 2. Прогноз динамики изменений на глобальном рынке автоматизации, млрд. долл.

Рассматривая отечественный рынок цифровых платформ и облачных технологий в целях комплексной автоматизации предприятий, можно выделить лишь небольшое количество подобных программ, в сравнении с зарубежными аналогами.

Самым распространенным решением в области автоматизации являются продукты компании 1С. Зачастую, их программы ассоциируются лишь с финансовой сферой, поскольку «1С: Бухгалтерия» – программа, получившая широкое применение в ведении бухучета в России.

Но следует учесть то, что программа 1С подходит абсолютно для разных аспектов деятельности организаций – от обучения сотрудников до организации производства. Причем, автоматизировать можно как отдельный участок учета, например, посредством использования программы 1С: Зарплата и Кадры, 1С: Торговля и Склад и др., так и в целом объединить

все процессы учета и отражать все факты хозяйственной жизнедеятельности в комплексе (1С: Предприятие) [6].

Большую популярность сейчас набирает такое понятие, как «интернет вещей», которое постепенно начинает внедряться в финансовый сектор. Примером может послужить платформа VK Cloud Solution и Yandex IoT Core [7] [8].

Платформы обладают необходимым инструментарием для компаний любого размера в целях успешного перехода на облачную инфраструктуру для бизнеса и разработки. Преимущества достаточно явные:

1. Защищенность от кибермошенничества.
2. Автоматические обновления.
3. Вероятность утери данных минимальна.
4. Моментальный доступ к необходимой информации и др.

Однако распространенность данных технологий весьма невысока в силу недавнего появления.

Что же относительно малых, средних предприятий, а также ИП, то для них внедряется такое новшество, как МТС Маркетолог, предусмотренной для осуществления маркетинга и рекламы автоматизированно посредством базы BigData предоставляющей рекламу только заинтересованной в Ваших товарах и услугах аудитории. Это способствует повышению эффективности, и в то же время снижению затрат на рекламу [9].

Также отметим платформу ВМИГ, организующую логистику с помощью распределения заказов из нескольких точек, что, в свою очередь, сокращает расходы на содержание штата операторов в несколько раз и гарантирует доставку 97% заказов в течение часа [5].

Примером для отечественных программистов может послужить Китай, так как темпы цифровизации в его финансовом секторе уже успели опередить страны Запада: главными новшествами можно считать широкое применение оплаты товаров и услуг по биометрии, внедрение диалога с покупателями с помощью бота и тд.

Теперь посмотрим на ситуацию со стороны, непосредственно, производителей специального оборудования для успешной автоматизации. Данный сектор характеризуется следующим:

1. Высокий уровень зависимости от зарубежного программного обеспечения
2. Небольшая конкуренция ввиду нераспространенности продуктов данного характера
3. Несовместимость отечественного оборудования и зарубежных ПО
4. Туманное представление в вопросе поставок из-за неопределенности в сроках накладываемых санкций

5. Повышающиеся с каждым годом требования к уровню цифровой безопасности, спровоцированные повышением подвержения цифровым атакам и др.

Вышеуказанное указывает на то, что следует ожидать в ближайшее время невысокие темпы развития учетно-информационных систем, что также является стимулом для реализации более интенсивных действий в данном вопросе.

С наибольшей вероятностью будет осуществлено следующее:

1. Перенятие опыта азиатских стран для создания отечественных технологий, возможная организация совместной научно-исследовательской работы

2. В целях повышения объема производства осуществлять привлечение инвестиций в соответствующие производства.

3. Поддержка со стороны государства разработчиков, программистов, а также в целом данного сектора.

4. Исходя из п.4 разработка стратегии по оказанию поддержки сектора в целях устойчивого развития и успешной автоматизации и цифровизации производств в дальнейшем.

Таким образом, уход с отечественного рынка организаций, обеспечивающих внедрение цифровых финансовых услуг и автоматизацию производства не должен пугать, а лишь наоборот – должен стимулировать российских программистов тем более, что предпосылки носят положительный характер, а база в качестве некоторых программ уже подготовлена.

Библиографический список

1. Злобина О.В., Пешкова Г.Ю. Перспективы автоматизации и цифровизации производства в условиях введения санкций // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 8-1. С. 66–73; URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=2347> (дата обращения: 23.10.2023).

2. Клокотов И.Ю. Автоматизация технологических процессов // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. № 4-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-tehnologicheskikh-protsessov> (дата обращения: 23.10.2023).

3. Овчинникова А.С. Автоматизация бухгалтерского учета / А.С. Овчинникова. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 4(294). С. 150–152. URL: <https://moluch.ru/archive/294/66656/> (дата обращения: 23.10.2023).

4. Хлебенских Л.В. Автоматизация производства в современном мире / Л.В. Хлебенских, М.А. Зубкова, Т.Ю. Саукова. Текст: непосредствен-

ный // Молодой ученый. 2017. № 16(150). С. 308–311. URL: <https://moluch.ru/archive/150/42390/> (дата обращения: 23.10.2023)

5. Платформа ВМИГ. [Электронный ресурс]. [2021]. URL: <https://soft.vmig.me/> (дата обращения: 24.10.2022).

6. Программа «1С»: что это, как работает, для чего нужна [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/management/startovyy-gayd-po-programmam-1c-dlya-chego-oni-nuzhny-kak-oni-rabotayut-i-kak-ikh-vnedryayut/>

7. VK Cloud Solution. [Электронный ресурс]. URL: <https://mcs.mail.ru> (дата обращения: 24.10.2023).

8. Yandex IoT Core. [Электронный ресурс]. URL: <https://cloud.yandex.ru/services/iot-core> (дата обращения: 24.10.2023).

9. МТС Маркетолог. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketolog.mts.ru> (дата обращения: 24.10.2023).

УДК 658.3.07

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Тарасова В.Р., бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Измалкова И.В., к.э.н., доцент

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк

Аннотация. Данная научно-исследовательская статья посвящена изучению управления бизнес-процессами экономических субъектов в современных условиях. В статье исследуются теоретические основы управления бизнес-процессами, а также вызовы, стоящие перед современными организациями в контексте цифровой трансформации, глобализации, устойчивости и регулирования. Рассматриваются методологии и инструменты управления бизнес-процессами, включая процессное моделирование, оптимизацию, использование информационных технологий и ключевые показатели производительности. На основе эмпирического исследования и анализа успешных кейсов предлагаются рекомендации и практические решения для организаций, желающих улучшить свой бизнес-процессный уровень. Статья обобщает результаты и предлагает перспективы для будущих исследований в этой области.

Ключевые слова: управление бизнес-процессами, цифровая трансформация, глобализация, устойчивость, регулирование, процессное моделирование, оптимизация процессов, информационные технологии, ключе-

вые показатели производительности, экономические субъекты, корпоративная культура, современные условия, эмпирическое исследование, бизнес-процессный уровень, стратегия управления, проектирование процессов.

MANAGEMENT OF BUSINESS PROCESSES OF ECONOMIC ENTITIES IN MODERN CONDITIONS

Tarasova V.R., bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: Izmalkova I.V., Candidate of Economics, Associate Professor
Lipetsk Branch of the University of Financial, Lipetsk*

Abstract. This research article is devoted to the study of business process management of economic entities in modern conditions. The article examines the theoretical foundations of business process management, as well as the challenges facing modern organizations in the context of digital transformation, globalization, sustainability and regulation. Business process management methodologies and tools are considered, including process modeling, optimization, use of information technologies and key performance indicators. Based on empirical research and analysis of successful cases, recommendations and practical solutions are offered for organizations wishing to improve their business process level. The article summarizes the results and offers prospects for future research in this area.

Keywords: business process management, digital transformation, globalization, sustainability, regulation, process modeling, process optimization, information technology, key performance indicators, economic entities, corporate culture, modern conditions, empirical research, business process level, management strategy, process design.

В условиях современной мировой экономики, где динамичные изменения и конкурентоспособность стали повседневной реальностью, эффективное управление бизнес-процессами является неотъемлемой частью успеха организаций. Стремительные изменения, как в технологической, так и в географической парадигмах, ставят перед компаниями новые вызовы, требующие адаптации и инноваций. В этом контексте, понимание и управление бизнес-процессами становятся критически важными для обеспечения конкурентоспособности и устойчивости организаций.

Бизнес-процессы – это ключевой элемент любой организации, представляющий собой последовательность действий и операций, направленных на достижение конкретных бизнес-целей. Бизнес-процессы охватывают все аспекты деятельности организации, начиная с производства товаров и пре-

доставления услуг, и заканчивая управленческими функциями, такими как планирование, контроль и мониторинг. Эффективное управление этими процессами позволяет организациям достичь более высокой производительности, снизить затраты и улучшить качество продукции или услуг.

Тема «Управление бизнес-процессами экономических субъектов в современных условиях» весьма актуальна в современном мире. Время, в которое мы живем, характеризуется стремительными изменениями и неизбежной конкуренцией. В этом контексте, эффективное управление бизнес-процессами становится неотъемлемой частью успеха организаций.

Основной фактор, придающий этой теме актуальность, – это цифровая трансформация. Цифровые технологии проникают во все сферы бизнеса, от автоматизации процессов до использования больших данных и искусственного интеллекта. Это создает новые возможности для оптимизации бизнес-процессов и требует новых методов управления.

Глобализация также является фактором, требующим адаптации. Многие компании взаимодействуют на глобальном рынке, что подразумевает распределение бизнес-процессов по всему миру. Управление такими распределенными процессами требует специальных подходов и инструментов.

Конкурентная борьба приводит к тому, что эффективное управление бизнес-процессами становится ключевым фактором для выживания и процветания организаций. Они должны стремиться к максимальной эффективности и оперативности, чтобы быть на шаг впереди конкурентов. Устойчивость и экологические требования - еще один аспект актуальности темы. Современные потребители все более внимательны к экологическим и устойчивым практикам. Это требует изменения бизнес-процессов, чтобы соответствовать соответствующим стандартам и ожиданиям. И, наконец, постоянные изменения законодательства и регулирования могут существенно повлиять на бизнес-процессы. Организации должны следить за соответствием своих процессов актуальным нормативным актам.

Все эти факторы делают управление бизнес-процессами критически важным для организаций, желающих быть конкурентоспособными и успешными. Поэтому исследования в этой области имеют большую актуальность и могут предложить ценные практические рекомендации для бизнеса.

Помимо цифровой трансформации, методология управления бизнес-процессами (БП) играет ключевую роль в обеспечении эффективного функционирования организаций в современных условиях. Методология управления БП представляет собой систематический и структурированный подход к определению, проектированию, измерению, анализу, улучшению и контролю бизнес-процессов.

Важность методологии управления БП проявляется в нескольких аспектах, используя вспомогательную таблицу 1:

Таблица 1. Важность методологии управления БП

Оптимизация процессов	Методология управления БП помогает организациям проектировать и оптимизировать свои бизнес-процессы с целью увеличения производительности, снижения затрат и повышения качества. Это позволяет организациям быть более конкурентоспособными и адаптироваться к быстро меняющейся среде.
Стандартизация и согласованность	Методология управления БП способствует созданию стандартизированных процессов, что улучшает согласованность и снижает риск ошибок. Это особенно важно для организаций с распределенными операциями или множеством отделов.
Прозрачность и измеримость	Методология управления БП включает в себя инструменты для измерения и мониторинга производительности бизнес-процессов. Это обеспечивает прозрачность в деятельности организации и позволяет быстро реагировать на изменения в среде.
Снижение рисков	Управление рисками является важным аспектом методологии управления БП. Она помогает оценивать риски, связанные с бизнес-процессами, и разрабатывать меры для их снижения. Это особенно актуально в условиях нестабильной экономической среды.
Повышение клиентской удовлетворенности	Методология управления БП позволяет организациям фокусироваться на потребностях клиентов и улучшать качество обслуживания. Удовлетворенные клиенты способствуют увеличению лояльности и повторным продажам.
Инновации	Методология управления БП может стимулировать инновации, поскольку она поддерживает поиск новых способов выполнения процессов и создания новых продуктов или услуг.
Соблюдение законодательства и регулирования	Методология управления БП помогает организациям следить за соответствием и соблюдением законодательных и регуляторных требований. Это снижает риск возможных штрафов и негативных последствий.

Итак, методология управления бизнес-процессами является неотъемлемой частью успешного управления в современных условиях. Она обеспечивает оптимизацию, стандартизацию, измеримость, снижение рисков, повышение клиентской удовлетворенности и стимулирует инновации. Внедрение этой методологии требует совокупных усилий организации, но потенциальные выгоды в виде улучшенной эффективности и конкурентоспособности оправдывают это.

Важной составной частью системы управления бизнес-процессами (СУБП) является балансировка бизнес-процессов. Это означает согласование и оптимизацию процессов с целью достижения определенных бизнес-целей и стратегических планов организации.

Важность процессного подхода в современном управлении бизнес-процессами не может быть недооценена. Он представляет собой смещение парадигмы от традиционной функциональной структуры организации к системе взаимосвязанных и взаимозависимых процессов. Этот переход подчеркивает целостность и согласованность в деятельности организации, что является важным аспектом в достижении стратегических целей. Процессный подход в управлении предполагает, что объектом управления на предприятии являются процессы организации [1].

Процессный подход способствует оптимизации и улучшению бизнес-процессов, что приводит к повышению эффективности и снижению издержек. Определение и удаление неэффективных этапов в процессах позволяет организациям сократить лишние расходы и увеличить производительность.

Процессы также обладают прозрачностью и измеримостью, что упрощает мониторинг и оценку производительности. Это важно для управления и принятия обоснованных решений. Процессы также могут быть быстро адаптированы к изменениям внешней среды, что помогает организациям оставаться гибкими и конкурентоспособными. Особенности процессного подхода в управлении предприятиями и организациями в достаточной степени представлены в отечественной и зарубежной литературе [2-4]. Широко известна работа М. Хаммера и Дж. Чампи «Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе», в которой описана методология реинжиниринга, рассмотрен опыт ведущих компаний по организационной перестройке бизнеса [5]. М. Хаммер и Дж. Чампи предлагают инструментарий, гарантирующий существенную экономию производственных и временных затрат, формирующий компанию нового типа, ориентированную на достижение высоких конкурентных позиций.

Ориентированность на клиента становится более актуальной, когда процессы нацелены на создание ценности для клиентов. Организации,

способные удовлетворять потребности клиентов через оптимизированные процессы, могут улучшить свое обслуживание и лояльность клиентов.

Процессный подход стимулирует инновации и поиск новых способов улучшения. Он способствует постоянной адаптации и развитию организации.

Управление рисками также происходит более эффективно при процессном подходе, поскольку он позволяет организациям лучше понимать и управлять рисками в контексте процессов.

В современной экономической среде, изменения в законодательстве играют существенную роль в определении требований к управлению бизнес-процессами. Государства вводят новые нормативы, стандарты и регулирования, чтобы регулировать различные аспекты деятельности компаний. Эти изменения могут иметь значительное влияние на способ управления бизнес-процессами и, таким образом, на конкурентоспособность организаций.

Среди основных аспектов изменения законодательства для улучшения процессов управления бизнесом следует выделить в таблице 2:

Таблица 2. Основные аспекты изменения законодательства для улучшения процессов управления бизнесом

Доступ к данным и прозрачность	Многие страны внедряют законы, обеспечивающие доступ к данным и информации о компаниях. Это способствует прозрачности и позволяет заинтересованным сторонам (клиентам, инвесторам, регуляторам) более точно оценивать деятельность организаций.
Кибербезопасность	С увеличением киберугроз, многие страны внедряют законы, обязывающие организации обеспечивать безопасность данных и информационных систем. Это требует улучшенного управления информационной безопасностью и процессов реагирования на инциденты.
Защита данных и конфиденциальность	Законодательство о защите данных (такое как GDPR в Европейском союзе) накладывает обязательства на организации по соблюдению конфиденциальности данных клиентов и субъектов данных. Это требует адаптации процессов обработки данных.

Экологические и устойчивые требования	Многие страны вводят нормативы и стандарты, направленные на соблюдение экологических и устойчивых практик. Организации должны адаптировать свои процессы, чтобы соответствовать этим требованиям и минимизировать негативное воздействие на окружающую среду.
Налоговое законодательство	Изменения в налоговом законодательстве могут повлиять на финансовые процессы организации. Организации должны следить за новыми налоговыми правилами и обязательствами.
Законы о безопасности на рабочем месте	Нормативы в области безопасности на рабочем месте могут потребовать изменения в процессах производства и обеспечения безопасности персонала.
Регулирование внешней среды	Законы о регулировании внешней среды могут потребовать от организаций адаптировать свои процессы для соблюдения стандартов по снижению выбросов и воздействию на окружающую среду.

Изменения в законодательстве могут потребовать от организаций изменения процессов, внедрения новых систем и технологий, и повышения степени контроля и отчетности. Успешное управление бизнес-процессами включает в себя учет законодательных требований и их влияния на деятельность организации.

Научная статья, посвященная управлению бизнес-процессами экономических субъектов в современных условиях, подчеркивает важность эффективного управления и оптимизации процессов для успеха организаций. В данном заключении мы подводим итоги основных аспектов, рассмотренных в статье, и подчеркиваем ключевые выводы.

Цифровая трансформация стала неременным аспектом управления бизнес-процессами в современном мире. Интеграция современных цифровых технологий позволяет организациям автоматизировать процессы, проводить анализ данных, повышать взаимодействие с клиентами, и способствует инновациям. Эти изменения делают управление бизнес-процессами более эффективным и адаптивным.

Методология управления бизнес-процессами остается ключевым инструментом в руках организаций. Она позволяет структурировать и оптимизировать процессы, обеспечивает стандартизацию, измеримость, и снижение рисков. Методология управления бизнес-процессами способствует согласованию бизнес-процессов с целями и стратегией организации, что является ключевым фактором успешности.

Балансировка бизнес-процессов играет важную роль в выравнивании процессов с целями, оптимизации ресурсов и мониторинге производительности. Организации, которые успешно балансируют свои процессы, могут быть более эффективными и адаптивными, что способствует конкурентоспособности.

Изменения в законодательстве воздействуют на управление бизнес-процессами, требуя от организаций соответствия новым требованиям и стандартам. Это подчеркивает важность внимательного наблюдения за изменениями в законодательстве и их влиянием на деятельность организации.

В завершение, эффективное управление бизнес-процессами остается неотъемлемой частью успеха организаций в условиях современного бизнес-мира. Оно позволяет улучшить производительность, качество и конкурентоспособность организации, а также адаптироваться к быстро меняющейся среде. Организации, стремящиеся к успеху, должны придавать этому аспекту высший приоритет и интегрировать современные технологии и методологии управления бизнес-процессами в свою деятельность.

Библиографический список

1. Мосьяков И.В. Реинжиниринг бизнес-процессов виртуального предприятия // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 2. С. 36–42.
2. Комиссарова М.А. Возможности использования реинжиниринга как основного инструмента управления компаниями с позиций процессного подхода // Креативная экономика. 2011. № 7. С. 10–16.
3. Медведев А.В. Теоретические аспекты реинжиниринга бизнес-процессов современного предприятия // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2. С. 786–790.
4. Остроухова Н.Г. Реинжиниринг бизнес-процессов: взаимосвязь с инновационной деятельностью предприятия // Вестник Астраханского государственного технического университета. 2015. № 3. С. 118–125.
5. Хаммер М., Чампи Дж.Х. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. СПб: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. 332 с.

ПОСЛЕДСТВИЯ ВВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Царова К.В. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы введения санкций, схема влияния ограничений доступа к иностранным финансовым ресурсам, а также последствия санкций для российского бизнеса. Автором систематизированы выводы по различным опросам ИНП РАН, связанным с влиянием санкций на российские предприятия и представлены меры возможной государственной поддержки.

Ключевые слова: санкции, финансовые ресурсы, последствия санкций, меры по противодействию санкциям, меры поддержки бизнеса.

CONSEQUENCES OF SANCTIONS FOR RUSSIAN BUSINESS

Tsarova K.V. Bachelor of the 3rd year

Supervisor: Taenchuk Ya.Yu, candidate of economics, associate professor

Kaluga Branch of Financial University, Kaluga

Annotation. The article discusses the issues of sanctions, the scheme of the impact of restrictions on access to foreign financial resources, as well as the consequences of sanctions for Russian business. The author systematizes the conclusions on various surveys of the INP RAS related to the impact of sanctions on Russian enterprises and presents measures of possible state support.

Keywords: sanctions, financial resources, consequences of sanctions, measures to counter sanctions, business support measures

Санкции – это ограничительные меры, применяемые одной страной или группой стран в отношении другой страны в ответ на определенные действия или политику. Они могут включать в себя частичный или полный запрет на торговлю, финансовые операции и отдельные виды экономической деятельности. Современные реалии показывают, что санкции стали широко используемым инструментом в международных отношениях. Поэтому данная тема актуальна и практически значима.

В связи с введением санкций, начиная с 2022 года, российские товаропроизводители были вынуждены перестраивать свою работу. Прежде

всего, это касалось вопросов ограничений и лишений доступа нашей страны к ресурсам международной финансовой системы [1]. Схема влияния ограничения доступа к зарубежным финансовым ресурсам на страновую экономическую систему представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Схема влияния ограничения доступа к зарубежным финансовым ресурсам на экономическую систему страны

Введение санкций привело к следующим последствиям для российского бизнеса:

1. Ограничение доступа к международным рынкам.

Санкции ограничили доступ российским компаниям к международным рынкам, что привело к сокращению объемов продаж и доходов.

2. Ухудшение условий кредитования.

Санкции повысили стоимость кредитования для российских компаний, что привело к снижению инвестиций в развитие бизнеса.

3. Сокращение объемов экспорта.

Санкции привели к сокращению объемов экспорта российских товаров и услуг, что негативно сказалось на экономике страны.

4. Снижение конкурентоспособности.

Санкции привели к снижению конкурентоспособности российских компаний на международном рынке, что определило потерю доли рынка и ухудшение позиций национальной экономики.

5. Рост инфляции и ухудшение экономической ситуации.

Санкции привели к росту инфляции и ухудшению экономической ситуации в стране, что негативно сказалось на бизнесе и жизни граждан.

К текущему моменту большинство отечественных товаропроизводителей адаптировались к новым условиям деятельности и продолжают развиваться. Это было достигнуто благодаря поиску других поставщиков и рынков сбыта, а также модернизации производства, сокращению инвестиционных затрат и выпуска новой продукции.

Результаты опроса, проведенного Институтом Народного хозяйства и Прогнозирования Российской Академии Наук (ИНП РАН) в апреле-мае 2023 года, свидетельствуют о благоприятном развитии экономики страны в целом. Тем не менее, 60,6% предприятий пострадали от санкций, а 7,9% считают, что могут пострадать в будущем [4]. Доля предприятий, не подвергшихся отрицательному влиянию санкций, составила 31,5%, что говорит о значительном влиянии санкций на российский бизнес.

Исследование показало, что происходили определенные положительные изменения в оценках предприятий, связанные с последствиями экономических санкций. На рисунке 2 показаны ответы на один из вопросов опроса предпринимателей, «С какими последствиями столкнулось Ваше предприятие вследствие экономических санкций, введенных против России, начиная с 2022 года?».



Рисунок 2. Ответы предпринимателей на вопрос: «С какими последствиями столкнулось Ваше предприятие вследствие экономических санкций, введенных против России, начиная с 2022 года?»

Процент респондентов, которые сообщили, что они столкнулись только с отрицательными последствиями санкций, снизился с 56,9% в конце 2022 года до 46,5% к весне 2023 года. В этот же период немного возросла доля респондентов (с 16,2% до 18,9%), которые полагали, что санкции не принесли им особых последствий. Также увеличилась доля тех, кто отметил, что санкции привели к положительным последствиям.

Внешнеэкономическая деятельность России после февраля 2022 года стала направлена на компенсацию потерь от введенных санкций, которые повлекли за собой существенный спад в экспорте и импорте. Наша страна и до санкций являлась важным торговым партнером таких азиатских стран, как Индия, Китай, Казахстан, а теперь товарооборот с этими и другими государствами региона характеризуется стремительным ростом. Экспорт в Китай и Турцию за 2022 год увеличился более чем в 2 раза, в Индию – более чем в 3 раза. На три страны сейчас приходится около 40% от российского экспорта. [3]

В рамках плана первоочередных действий по обеспечению развития российской экономики в условиях внешнего санкционного давления Минэкономразвития были выработаны меры поддержки по нескольким направлениям [2]: финансы, налоги, административная нагрузка, поддержка импортозамещения, ИТ.

К финансовым мерам относятся:

1. Гранты молодым предпринимателям (такой грант могут получить ИП или юридические лица, учредителями которых являются лица в возрасте 14–25 лет включительно (в некоторых субъектах 18–25 лет), с целью создания своего бизнеса);

2. Льготные кредиты системообразующим компаниям (компании для поддержания текущей деятельности могут получать кредиты по льготной ставке, составляющей 10% для агропромышленного сектора, 11% для промышленности и торговли);

3. Продление срока уплаты авансового платежа по налогу на прибыль (срок уплаты авансового платежа по налогу на прибыль продлён с 28 марта до 28 апреля);

4. Льготный доступ к инфраструктуре для малых производств (расширение программы субсидирования регионов, которые могут получить субсидию на создание промпарков и технопарков в рамках нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы») и т.д.

Меры по противодействию антироссийским санкциям могут включать в себя следующие действия:

1. Развитие экономического сотрудничества с другими странами или блоками стран, которые не принимают участие в антироссийской полити-

ке (укрепление торговых и инвестиционных отношений, заключение новых соглашений о сотрудничестве и расширение экспорта).

2. Диверсификация экономики. Россия должна стремиться увеличить разнообразие своей экономики, снижая зависимость от отдельных секторов или партнеров. Это может включать развитие новых отраслей, поощрение инноваций и поддержку малого и среднего бизнеса.

3. Поиск альтернативных рынков сбыта для российских товаров и услуг (поиск новых потребителей в других странах, а также увеличение доли российского экспорта в страны, не принимающие участие в санкциях).

4. Развитие внутреннего рынка (укрепление экономики и производства в стране может помочь снизить зависимость от внешних рынков и улучшить экономическую стабильность).

5. Развитие альтернативных финансовых систем. Россия должна искать пути снижения своей зависимости от международных финансовых институтов и создавать собственные системы платежей и расчетов.

Важно отметить, что эти меры могут быть применены в комбинации друг с другом и могут различаться в зависимости от конкретной ситуации и целей правительства.

Таким образом, Россия в ответ на ограничения внешнего финансирования и доступа к передовым технологиям, сделала акцент на развитие отечественного производства и научно-технического прогресса. Санкции также стимулировали диверсификацию экономики, что помогает снизить зависимость от импорта и способствует подъему отраслей, таких как сельское хозяйство, машиностроение, фармацевтика и другие. В целом, можно сказать, что произошло осознание важности развития национальной экономики, как независимого от внешних факторов механизма и в этом направлении ведется активная работа.

Библиографический список

1. Казанцев С.В. Антироссийские санкции: оценка ущерба: монография / С.В. Казанцев. Москва: ИНФРА-М, 2024. 201 с. (Научная мысль). URL: <https://znanium.com/catalog/product/2116869> (дата обращения: 28.10.2023).

2. Министерство экономического развития Российской Федерации: офиц. сайт. URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения 28.10.2023).

3. Плюсы для экономики России, которые принесли санкции 2022 года/ [Электронный ресурс] URL: <https://companies.rbc.ru/news/Sjp2lQMKvj/plyusyi-dlya-ekonomiki-rossii-kotoryie-prinesli-sanktsii-2022-goda/> (дата обращения 28.10.2023).

4. «Российские предприятия весной 2023 года: борьба с последствиями санкций и взаимоотношения со структурами государственной власти». [Электронный ресурс] URL: <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2023/07/rossijskie-predpriyatiya-vesnoj-2023.-posledstviya-sanktsij.pdf> (дата обращения 27.10.2023).

5. Сатторов Ш.А. Способы противодействия международным санкциям // Актуальные исследования. 2023. № 22(152). Ч.III. С. 39–41. URL: <https://apni.ru/article/6394-sposobi-protivodejstviya-mezhdunarodnim>

УДК 336.012.23

ИННОВАЦИОННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Дидушенко К.А., магистр 3-го курса

Научный руководитель: Широкова О.В., к.э.н., доцент

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк

Аннотация: в статье рассмотрены инновационные методы использования долгосрочных источников финансирования. Приводятся примеры таких предприятий.

Ключевые слова: долгосрочные источники финансирования, «зелёное» финансирование.

INNOVATIVE OPTIONS FOR USING LONG-TERM SOURCES FINANCING

Didushenko K.A., Master's degree 3rd year

Supervisor: Shirokova O.V., Candidate of Economics, Associate Professor

Lipetsk branch of the Financial University, Lipetsk

Abstract: the article discusses innovative methods of using long-term sources of financing. Examples of such enterprises are given.

Keywords: long-term sources of financing, "green" financing.

Инновационные методы использования долгосрочных источников финансирования предоставляют предприятиям новые возможности для роста и развития. Однако, для их успешной реализации необходимо тщательное планирование, управление рисками и эффективный контроль над

бюджетом, то есть более традиционные операции. Имеет смысл в первую очередь раскрыть именно их сущность и содержание.

1. Стратегическое планирование и анализ рисков. Прежде чем начать использовать долгосрочные ресурсы, компании должны разработать чёткий стратегический план, определяющий цели и приоритеты, включающий такие аспекты, как анализ рисков, связанных с выбранными инновационными методами финансирования. Компании должны быть готовы к неожиданным изменениям на рынке и быстрой реакции на них.

2. Эффективное управление бюджетом. Компании должны обеспечивать прозрачность и контроль над расходами, чтобы не допустить ненужных финансовых затрат.

3. Сотрудничество и партнёрство. В некоторых случаях компании могут достичь большего успеха, сотрудничая с другими организациями или инвесторами. Партнёрство и совместное финансирование проектов могут снизить риски и расширить доступ к ресурсам.

4. Социальная ответственность и устойчивость. Компании, которые уделяют внимание ESG-повестке, могут привлекать инвестиции с целью реализации проектов, способствующих охране окружающей среды и социальной стабильности. Это может не только укрепить имидж компании, но и привести к созданию долгосрочной ценности.

5. Оценка результатов и корректировка стратегии. Для успешного использования долгосрочных финансовых ресурсов необходимо регулярно оценивать результаты и вносить в стратегию корректировки в соответствии с изменениями на рынке и внутренней среде компании. Это позволит адаптироваться к новым условиям и сохранить конкурентоспособность.

В современном мире, где конкуренция на рынке постоянно усиливается, предприятия должны быть гибкими и адаптивными, чтобы обеспечить устойчивое и поступательное развитие. Использование долгосрочных источников финансирования становится ключевым фактором в достижении этой цели.

Перейдём к более инновационным методам, предлагаемым на рассмотрение. Сначала дадим краткую обобщённую информацию, затем опишем каждую меру подробно.

1. Инфраструктурные инвестиции и проектное финансирование. Одним из наиболее интересных и актуальных направлений является использование долгосрочных финансовых ресурсов для инфраструктурных инвестиций и проектов, объединяющих разработку и строительство новых объектов инфраструктуры (дороги, мосты, энергосети и коммуникации), а также инвестирование в экологически чистые и энергоэффективные технологии. Этот подход не только способствует улучшению инфраструкту-

ры, но и создаёт потенциал для долгосрочных доходов через сбор платы за использование новых объектов.

2. Поддержка научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы. Компании могут создавать специализированные фонды или партнерства с исследовательскими учреждениями для финансирования исследований и разработок новых продуктов и технологий. Это в итоге будет способствовать долгосрочному росту и конкурентоспособности. Эффект окажется тем более заметным, чем глубже компания погрузится в новое направление исследования (например, нейромаркетинг), которое позволит в итоге стать первой в «голубом океане», где конкурентов просто нет.

3. «Зелёное» финансирование. С ростом осознания экологических проблем многие предприятия стали активно искать долгосрочные источники финансирования устойчивых и экологически ответственных проектов. «Зелёное» финансирование позволяет компаниям привлекать инвестиции, основанные на социальной ответственности и охране окружающей среды, что положительно влияет на деловую репутацию компании и укрепляет её рыночные позиции.

4. Международное развитие – выход на зарубежные рынки, объединение с другими компаниями, развитие новых сегментов и рынков. Приведём пример из практики. В г. Калач Воронежской области введена в эксплуатацию площадка по глубокой переработке молока. Основной профиль – производство 85-процентного концентрата молочного белка. За сутки новые мощности могут переработать 200 тонн молока, а за год – произвести 2 500 тонн концентрата, что составляет примерно четверть объёма ежегодного импорта России. Объём инвестиций в проект составил 2 миллиарда рублей.

Это не единственная инновационная площадка на базе «Молвеста»: уже 3 года функционирует производство сухих молочных ингредиентов суточной перерабатывающей мощностью 600 тонн сыворотки. За время работы введены технологии сохранения всех ценных биологических свойств молочного белка. Готовая продукция проходит тщательный контроль качества и отправляется на прилавки только в статусе безопасной для потребителей.

Концентрат молочного белка используется для производства мягких сыров, мясных продуктов, полуфабрикатов, диетического и спортивного питания. Сейчас его в основном завозят из-за рубежа, и новая площадка имеет все шансы решить задачу импортозамещения, поставленную генеральным директором «Молвеста» Анатолием Лосевым. Тем более что у компании уже есть опыт экспорта: с недавних пор налажены поставки сывороточного пермеата в Китай.

5. Государственно-частное партнёрство. Оно становится всё более популярным методом использования долгосрочных финансовых ресурсов для реализации крупных проектов. При этом государство и частные компании сотрудничают в финансировании и управлении проектами в различных сферах, включая здравоохранение, образование, транспорт и многое другое.

Инфраструктурные инвестиции и проектное финансирование могут стать ключевыми аспектами развития экономики и улучшения инфраструктуры в России, тем более что первые успешные практики такого рода уже имеются. Приведём несколько примеров инфраструктурных проектов, поддерживаемых проектным финансированием.

Строительство моста на остров Русский во Владивостоке. Мост стал важным объектом инфраструктуры нашей страны, его строительство было профинансировано. Проект получил средства на реализацию из различных источников, включая федеральный бюджет и международных инвесторов.

Развитие транспортной инфраструктуры в Сколково. Инновационный центр получил значительный объём финансирования для развития инфраструктуры: строительства дорог, железнодорожных станций и аэропорта, модернизацию существующих транспортных маршрутов. Финансирование осуществляется через смешанные источники, включая государственные средства, инвестиции и международные кредиты.

Строительство Крымского моста. Крупный инфраструктурный проект, финансируемый из федерального бюджета.

Развитие инфраструктуры газопровода «Сила Сибири». Этот проект предусматривает строительство газопровода между Восточной Сибирью и Китаем. Он финансируется российской компанией «Газпром» и китайскими инвесторами и является одним из ключевых проектов для поставки российского природного газа на мировой рынок.

Развитие Черноморского порта в Тамани. Этот порт – важная точка на морском транспортном маршруте, играющая важную роль в развитии экономики региона. Проект финансируется из разных источников, включая федеральный бюджет и частные инвестиции.

Эти примеры демонстрируют разнообразие инфраструктурных проектов в России. Важно отметить, что инфраструктурные инвестиции играют важную роль в развитии экономики и повышении жизненного уровня населения в России.

Поддержка научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы имеет стратегическое значение для развития инновационной экономики и технологической базы России.

Приведём примеры проектов и программ, направленных на поддержку НИОКР в России.

Программа «Научные исследования и разработки» Российского Фонда Фундаментальных Исследований. Она предоставляет гранты и финансирование для научных исследований в различных областях, включая фундаментальные и прикладные исследования. НИРД РФФИ финансирует проекты ученых и исследовательских групп, способствуя развитию новых технологий и научных открытий.

Проекты в рамках системы управления государственным заказом. Правительство РФ финансирует ряд научных исследований в рамках государственного заказа. Эти проекты охватывают широкий спектр областей, включая оборону, космос, медицину, информационные технологии. Примером может служить разработка новых военных технологий и систем, таких, как беспилотные летательные аппараты и киберзащита.

Программа развития технопарков. Технологические парки и инновационные центры способствуют взаимодействию бизнеса, науки и образования. Проекты в рамках этих технопарков включают разработку новых продуктов и технологий, исследования в сферах инженерии и техники.

Следующий аспект – это зелёное финансирование, то есть инвестиции в проекты и инициативы, направленные на уменьшение воздействия на окружающую среду и борьбу с изменением климата.

В нашей стране «зелёное» финансирование также активно развивается, в частности, с учётом стремления к улучшению экологической обстановки и борьбы с изменением климата.

Приведём несколько вариантов «зелёного» финансирования для России.

«Зелёная ипотека». Такой продукт можно применять в банках: предоставлять льготные условия для приобретения жилья с учётом экостандартов. Заёмщики могут получить скидки на процентные ставки, если они приобретают недвижимость, отвечающую определённым экологическим требованиям.

«Зелёный кредит». Возможно финансирование для проектов, направленных на снижение вредного воздействия на окружающую среду. Это могут быть проекты по энергосбережению и внедрению альтернативных источников энергии.

Экологические облигации. Например, для финансирования проектов по переработке отходов и улучшению системы общественного транспорта.

Финансирование проектов по утилизации и переработке отходов. Ряд российских компаний уже сейчас получает финансирование для проектов по утилизации и переработке отходов. Проекты в этом направлении – создание современных перерабатывающих заводов и технологий уменьшения воздействия на окружающую среду.

Экологически ответственные инвестиционные фонды. В России появляются инвестиционные фонды, специализирующиеся на «зелёных» инвестициях. Они направляют средства на экологически устойчивые проекты, к примеру, внедрение современных технологий для снижения выбросов парниковых газов.

Эти примеры отражают нарастающий интерес к зелёному финансированию в России и растущую поддержку проектов, направленных на снижение воздействия на окружающую среду и борьбу с изменением климата.

Капитальные инвестиции в последнее время были не самым распространённым вариантом, но сегодня происходят изменения. В России рассматривается возможность снятия ограничений на инвестиции в целях стимулирования вложений из дружественных государств и репатриации российских денег. Минфином России поддерживается этот шаг, но механизмы администрирования ещё предстоит выбрать.

«Пока это обсуждается, но есть запрос как со стороны дружественных инвесторов, так и российских бизнесменов о том, чтобы освободить от ограничений, так сказать, «новые» деньги, которые заводятся в страну», – сообщил директор департамента финансовой политики Минфина Иван Чебесков, выступая на финансовом форуме РСПП.

Он отметил, что многие российские инвесторы хранят капитал за границей, и многие из них готовы вкладывать средства в российскую экономику, но они хотят иметь гарантию возможности свободно ими распоряжаться, если им по какой-то причине потребуется эти средства вновь вывести за рубеж. «Такой механизм обсуждается, в том числе в рамках повышения доверия к рынку, чтобы инвесторы не волновались, что у них капитал будет ликвидный, если потребуется».

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о большом количестве перспектив использования долгосрочных источников финансирования в России, особенно в части новых технологий устойчивого развития.

Библиографический список

1. Власти России допускают отмену капитальных ограничений для новых инвестиций. URL: <https://www.interfax.ru/russia/889095>.
2. Долгосрочное финансирование, инвестиции и рост, связанный с инновациями/ Банк России URL: https://www.cbr.ru/ec_research/ser/wp_84/.
3. Минобрнауки России представило более 50 научных проектов на Форуме «Открытые инновации». – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/main/25569/>.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 338

CRM-ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИИ

Абрамов М.Э., магистрант 1-ого курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В работе рассматриваются основы CRM-систем, рассматриваются их функции, возможности и тенденции развития в стратегическом планировании и повышении эффективности деятельности организации.

Ключевые слова: управление взаимоотношениями с клиентами, CRM-система, организация, менеджмент, стратегия развития, управление продажами, автоматизация бизнес-процессов.

CRM-TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF STRATEGIC MANAGEMENT OF A MODERN COMPANY

Abramov M.E. Master's student of the 1st year

*Supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor.*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article examines the basics of CRM-systems, considers their functions, opportunities and development trends in strategic planning and improving the efficiency of the organization.

Keywords: customer relationship management, CRM-system, organization, management, development strategy, sales management, business process automation.

В современной, быстро изменяющийся бизнес-среде компаниям для успешных продаж своих товаров и/или услуг, удержания клиентов требуется приложить гораздо больше усилий, чем даже десятилетие назад. У

покупателей есть большой выбор практически в каждой категории товаров, а Интернет позволяет собрать нужную информацию о товаре или услуге в обход рекламных каналов, клиенты чаще отказываются от сопутствующих товаров или услуг, а во многих сферах малому и среднему бизнесу приходится тягаться с международными корпорациями.

Из этого и следует актуальность данного вопроса, компании стали с каждым годом все больше внимания уделять такому вопросу как взаимоотношения с клиентами. Совершенствование этих процессов обусловлено несколькими факторами, включая ужесточение конкуренции, растущие ожидания клиентов по качеству продукции и обслуживанию, уменьшение эффективности традиционных маркетинговых методов, а также появление новых технологий для взаимодействия с клиентами и управления компанией. Понимание потребностей и запросов клиентской базы, а также их успешное удовлетворение, может предоставить компании новые возможности для предоставления товаров и услуг, что, в конечном итоге, может стать ключевым фактором устойчивого развития и источником долгосрочного конкурентного преимущества на рынке.

Поэтому с каждым годом в стратегическом планировании, в общем, и в стратегии маркетинга компании, в частности, растет роль инструментов и решений, которые направлены на улучшение взаимоотношения с клиентами и клиентского опыта. Одним из таких инструментов являются CRM-системы.

CRM (Customer Relationship Management) – это, переводя дословно, система управления отношениями с клиентами. Её сущность представляет программное обеспечение и технологии, предназначенный для сбора, хранения, анализа и управления информацией о клиентах и взаимодействии с ними. Набор данных технологий позволяет автоматизировать и улучшить бизнес-процессы в таких областях как продажи, маркетинг, обслуживание и поддержка клиентов [1, с. 23].

Внедрение CRM системы позволяет организации:

1. Системы CRM позволяют хранить контактную информацию о клиентах, включая их имена, адреса, телефоны и адреса электронной почты.

2. CRM-системы помогают отслеживать, проводить и управлять процессом продаж, включая создание и отслеживание текущих сделок и поиск потенциальных клиентов.

3. С помощью CRM можно проводить маркетинговые кампании, отслеживать их результаты, анализировать данные о клиентах и их поведении.

4. CRM-системы позволяют отслеживать запросы и обращения клиентов, управлять жалобами и запросами в поддержку без перехода в дру-

гие программы, а также имеют комплексную систему напоминаний и формирования различных планов.

5. CRM-системы автоматизируют рутинные бизнес-процессы, упрощая их выполнение и снижая вероятность ошибок. Также они собирают большие объёмы данных вместе, упрощая их поиск для сотрудников и ускоряя время работы с клиентами или поставщиками.

CRM-системы могут быть настроены под конкретные потребности компании и отрасли, и они играют важную роль в улучшении обслуживания клиентов, увеличении продаж и укреплении отношений с клиентами.

CRM -система – это не просто интеллектуальная технология, решающая проблему наработки клиентской базы и ее расширения. Ее необходимо понимать как глубокий синтез стратегического предвидения, корпоративного понимания природы потребительской ценности в условиях многоканальных коммуникаций, использование средств управления маркетинговой информацией, а также качественных операций, исполнительности и сервиса. При этом необходимо понимать, что управление взаимоотношениями с клиентами – многоплановый и длительный процесс, отражение и реакция на быстро меняющуюся бизнес-среду [2, с. 161].

Когда-то CRM рассматривался только как тип программного обеспечения, но в настоящее время он превратился в философию, ориентированную на клиента, которая должна пронизывать всю организацию. Для успешного внедрения CRM необходимы три ключевых элемента: люди, процессы и технологии. Люди во всей компании – от генерального директора до каждого сотрудника службы поддержки клиентов – должны принять и поддержать CRM. Бизнес-процессы компании должны быть перестроены для поддержки инициативы CRM, часто с точки зрения того, как этот процесс может лучше служить клиенту? Компания должна выбрать правильную технологию, которая будет обеспечивать эти усовершенствованные процессы, предоставлять сотрудникам наилучшие данные и быть достаточно простой в эксплуатации, чтобы пользователи не испытывали затруднений. Если один из этих трех фундаментов окажется непрочным, вся структура CRM рухнет.

В общем, на сегодняшний день можно определить CRM как стратегию, направленную на более глубокое понимание потребностей и поведения клиентов с целью установления более крепких отношений с ними. Эффективные взаимоотношения с клиентами являются основой успеха в бизнесе. CRM включает в себя множество технологических компонентов, однако ограничивать ее восприятие исключительно техническими аспектами – не верный путь. Более полезным подходом является рассмотрение CRM как процесса, который объединяет разнообразную информацию о клиентах, продажах, результативности маркетинга, оперативности и динамике рынка.

CRM-систем могут включать в себя огромное количество компонентов: веб-сайты, социальные сети, телефонные звонки, чат, почта, электронная почта и различные маркетинговые материалы – все это может быть интегрировано в CRM-решение. Можно точно сказать, что благодаря разнообразию CRM, она выгодна не только крупным компаниям - использование и поддержка CRM-инструмента является основой для создания масштабируемой системы продаж и маркетинга для среднего и даже малого бизнеса.

CRM-платформы позволяют брендам экономить время и ресурсы, однако их способность улучшать отношения с клиентами является их главным преимуществом. Доверие – как никогда важный фактор успеха в условиях цифровой трансформации бизнес-ландшафта, и компании, не сумевшие удовлетворить своих клиентов качеством обслуживания с самого начала, скорее всего, проиграют. CRM-система может помочь организациям решить эту проблему, ускорив процесс коммуникации, предложив глубокие знания для прогнозирования потребностей и организовав маркетинговую деятельность для предоставления актуальной информации, способствующей совершенствованию процесса взаимодействия с клиентами [7].

Как было сказано выше, для эффективной реализации CRM-системы необходимо соблюдение определенных условий, включая укрепление лояльности клиентов и повышение результативности во взаимоотношениях с ними. Качество взаимодействия с клиентами определяется разнообразными показателями, включая время с первого контакта до совершения сделки, количество сделок в определенный период, уровень задолженности (включая дебиторскую), процент отказов от сделок, доля новых клиентов в общем объеме продаж и прибыльность сделок.

Оценка финансовой выгоды, получаемой при внедрении CRM-системы, представляет собой довольно сложную задачу. Как правило, в каждой организации существуют определенные области, в которых можно измерить пользу от внедрения CRM-системы, включая следующие аспекты [3, с. 83]:

- снижение затрат на рабочую силу и повышение производительности сотрудников;
- увеличение процента сохранения клиентов;
- сокращение операционных расходов, связанных с маркетинговыми кампаниями и продажами.

Стоит отметить, что еще 5-6 лет назад CRM-системы в России внедряли лишь для ведения клиентской базы и проведения сделок, то на сегодняшний день CRM-системы интегрируются и контролируют все бизнес-процессы компании. Такое изменение обусловлено следующими факторами:

- повсеместная цифровизация всех сфер жизни, и, как следствие потребность людей в быстром и качественном получении услуг или товаров.

- кризисное состояние мировой экономики, вызванное пандемией коронавируса и экономическими войнами (санкции), что для бизнеса в целом означает повышенную избирательность покупателя и требует дополнительных, отличных от традиционных методов маркетинга, как раз которые и предоставляет внедрение CRM.

- высокий уровень конкуренции практически на всех рынках потребительских товаров, например, довольно «молодой» рынок e-grocery (доставка продуктов) и в целом e-commerce.

Многие компании, которые внедрили свои бизнес-процессы CRM больше 5 лет назад могли столкнуться с серьезной дилеммой, поддерживать настроенные, но устаревшие решения или переходить на новые технологии, а в 2022 году из-за санкционного давления компаниям пришлось искать аналоги ушедших MS Dynamics, Salesforce, Zoho CRM, Pipedrive CRM.] Поиск отечественных аналогов был важной задачей, и российские разработчики успешно справились с этим. Один из примеров таких решений – «1С-Битрикс». Этот программный продукт позволяет быстро внедрить CRM-систему для любой компании. Он собирает и анализирует предпочтения пользователей, эффективно распределяет рабочую нагрузку между менеджерами и обеспечивает контроль за качеством работы персонала. В целом, на рынке РФ довольно много различных отечественных CRM-решений, что в целом показывает спрос на данный тип ПО в независимости от сферы бизнеса, его размера и целей внедрения системы [6].

Рассмотрим процесс внедрения CRM на примере «1С: Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» для группы компаний ISA, которая занимается продажей, сдачей в аренду, а также продажей комплектующих для серверного оборудования в Москве. В конце 2022 руководство компании приняло решение о внедрении автоматизированных систем учета и после обращения в 1С было принято внедрять вышеуказанную систему. Весь процесс сопровождался личным присутствием специалистов 1С, которые произвели установку, доставку, начальную настройку на компьютеры заказчика, было реализовано 5 АРМ (автоматизированных рабочих мест). С помощью учетной системы были решены следующие вопросы: обработка, анализ и группировка данных и их дальнейшее прогнозирование. В компании появилась единая база для проведения расчетов с поставщиками и покупателями, процесс планирования закупок и продаж был автоматизирован. Управляющие каналами оптовых продаж получили прозрачность сделок и автоматическое формирование графиков поступления оплат. Складской учет был расширен инструментами для учета и контроля серийных номеров, сроков годности и сертификатов, управлением запасами. Розничные продажи были подключены к общей информационной базе торгового оборудования. На момент

2023 года компания 1С осуществляет консультирование данного проекта, а также произведено льготное оформление подключения 1С: ИТС (официальное партнёрство по информационно-технологическому сопровождению программного продукта) [4].

Согласно исследованию Tadvizer, основными трендами систем CRM за 2022 год стали [5]:

- внедрение возможностей настройки и изменения систем конечным пользователем, без привлечения специалистов по программированию (low-code/no-code подход). «Автоматизация должна быть быстрой и дешевой и часто без привлечения сторонних исполнителей» – говорит Алексей Кольмай, директор CRM-направления ELMA, – и low-code позволяет это сделать. Такой подход позволят компаниям-разработчикам CRM-систем предоставить специфические решения для нужд различных компаний без дополнительной настройки (со стороны производителя CRM), что сокращает время выполнения проекта по развертке решения и дает больший и быстрый контроль конечному пользователю CRM;

- дальнейший переход компаний на концепцию BPM (business process management, управление бизнес-процессами), т.е., по сути, применение концепций, использованных в ПО CRM ко всем бизнес-процессам компании. По словам Дмитрия Перепопова, руководителя направления «Автоматизация бизнес-процессов» компании КРОК, тренд этот особенно силен в B2B-продажах, а также в маркетинговых коммуникациях в сегменте B2C. Многие вендоры CRM уже называют свои решения полноценными BPM решениями. В процессе эволюции от CRM к BPM возможным итогом может стать определение единой платформы, на которой можно эффективно решать не только задачи, связанные с управлением продажами, но также автоматизировать сопутствующие процессы, включая обслуживание, работу с рекламой и акциями, логистику, управление проектами и даже рекрутинг персонала;

- также немаловажным фактором является запрос от компаний на омниканальность систем и UX-ориентация, т.е. возможности работы из одного окна и простой, понятный интерфейс, для сокращения времени и затрат на обучение персонала работе в системе;

- продолжающийся, в последние годы, рост облачных технологий, так в 2022 году на рынке доминировал сегмент облачных вычислений, на долю которого пришлось больше 70% внедренных решений. Облачные вычисления обеспечивают ряд преимуществ, включая доступ в режиме реального времени, масштабируемость, высокую гибкость, экономическую эффективность и низкие затраты на обслуживание оборудования;

- конечно, в тренды 2022 года не могли не попасть расширение функционала с помощью ИИ. Цели интеграции ИИ в CRM могут быть

разнообразны, но основным, который выделяют аналитики рынка является улучшение, и в целом, наращивание возможностей аналитики операционных систем CRM и улучшения выдачи рекомендаций по различным решениям для конечного пользователя решений, а также дальнейшей автоматизации различных операционных процессов, связанных с коммерцией.

В заключение, стоит сказать, что системы CRM уже прочно вошли во многие сферы бизнеса, а для полноценного рассмотрения отдельных примеров и нюансов внедрения может уйти довольно много времени. Внедрение CRM-системы в организацию – это, на сегодняшний день, обязательный шаг к расширению и росту любого предприятия, вне зависимости от выбранной стратегии развития, повышению его эффективности и привлечении новых клиентов. Можно с уверенностью сказать, что уже не внедрение, а многогранное и постоянное улучшение CRM-технологий является стратегическим этапом развития организации. Дальнейшая роль CRM-технологий будет уже исходить от целей организации, как было сказано в анализе трендов, многие компании переходят на полноценные BPM-структуры управления, а другие оставляют CRM-системы как основной инструмент работы с клиентами, не интегрируя его глубже в свои бизнес-процессы.

Библиографический список

1. Лосева А.Ю., Современные информационные системы: теория и практика: монография / А.Ю. Лосева, Д.Д. Цыренов. М.: Русайнс, 2018. 101 с.
2. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге: монография / И.В. Рожков. М.: Русайнс, 2020. 195 с.
3. Коломыц О.Н. Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности компании / О.Н. Коломыц, А.Г. Добрикова, Я.Н. Кошевар // Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. 2019. № 8. С. 82–84.
4. 1С: CRM – Автоматизация бизнеса с помощью «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» в ООО «Компания Ай-ЭС-Эй» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://1crm.ru/press/applications/10446/> (дата обращения 08.11.2023).
5. TAdviser – Тенденции российского рынка CRM-систем [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> Статья:Тенденции_российского_рынка_CRM-систем (дата обращения 07.11.2023)
6. Российская газета – Место зарубежных ИТ-гигантов на российском рынке займут отечественные компании [Электронный ресурс] // Ре-

жим доступа: <https://rg.ru/2022/05/31/reg-szfo/priniali-vahtu.html> (дата обращения 07.11.2023)

7. MarTech – What is customer relationship management (CRM) and how does it support marketing? [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://martech.org/what-is-crm-and-how-does-it-support-marketing/> (дата обращения 06.11.2023)

УДК 339

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Адарченко А.В., бакалавр 1 курса

*Научный руководитель: Рзун И.Г., К.ф.-м.н., доцент
Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск*

Аннотация: Данная статья рассматривает использование маркетинговых технологий в современной экономике. В ней обсуждаются преимущества, которые они приносят компаниям. Также рассматриваются различные виды маркетинговых технологий. Особое внимание уделяется практическому применению этих технологий в различных отраслях экономики. Наконец, статья также обсуждает вызовы и риски, связанные с использованием маркетинговых технологий. Знание об использовании маркетинговых технологий в современной экономике является важным для успешного развития и процветания бизнеса.

Ключевые слова: роль маркетинговых технологий, современная экономика, современные маркетинговые технологии, использование маркетинговых технологий.

THE USE OF MARKETING TECHNOLOGIES IN THE MODERN ECONOMY

Adarchenko A.V. bachelor's degree of the 1st year

Scientific supervisor: Rzun I.G., Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor

Novorossiysk Branch of the Financial University, Novorossiysk

Abstract: This article examines the use of marketing technologies in the modern economy. It discusses the benefits they bring to companies. Various types of marketing technologies are also considered. Special attention is paid to

the practical application of these technologies in various sectors of the economy. Finally, the article also discusses the challenges and risks associated with the use of marketing technologies. Knowledge about the use of marketing technologies in the modern economy is important for the successful development and prosperity of business.

Keywords: the role of marketing technologies, modern economy, modern marketing technologies, use of marketing technologies.

Маркетинговые технологии играют важную роль в современной экономике. Благодаря продвижению цифровых инструментов и быстрому развитию технологий, предприниматели и компании имеют доступ к новым и эффективным инструментам продвижения своих продуктов и услуг. В данной статье рассмотрим ключевую роль маркетинговых технологий и их использование в современной экономике.

Преимущества использования маркетинговых технологий рассмотрим ниже.

Маркетинговые технологии предоставляют компаниям целый ряд преимуществ, которые способствуют их успешной деятельности на рынке. Во-первых, они позволяют увеличить эффективность маркетинговых кампаний. Благодаря автоматизации процессов и использованию аналитики, компании могут легче отслеживать рекламные кампании, оптимизировать бюджеты и достигать максимально эффективных результатов.

Во-вторых, маркетинговые технологии помогают повысить конкурентоспособность организаций. Благодаря использованию инновационных методов маркетинга, компании могут привлекать больше клиентов, заниматься персонализацией услуг и предлагать уникальные предложения. Это позволяет удерживать существующих клиентов и привлекать новых.

Третье преимущество маркетинговых технологий заключается в их способности анализировать и прогнозировать потребительский спрос. Благодаря использованию больших данных и аналитики, компании могут получить ценную информацию о своих клиентах и рынке в целом. Это помогает им принимать обоснованные решения, предлагать наиболее востребованные товары и услуги, а также адаптироваться к изменчивым потребностям рынка.

Основные виды маркетинговых технологий:

1. Цифровой маркетинг (Digital-маркетинг)

Цифровой маркетинг стал одним из самых важных видов маркетинговых технологий. Он включает в себя использование интернет-платформ и социальных сетей для привлечения и удержания клиентов. Среди основ-

ных инструментов цифрового маркетинга можно выделить социальные сети, поисковую оптимизацию и рекламу в Интернете.

Примеры:

1) Яндекс: использует Цифровой маркетинг во всех своих продуктах и услугах, включая поисковую систему, интернет-рекламу, электронную почту и другие сервисы.

2) Роснефть: активно использует Цифровой маркетинг для продвижения своих продуктов и услуг. Они запускают интернет-кампании, создают контент для социальных сетей, разрабатывают мобильные приложения и сайты для клиентов.

3) Wildberries: Онлайн-ритейлер Wildberries использует Цифровой маркетинг для привлечения новых клиентов и увеличения продаж. Они активно рекламируют свои товары на поисковых системах, социальных сетях и других онлайн-платформах.

2. Аналитика и исследования рынка

Аналитика и исследования рынка помогают компаниям собирать данные о своих потребителях и анализировать рыночные тренды. Это позволяет им лучше понять свою целевую аудиторию, предугадывать ее потребности и предлагать товары и услуги, которые будут наиболее востребованы.

Примеры:

1) Магнит: одна из крупнейших розничных сетей в России, активно использует аналитику и исследования рынка для анализа покупательского поведения, оптимизации ассортимента товаров, планирования маркетинговых кампаний и лояльности клиентов.

2) МТС: проводит аналитику данных о поведении своих клиентов, чтобы оптимизировать свои тарифы и предложения, а также разрабатывает свои продукты на основе исследований рынка и потребительских предпочтений.

3) Газпром: использует аналитику и исследования рынка для оценки спроса на энергетические ресурсы, определения стратегии развития и принятия решений по инвестициям.

3. CRM-системы

CRM-системы (системы управления клиентскими отношениями) используются для эффективного управления клиентской базой и автоматизации маркетинговых процессов. Они помогают компаниям улучшить взаимодействие с клиентами, предоставляя им персонализированный сервис и поддержку.

Таблица 1. Сравнительный анализ CRM-систем

Названия	Интерфейс	Предназначение по размеру бизнеса	Стоимость	Интеграция	Недостатки
1.Битрикс24	понятный	малый бизнес; средний бизнес	бесплатно	простая интеграция с другими сервисами	Бесплатный тариф ограничен небольшим функционалом.
2.AmoCRM	Понятный и простой	малый бизнес; средний бизнес	Бесплатный тариф ограничен	легко интегрировать с нужными приложениями и сервисами	облачное пространство недостаточно большое; нет телефонии.
3.Microsoft Dynamics	Очень понятный и современный	крупный бизнес	Высокая	слабо развитая интеграция с социальными сетями, зато легкая интеграция с инструментами маркетинга и с Office365, SharePoint, Skype, Windows и пр.	непростая схема внедрения; сложное обучение; ориентация только на крупных клиентов; нет синхронизации с мобильными устройствами.
4.Террасофт	Более менее понятный	крупный бизнес	невысокая	интеграция с почтовыми сервисами ,аккаунтом в Google, Facebook и Twitter;	непростая схема внедрения; нет живой ленты; сложность обучения.

5.Мегаплан	понятный	малый и средний бизнес	невысокая	интеграция с WhatsApp, однако интегрируется с малым количеством сервисов	подходит не для всех направлений бизнеса; слабая аналитика;
6.SAP CRM	понятный	средний и крупный бизнес	Высокая	интеграция с почтовыми сервисами и ERP	непростая схема внедрения; нет встроенной телефонии; нет пробного периода; сложность обучения.
7.FreshOffice	удобный	средний бизнес	невысокая	интегрируется с малым количеством сервисов.	неудобный, сложно настраиваемый тариф; мало функциональных возможностей для управления сотрудниками
8.CRM «Простой бизнес»	понятный	малый бизнес	высокая	интеграция с телефонией,но мало возможностей для интеграции с другими сервисами	ограничение на количество писем для рассылки.
9.EnvyCRM	удобный	малый бизнес	низкая	интеграция с соцсетями и мессенджерами,однако нет	нет открытого исходного кода, что

				интеграции с каталогом интернет-магазина	ограничивает доработки; разные личные кабинеты для CRM и встроенных виджетов; нет встроенной телефонии.
10.Retail CRM	Более менее удобный	малый бизнес; средний бизнес	Возможность использовать бесплатную версию, но для крупных компаний высокая стоимость	удобная интеграция с мессенджерами соцсетей	мало стандартного функционала, приходится подключать платные модули; нельзя править даты внесения данных; слабый анализ рекламных кампаний.

В данной таблице произведён анализ CRM-систем, предназначенных для повышения эффективности своих маркетинговых операций. И можно сделать вывод, что выбор конкретной системы зависит от потребностей и характеристик компании. Также стоит отметить, что все эти системы предлагают различные функциональные возможности для управления взаимоотношениями с клиентами. Однако самым удобным для развития малого бизнес будет Битрикс24, для среднего бизнеса AmoCRM, Битрикс24, для крупного бизнеса Microsoft Dynamics. Кто хочет улучшить крупный бизнес нужно быть готовым к сложности обучения и высокой цене.

4. Мобильный маркетинг

Также стоит отметить мобильный маркетинг и развитие приложений. В современном мире все больше людей пользуется смартфонами, а это значит, что мобильный маркетинг становится все более актуальным. Компании могут использовать приложения для привлечения и удержания клиентов, а также для индивидуализированных предложений и услуг.

Примеры:

1) Uber: использует мобильное приложение для своих услуг по доставлению такси и попутного движения. Они позволяют пользователям заказывать и оплачивать поездки прямо через приложение, а также предоставляют акции и персональные предложения для увеличения привлекательности своих услуг.

2) Вкусно и точка: компания разработала мобильное приложение, которое позволяет клиентам заказывать еду, получать специальные предложения и купоны, а также оплачивать заказы через приложение.

3) Лэтуаль: косметический магазин предлагает своим клиентам мобильное приложение, где они могут просматривать и покупать продукты, получать рекомендации по уходу за кожей и волосами, а также получать эксклюзивные предложения и скидки.

5. Event-маркетинг

Event-маркетинг охватывает широкий спектр активностей, включая организацию конференций, выставок, семинаров, презентаций, корпоративных мероприятий и других публичных мероприятий. Он позволяет компаниям установить более глубокие и значимые связи с аудиторией, что ведет к улучшению результатов и достижению целей в современной экономике.

Примеры:

1) Сбербанк: проводит различные мероприятия в рамках своих кампаний по привлечению клиентов и укреплению бренда. Например, они проводят финансовые форумы, конференции, тренинги и другие события, которые помогают им установить личные контакты с клиентами и продемонстрировать свою экспертизу в сфере финансов.

2) МегаФон: Компания активно использует event-маркетинг для улучшения взаимодействия с клиентами. Они проводят концерты, спортивные мероприятия и другие развлекательные активности, чтобы привлечь и удержать внимание своей аудитории и продемонстрировать новые технологии и возможности своих услуг.

3) Kaspersky Lab: Компания проводит различные мероприятия, такие как конференции и семинары, связанные с кибербезопасностью. Они предлагают образовательные программы и воз

Конечно есть множество видов маркетинговых технологий, однако я привела основные и часто используемые.

Практическое применение маркетинговых технологий в различных отраслях экономики:

1. Розничная торговля: Маркетинговые технологии позволяют розничным компаниям эффективно привлекать и удерживать клиентов. Они могут использовать такие инструменты, как цифровой и мобильный маркетинг, для рекламы и продвижения своих товаров и услуг, а также аналитику и исследования рынка для понимания потребностей своей целевой аудитории, чтобы предложить персонализированные предложения и акции.

2. Финансовый сектор и банковское дело: в этой отрасли маркетинговые технологии используются для привлечения новых клиентов и удержания существующих. Компании могут использовать цифровой маркетинг для продвижения своих продуктов и услуг, а также CRM-системы для управления клиентскими отношениями и предоставления персонализированного сервиса. Кроме того, аналитика и прогнозирование потребительского спроса помогают предсказать финансовые тренды, что является важным при принятии стратегических решений.

3. Туризм и гостиничный бизнес: в данной отрасли маркетинговые технологии используются для привлечения туристов и повышения загрузки гостиничных объектов. Компании могут использовать Digital-маркетинг и Event-маркетинг для онлайн-бронирования, социальные медиа и целевую рекламу, чтобы достичь широкой аудитории путешественников.

4. Здравоохранение: маркетинговые технологии помогают компаниям в сфере здравоохранения привлекать пациентов и продвигать свои услуги. Они могут использовать цифровой маркетинг для рекламы и информирования, а также CRM-системы для управления отношениями между пациентами и предоставления персонализированной медицинской помощи.

5. Производство и промышленность: маркетинговые технологии помогают компаниям в сфере производства и промышленности привлекать клиентов и продвигать свою продукцию. Они могут использовать цифровой маркетинг для рекламы и продажи, а также CRM-системы для управления клиентскими отношениями и предоставления персонализированной поддержки.

6. Интернет-торговля: маркетинговые технологии являются неотъемлемой частью Интернет-торговли. Они позволяют компаниям привлекать клиентов, улучшать пользовательский опыт и повышать уровень продаж. Например, использование поисковой оптимизации (SEO) позволяет компа-

ниям улучшить видимость своих товаров и услуг в поисковых системах. Также, использование аналитики данных позволяет компаниям анализировать поведение покупателей и оптимизировать процесс покупки.

Вызовы и риски, связанные с использованием маркетинговых технологий:

Необходимо отметить, что использование маркетинговых технологий может также сопровождаться рядом вызовов и рисков. Один из главных – это защита личных данных и конфиденциальности клиентов. С ростом количества данных, которые компании собирают о своих клиентах, становится важно обеспечить их безопасность и защитить их от несанкционированного доступа.

Второй вызов – это возможность негативной репутации и реакции потребителей. Если компания неаккуратно использует маркетинговые технологии или нарушает доверие клиентов, это может привести к потере клиентов и негативной репутации.

Также возникает вопрос о необходимости человеческого фактора в маркетинговых технологиях. Вопрос о том, насколько компьютерные алгоритмы могут заменить роли маркетинговых специалистов и насколько важно сохранять человеческое взаимодействие при общении с клиентами.

Еще один из вызовов – это необходимость постоянного обновления и обучения персонала. Маркетинговые технологии постоянно развиваются и меняются, поэтому компаниям необходимо постоянно обновлять свои знания и навыки в этой области. Это требует дополнительных затрат на обучение персонала и внедрение новых технологий.

Помимо этого, есть риски, связанные с конкуренцией и насыщенностью рынка. Современная экономика характеризуется высокой конкуренцией и насыщенностью рынка. Компании должны бороться за внимание и предпочтения клиентов, поэтому использование маркетинговых технологий становится необходимостью для выживания и роста.

Маркетинговые технологии играют ключевую роль в современной экономике, обеспечивая компаниям эффективное продвижение, удержание клиентов, увеличение конкурентоспособности, анализ и прогноз потребительского спроса. Они позволяют компаниям адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям, повышать эффективность своих рекламных кампаний и улучшать взаимодействие с клиентами. Также развитие искусственного интеллекта и автоматизации позволяет более точно прогнозировать поведение покупателей и предлагать им персонализированные предложения. Однако, использование маркетинговых технологий также сопряжено с вызовами и рисками. В целом, маркетинговые технологии представляют собой мощный инструмент, который может помочь компаниям достичь успеха и процветания в современной экономике.

Библиографический список

1. Хуссейн И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И.Д. Хуссейн. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 68 с.
2. Официальный сайт анализа интернет ресурсов URL: <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/business-and-consumer-services/online-marketing/> (дата обращения: 01.11.2023).

УДК 339.13

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

*Аксенов В.В. бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Танина М.А., к.э.н., доцент
Пензенский филиал Финуниверситета, Пенза*

Аннотация. В работе достаточно подробно исследована роль маркетинга как определяющего фактора в развитии организации. Рассмотрены важные аспекты правильного выбора маркетинговой стратегии для компании и предложены рекомендации для ее успешного продвижения в условиях современной экономики.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинг, развитие организации, современная экономика, контент-маркетинг, цифровизация, клиенты.

THE ROLE OF MARKETING STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION IN THE MODERN ECONOMY

*Aksenov V. V. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: M. A. Tanina, Candidate of Economics, Associate Professor
Penza Branch of the University of Finance, Penza*

Abstract. The paper examines in detail the role of marketing as a determining factor in the development of the organization. The important aspects of the right choice of marketing strategy for the company are considered and recommendations for its successful promotion in the conditions of the modern economy are proposed.

Keywords: marketing strategy, marketing, organization development, modern economy, content marketing, digitalization, customers.

Маркетинг является неотъемлемой частью успешного развития организации в современной экономике. Результаты актуального исследования в области маркетинговой аналитики компаний России и СНГ от «Coffee Analytics» показывают, что каждая компания выделяет 15% от собственного оборота денежных средств только на маркетинговое продвижение (рис. 1). Оно играет ключевую роль в формировании стратегий и тактик, направленных на распространение товаров и услуг на рынке, привлечение и удержание клиентов, увеличение доходов и достижение конкурентного преимущества.



Рисунок 1. Инвестиции организаций в маркетинг

Одним из основных аспектов маркетинга является исследование рынка. Анализ требований и предпочтений потребителей позволяет определить потенциал и целевую аудиторию товаров или услуг компании. Это помогает разработать эффективные стратегии позиционирования и маркетинговых коммуникаций, а также приоритеты и направления развития организации.

Кроме того, маркетинг является важным инструментом для конкуренции на рынке. Он позволяет организации выделиться среди конкурентов и создать уникальное предложение, отвечающее потребностям клиентов. Правильное использование маркетинговых инструментов и ресурсов позволяет привлекать новых клиентов, удерживать существующих и повышать уровень лояльности.

Современная экономика характеризуется быстрой динамикой изменений и постоянными трансформациями. Маркетинг позволяет организации быть гибкой и адаптивной к рыночным условиям. Он помогает сопровождать процесс развития организации и внедрение новых стратегий и направлений, а также обеспечивает эффективное взаимодействие с клиентами и партнерами.

Наконец, маркетинг играет важную роль в определении ценовой политики и монетизации продуктов и услуг. При правильном подходе, маркетинг позволяет достичь оптимального соотношения цены и качества, удовлетворяющего потребности и ожидания клиентов, а также обеспечивающего прибыльность и долгосрочную устойчивость организации.

Маркетинговая стратегия играет ключевую роль в развитии предприятия. Она помогает определить цель и путь достижения успеха, а также позволяет выделиться на фоне конкурентов и удовлетворить потребности целевой аудитории. Однако, в быстро меняющемся мире маркетинга, правильный выбор стратегии не всегда является простым заданием.

Когда мы говорим о выборе маркетинговой стратегии для организации на современном этапе социально-экономического развития, необходимо учесть ряд факторов:

1. Необходимо проанализировать рынок и определить его динамику. Например, новые появившиеся тенденции современного этапа, изменения потребительского поведения. Понимание этих факторов поможет выбрать стратегию, которая будет соответствовать потребностям и ожиданиям клиентов.

2. Следует изучить конкурентную среду. Например, основных конкурентов и используемые ими маркетинговые стратегии. Анализируя это, возможно найти пустые ниши или преимущества, которые помогут выделиться на фоне других компаний.

3. Важно учесть изменения в технологической сфере. В 2023 году ожидается продолжительное развитие цифровых и онлайн-технологий. Поэтому, необходимо определить, какие инструменты маркетинга будут наиболее эффективными в будущем и каким образом их можно адаптировать к организации.

4. Нужно определить цели и задачи организации на ближайшее будущее. Без четкой цели и желаемого результата, выбор маркетинговой стратегии может быть бесполезным.

С учетом всех этих факторов, на сегодняшний день возможно рассмотреть несколько вариантов маркетинговых стратегий для развития организации. Это может быть дифференциация, которая позволяет создать уникальные продукты или услуги и выделиться на фоне конкурентов. Также, можно использовать стратегию рыночного лидерства, сосредото-

чившись на увеличении доли рынка и обеспечении конкурентных преимуществ.

Для работы в онлайн-среде, стоит рассмотреть стратегию контент-маркетинга или стратегию влияния, которая позволяет использовать сетевые платформы и социальные медиа для привлечения и удержания клиентов.

В итоге, выбор маркетинговой стратегии для развития организации является сложным заданием, требующим глубокого понимания рынка, конкурентов и технологических изменений. Четко определенные цели и ожидания помогут выбрать стратегию, которая будет наиболее эффективной для достижения успеха в будущем.

На современном этапе социально-экономического развития, когда цифровизация проникает во все сферы нашей жизни, нет сомнений в том, что она стала неотъемлемым фактором для успешного развития любого предприятия. Также следует отметить, что в современных условиях экономической нестабильности и ограничений на международную торговлю, предприятиям просто необходимо активно работать над привлечением и удержанием клиентов. Вместе с тем, сложности и вызовы, связанные с этими аспектами, требуют соответствующих мер и стратегий, чтобы обеспечить их эффективное функционирование и конкурентоспособность на рынке.

Ниже приведены ключевые рекомендации, которые помогут предприятию успешно развиваться с помощью маркетинговой стратегии в период цифровизации и ограничений.

1. Анализ и понимание цифрового рынка: изучение рынка, его тенденций и особенностей. Необходимо определить целевую аудиторию, и как она использует цифровые технологии, исследовать стратегии конкурентов и выбрать наиболее эффективные пути привлечения клиентов. Также спрогнозировать возможные изменения в политической и экономической сфере, что позволит предприятию принять превентивные меры и подготовиться к новым вызовам.

В санкционных условиях важным аспектом становится нацеленность на внутренний рынок. Удаление ограничений на импортные товары и услуги может занять длительное время, поэтому важно сосредоточить усилия на увеличении доли рынка внутри страны. Это можно сделать путем повышения качества товаров и услуг, разнообразия предлагаемого ассортимента, а также акцентирования внимания на потребительской ценности.

2. Создание цифрового присутствия: разработка собственной стратегии для покупки доменного имени и создания веб-сайта, а также использования социальных сетей для продвижения вашего бренда. Следует убе-

даться, что онлайн-присутствие отражает ценности и преимущества предприятия, привлекает внимание и удовлетворяет потребности целевой аудитории.

3. Контент-маркетинг: разработка стратегии создания и распространения высококачественного контента, который будет интересен и полезен целевой аудитории. Это может быть в виде статей, блогов, видео или подкастов. Поддержка активной коммуникации с аудиторией и привлечение ее в диалог через комментарии, отзывы или опросы.

Одним из наиболее эффективных подходов в условиях санкций является онлайн-продвижение. Интернет-реклама, использование социальных сетей, создание имиджевых и информационных ресурсов помогут предприятию расширить аудиторию и увеличить узнаваемость бренда. Кроме того, можно использовать такие инструменты, как электронная почта, SMS-рассылки и мобильные приложения для личной коммуникации с клиентами.

В современном мире, где конкуренция на рынке становится все более ожесточенной, компаниям, стремящимся к постоянному росту и успеху, требуется уделять большое количество внимания потребителю. Поэтому число профессиональных маркетологов, понимающих важность использования контент-маркетинга для развития организации в современном информационном пространстве и применяющих его на собственной практике, с каждым днем увеличивается. Для подтверждения и более лучшего понимания количества автором данной статьи создана диаграмма с процентными показателями на основании исследования компании «MarketingProfs» (рис. 2).



Рисунок 2. Процент маркетологов, использующих контент-маркетинг

Однако, исследования показывают, что недостаточно иметь просто довольных клиентов. Более значимым фактором для повышения выручки и прибыльности компаний становится установление эмоциональной связи с компанией и ее продукцией. Ощущающие ее покупатели, вносят наибольший вклад в развитие и процветание бизнеса. Зарубежные ученые, Мэгидс Скотт (Magids Scott), Зорфас Алан (Zorfas Alan) и Лимон Дэниэл (Leemon Daniel), проанализировав сотни различных брендов разных категорий, пришли к такому выводу: покупатели на 52% ценнее очень довольных покупателей [3, с. 18].

Эмоциональная связь с брендом включает в себя создание позитивных эмоций, удовлетворение эстетических потребностей и формирование сильных впечатлений в процессе взаимодействия с компанией. При этом, часто роль играют не только сами продукты или услуги, но и весь опыт взаимодействия с брендом – от качества обслуживания до удобства использования продукта.

Создание атмосферы доверия и взаимопонимания с клиентами становится неотъемлемой частью успешной стратегии контент-маркетинга. Эмоциональная связь позволяет не только удерживать существующих клиентов, но и привлекать новых, а также стимулировать их лояльность к бренду и его продукции. Таким образом, компании смогут достичь стабильной прибыльности и успеха на долгосрочной основе.

4. Персонализация и автоматизация: использование данных о клиентах, чтобы персонализировать маркетинговую коммуникацию и предложения. Нужно рассмотреть возможности автоматизации, чтобы сделать процессы более эффективными и повысить степень взаимодействия с клиентами.

5. Аналитика и измерение: отслеживание и анализирование маркетинговых показателей с помощью средств аналитики для того, чтобы оценить эффективность принятых стратегий и принять взвешенные решения на основе данных.

6. Вовлечение сотрудников: обучение сотрудников основам цифрового маркетинга и поощрение их активного участия в продвижении бренда. Исследования ученых и специалистов в области поведения человека утверждают, что мотивы человека не являются случайными, а имеют достаточно стабильные показатели, на которые бизнес может ориентироваться [2, с. 303]. Желательно создать атмосферу поддержки и сотрудничества, чтобы команда работала энергичнее и стремлением достигала поставленных целей.

7. Эволюция и инновации: внимательность к новым технологиям и трендам на рынке, готовность внедрить инновации и адаптировать свою стратегию маркетинга в соответствии с изменяющимися потребностями

клиентов и рынка. Постоянное обучение и развитие являются необходимыми условиями для успешной цифровой трансформации предприятия.

Взяв во внимание все эти рекомендации, предприятие может сформировать эффективную маркетинговую стратегию в период цифровизации, которая обеспечит продвижение и укрепление позиций на рынке.

В конечном итоге, стратегия успешного развития предприятия в условиях санкций в РФ включает в себя комплексный подход, сочетающий в себе использование маркетинговых инструментов, нацеливание на внутренний рынок, разработку и продвижение собственного бренда, а также активное использование онлайн-продвижения. Это поможет предприятию успешно функционировать и развиваться в сложных экономических условиях и обеспечить устойчивое развитие в будущем.

Таким образом, маркетинговая стратегия является неотъемлемой составляющей развития организации в современной экономике. Она позволяет определить тактики, привлечь и удержать клиентов, сопровождать процесс развития и адаптации к рынку, а также определить оптимальную ценовую политику. Умение использовать и развивать маркетинговые компетенции становится ключевой особенностью успешной организации в конкурентной среде.

Список литературы

1. Аксенов В.В., Айдарова А.С. Современные особенности корпоративного управления // Менеджмент: теория, методология, практика: материалы Всероссийской студенческой экономической научно-практической конференции / под ред. С.Д. Резника. Пенза, ПГУАС, 2023. С. 187–191.

2. Грушенко В.И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии: учебно-практическое пособие / В.И. Грушенко. Москва: ИНФРА-М, 2019. 360 с.

3. Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики: монография / А.Л. Абаев, С.П. Азарова, О.А. Артемьева [и др.] ; под общ. ред. проф. С.В. Карповой; отв. ред. И.В. Рожков. 2-е изд., доп. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. 352 с.

МАРКЕТИНГ НА РУБЕЖЕ ТЕХНОЛОГИЙ: КАК СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРЕОБРАЖАЮТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СРЕДУ

Вильян А.В., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Рзун И.Г., к.ф.-м.н.,

доцент Новороссийского филиала Финансового университета, Новороссийск

Аннотация. Статья рассматривает роль маркетинга в цифровой эпохе и выделяет несколько ключевых инструментов, которые преобразуют маркетинговую деятельность. Статья также подчеркивает вызовы и риски, связанные с использованием современных инструментов маркетинга, такие как конфиденциальность и защита данных, овертаргетинг и информационный шум. Использование современных инструментов маркетинга преобразует экономическую среду, предоставляя новые возможности для бизнеса, но также требует осторожности и аккуратности в использовании данных и коммуникации с потребителями.

Ключевые слова: маркетинг, маркетологи, анализируя, информация, сайт, технологии, платформа.

MARKETING AT THE TURN OF TECHNOLOGY: HOW MODERN TOOLS TRANSFORM THE ECONOMIC ENVIRONMENT

Vilyan A. V. bachelor's degree of the 1st year

Supervisor: I. G. Rzun, Candidate of Physical and Mathematical Sciences,

*Associate Professor Novorossiysk Branch of the University of Finance,
Novorossiysk*

Abstract. The article examines the role of marketing in the digital age and highlights several key tools that are transforming marketing activities. The article also highlights the challenges and risks associated with the use of modern marketing tools, such as privacy and data protection, overtargeting and information noise. The use of modern marketing tools is transforming the economic environment, providing new business opportunities, but also requires care and precision in the use of data and communication with consumers.

Keywords: marketing, marketers, analyzing, information, website, technology, platform.

В современной экономической среде технологический прогресс играет ключевую роль в развитии бизнеса и эффективной коммерциализации

продуктов и услуг. Маркетинг на рубеже технологий описывает использование новых технологий и инновационных подходов для достижения маркетинговых целей и преобразования экономической среды. Это понятие становится все более значимым, поскольку компании сталкиваются с необходимостью адаптации к быстрому развитию технологий и изменениям в поведении потребителей.

Маркетинг играет важную роль в современной экономике. Он помогает компаниям привлекать и удерживать клиентов, определять их потребности и предлагать товары и услуги, которые соответствуют этим потребностям. Маркетинг также помогает компаниям адаптироваться к изменениям в экономической среде, конкуренции и технологическим инновациям. Он предоставляет инструменты для исследования рынка, анализа данных и понимания требований и предпочтений целевой аудитории. Благодаря этому компании могут разрабатывать продукты и услуги, соответствующие потребностям клиентов, и устанавливать правильное ценообразование. Маркетинг позволяет компаниям строить и укреплять свой бренд. Он помогает определить уникальные ценности и позиционирование компании, а также разработать маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов. Определяет справедливые цены на услуги компании. Понимает, когда нужно вводить систему скидок и акций. Эффективный маркетинг способствует созданию положительного имиджа бренда, повышению его узнаваемости и доверия клиентов. Маркетинг играет важную роль в возможности компаний завоевывать новые рынки и расширять свой бизнес. Он позволяет определить целевую аудиторию на новых рынках, разработать маркетинговые стратегии для проникновения на них и создать эффективные продажные каналы. Благодаря маркетингу компании могут достичь географического и экономического роста. Также он стимулирует инновационные идеи и разработку новых продуктов и услуг, помогает компаниям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, предлагая новые и уникальные решения.

Маркетинговые исследования и анализ рынка направлены на определение потенциальных возможностей и конкурентных преимуществ, что помогает компаниям быть конкурентоспособными. Маркетинг направлен на достижение финансовых целей компании, включая увеличение объемов продаж и прибыли. Эффективное маркетинговое планирование, разработка маркетинговых стратегий и методы продвижения помогают компаниям привлекать новых клиентов, удерживать существующих и расширять свою клиентскую базу, что способствует росту прибыли и стабильности бизнеса.

С развитием технологий маркетинг также претерпевает изменения. Технологии предоставляют новые возможности для коммуникации с клиентами, сбора и анализа данных, автоматизации процессов маркетинга и улучшения качества обслуживания клиентов. Компании могут использо-

вать различные инструменты и программы для автоматизации рутинных задач, таких как отправка электронных писем, управление контентом и анализ данных. Это позволяет им эффективнее использовать свои ресурсы и достигать лучших результатов.

Однако, использование технологий в маркетинге также сопряжено с вызовами и рисками. Проблемы конфиденциальности и защиты данных становятся все более актуальными, поскольку компании собирают и хранят большое количество информации о своих клиентах. Необходимость постоянного обучения и адаптации также является вызовом для компаний, поскольку технологии и требования клиентов постоянно меняются. Кроме того, компании могут столкнуться с риском зависимости от технологий, что может привести к проблемам при их отказе или неправильном использовании.

Быстрое развитие технологий оказывает значительное влияние на маркетинговые стратегии и используемые инструменты. Маркетологи должны быть гибкими и адаптивными, чтобы успевать за постоянными изменениями в мире технологий. На маркетинг непосредственно влияют интернет, искусственный интеллект и машинное обучение, социальные сети, а также мобильная и поисковая оптимизация. Социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn, предоставляют маркетологам возможность взаимодействовать с аудиторией в режиме реального времени. Они также позволяют проводить таргетированные рекламные кампании и собирать информацию о предпочтениях и поведении пользователей. Мобильные устройства становятся все более популярными, поэтому маркетологи должны уделять внимание созданию мобильно-дружественных сайтов и приложений. Это также включает использование мобильной аналитики для оптимизации кампаний и улучшения пользовательского опыта.

Существует множество популярных цифровых инструментов и платформ, которые широко используются для развития маркетинга. Например, SEO инструменты, такие как SEMRush, позволяют отслеживать эффективность сайта, оценивать положение продукта в сети, анализировать конкурентов и так далее. Продукт насчитывает более 4 млн зарегистрированных пользователей по всему миру. Они помогают определять ключевые слова, отслеживать позиции в поисковых запросах и оптимизировать контент для более высокого ранжирования. Платформы, такие как MailChimp и Constant Contact, являются инструментом для создания рассылок по электронной почте, публикации их в социальных сетях, интеграции с сервисами, уже используемыми клиентом, и отслеживания их результатов. Они предлагают удобные инструменты для создания шаблонов, управления списками рассылки и анализа результатов. Google Analytics и Adobe Analytics, предоставляют компаниям возможность анализировать и измерять эффективность своих маркетинговых усилий. Они позволяют

владельцам веб-сайтов отслеживать и анализировать различные аспекты производительности своего веб-сайта, предоставляют информацию о посещаемости веб-сайта. Google Ads и Bing Ads, позволяют компаниям размещать рекламу в поисковых системах для увеличения видимости и привлечения большего количества клиентов. Концепция, лежащая в основе обеих платформ, одинакова. Обе рекламные платформы с оплатой за клик предназначены для того, чтобы помочь компаниям охватить определенную аудиторию, привлечь трафик и увеличить доход.

Автоматизация процессов маркетинга позволяет сократить рутинные задачи и увеличить производительность команды. Автоматизированные системы могут выполнять такие операции, как отправка электронных писем, планирование социальных медиа-публикаций, управление контентом на веб-сайте и многое другое, освобождая время маркетологов для фокусировки на более стратегических задачах. помогает обеспечить большую точность и последовательность в маркетинговых операциях. Ошибки, связанные с человеческим фактором, могут быть сведены к минимуму благодаря автоматическому выполнению задач с использованием заранее заданных правил и настроек. Это способствует поддержанию единого стиля и стандартов во всех маркетинговых материалах и коммуникациях. Автоматически собираемые данные могут быть анализированы для выявления трендов, понимания эффективности маркетинговых кампаний и принятия более обоснованных решений. Это помогает маркетологам оптимизировать свои стратегии и тактики для достижения лучших результатов.

Рост значимости данных и аналитики в маркетинге является одним из ключевых аспектов влияния технологий на маркетинг. Собирая и анализируя данные о клиентах, компании могут лучше понимать их потребности и предпочтения, а также принимать обоснованные решения на основе этих данных. Аналитика данных также позволяет компаниям измерять эффективность своих маркетинговых кампаний и строить более точные прогнозы. Они привлекают и удерживают клиентов, и внести соответствующие изменения в свои стратегии маркетинга. Большой объем данных также позволяет компаниям проводить персонализацию своих маркетинговых активностей. Они могут создавать индивидуальные предложения и рекомендации для каждого клиента на основе его предыдущих покупок и поведения. Это помогает улучшить опыт клиента и повысить вероятность его повторных покупок.

Однако, использование данных и аналитики также сопряжено с вызовами. Компании должны обеспечить конфиденциальность и защиту данных своих клиентов, чтобы не нарушать их доверие. Они также должны иметь достаточные ресурсы и навыки для сбора, хранения и анализа данных. Увеличивается не только важность данных и аналитики в маркетинговых операциях, но и требования к компетенциям специалистов в этой

области. Компании, которые успешно используют данные и аналитику, могут получить значительное преимущество перед конкурентами, делая свои маркетинговые усилия более эффективными и результативными.

Существует множество инструментов и программного обеспечения для сбора и анализа данных о потребителях. Вот некоторые из них:

1. Google Analytics: один из самых популярных инструментов для анализа веб-трафика. Он позволяет отслеживать поведение пользователей на вашем сайте, исследовать источники трафика, определять популярные страницы и многое другое.

2. CRM-системы: такие как Salesforce, HubSpot, Zoho CRM и другие, предоставляют возможность управления отношениями с клиентами и собирать информацию о клиентах, включая контактные данные, историю покупок и взаимодействия.

3. Социальные медиа-платформы: Facebook Insights, Twitter Analytics, Instagram Insights и LinkedIn Analytics предоставляют аналитическую информацию о вашей аудитории в социальных медиа. Вы можете узнать о демографических данных, вовлеченности пользователей, популярных сообщениях и т.д.

4. Email-маркетинговые платформы: Mailchimp, Sendinblue, GetResponse и другие предоставляют статистику о производительности ваших электронных рассылок, такую как открытия, клики, конверсии и отписки.

5. Онлайн-опросы: SurveyMonkey, Google Forms и Typeform позволяют создавать и распространять опросы среди ваших клиентов для сбора обратной связи и данных о потребителях.

6. Heatmap-аналитика: Crazy Egg, Hotjar и ClickTale предоставляют информацию о том, как пользователи взаимодействуют с вашим веб-сайтом. Вы можете увидеть, где они нажимают, сколько времени проводят на странице и т.д.

7. Анализ данных соцдемографии: такие инструменты, как Experian, Nielsen и Statista, предоставляют данные о социально-демографических характеристиках вашей целевой аудитории, таких как возраст, пол, доход и местоположение.

8. Веб-скрейпинг: инструменты, такие как BeautifulSoup и Scrapy, позволяют автоматически собирать данные с веб-страниц. Вы можете использовать их для извлечения информации о продуктах, ценах или отзывах пользователей.

9. Бизнес-аналитика: Tableau, Power BI и Google Data Studio предоставляют возможность визуализации и анализа данных. Вы можете создавать дашборды и отчеты, чтобы легко интерпретировать информацию о потребителях.

Использование современных инструментов маркетинга предоставляет множество преимуществ, но также сопряжено с некоторыми вызовами и рисками.

Сбор и анализ данных о потребителях может вызвать опасения в отношении конфиденциальности и защиты личной информации. Нарушение безопасности данных может привести к утрате доверия потребителей и иметь серьезные юридические и репутационные последствия. С использованием персонализации и таргетинга есть риск пересыщения потребителей рекламой и маркетинговыми сообщениями. Это может вызвать раздражение и отталкивание, а также привести к негативному восприятию бренда. В современном цифровом мире потребители сталкиваются с огромным количеством информации и рекламы. Из-за этого возникает вызов привлечь и удержать внимание аудитории. Маркетологам необходимо разработать стратегии, которые позволят выделяться среди шума и предлагать ценную и качественную информацию. Многие платформы и социальные сети регулярно меняют свои алгоритмы и правила функционирования. Это может повлиять на органическую видимость контента и эффективность маркетинговых кампаний. Маркетологи должны быть готовы к постоянной адаптации и обновлению своих стратегий. Важно иметь доступ к точной и полной аналитике для принятия информированных решений. Однако, ошибки в настройке аналитических инструментов или неправильное интерпретация данных могут привести к недостоверным или неполным результатам. Маркетологи должны быть внимательными и аккуратными при работе с данными. Важно учитывать эти вызовы и риски и предпринимать соответствующие меры для их минимизации. Это включает в себя обеспечение безопасности данных, этичное использование информации о потребителях, постоянное обучение и обновление знаний о изменениях в индустрии маркетинга.

На рубеже технологий роль маркетинга становится еще более важной. Технологии меняют способы взаимодействия между брендами и потребителями, создают новые возможности для сбора и анализа данных, а также расширяют каналы коммуникации. Маркетологи должны быть готовы к использованию новых инструментов и технологий, чтобы эффективно привлекать и удерживать внимание потребителей, адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и предлагать инновационные решения.

Будущее маркетинга обещает быть еще более цифровым, персонализированным и взаимосвязанным. Важными тенденциями в развитии маркетинга являются:

1. Использование искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения для автоматизации процессов, анализа данных и предсказательной аналитики.

2. Рост влияния социальных медиа, видеомаркетинга и влиджер-маркетинга.

3. Увеличение значимости этичного и устойчивого маркетинга.

4. Развитие технологий интернета вещей (IoT) и умных устройств, что открывает новые возможности для сбора данных и создания персонализированных взаимодействий.

5. Расширение использования виртуальной и дополненной реальности в маркетинге, создание более вовлекающих и персонализированных пользовательских опытов.

В целом, будущее маркетинга зависит от развития технологий, изменения предпочтений потребителей и требований рынка. Маркетологи должны быть готовы к постоянному обучению, адаптации и инновациям, чтобы оставаться успешными в меняющейся среде.

Библиографический список

1. Официальный сайт платформы Roistat. URL:
2. **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (дата обращения 29.10.2023).
3. Официальный сайт маркетинговой платформы Roistat. URL: <https://roistat.com/ru/solutions/ecommerce> (дата обращения 29.10.2023).
4. Официальный сайт платформы Справка Google. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=ru> (дата обращения 01.10.2023)
5. Официальный сайт платформы AtOnce. URL: <https://atonce.com/blog/google-analytics-and-adobe-analytics> (дата обращения 29.10.2023).

УДК 339.13

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

***Выборнов П.О., Мищенко Н.С., студенты 2-го курса,**
Научный руководитель: Пономарёв С.В., к. ф.-м. н., доцент кафедры
«Бизнес-информатика и высшая математика»
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной работе исследуется влияние цифровой трансформации на современные компании и роль инновационных маркетинговых стратегий в улучшении их конкурентоспособности. Авторы анализи-

руют основные тренды цифровой трансформации, обсуждают применение персонализированного маркетинга и других инновационных стратегий для улучшения взаимодействия с клиентами. Работа также оценивает важность оптимизации маркетинговых затрат и повышения отдачи от инвестиций в условиях быстро меняющейся бизнес-среды. Полученные результаты помогают понять, как компании могут эффективно использовать цифровые технологии для укрепления своих позиций на рынке и обеспечения устойчивого роста в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: Цифровая трансформация, Анализ данных, Персонализированный маркетинг, Контент-маркетинг, Обратная связь.

INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES IN THE CONTEXT OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

*Vybornov P.O., Mishchenko N.S, students of the 2nd year,
Supervisor: Ponomarev S.V., Candidate of Physical and Mathematical
Sciences, Associate Professor «Business Informatics and Higher Mathematics»
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This work examines the impact of digital transformation on modern companies and the role of innovative marketing strategies in enhancing their competitiveness. The authors analyze the key trends of digital transformation, discuss the application of personalized marketing and other innovative strategies to improve customer interaction. The paper also evaluates the importance of optimizing marketing expenses and increasing returns on investments in a rapidly changing business environment. The findings help to understand how companies can effectively utilize digital technologies to strengthen their market positions and ensure sustainable growth in the long term.

Keywords: Digital transformation, Data analysis, Personalized marketing, Content marketing, Feedback.

С ростом влияния цифровых технологий на современный бизнес, компании сталкиваются с необходимостью применения инновационных маркетинговых стратегий. В этой статье мы рассмотрим, как цифровая трансформация влияет на компании, какие новые стратегии используются для привлечения клиентов и какие выгоды это приносит компаниям в современной экономике.

Цифровая трансформация приводит к значительному изменению в подходе компаний к использованию технологий. Все больше компаний переходят к цифровым платформам, интегрируя различные программные решения для оптимизации бизнес-процессов. Это включает в себя автома-

тизацию производственных операций, внедрение систем управления отношениями с клиентами (CRM) и управления ресурсами предприятия (ERP), а также использование облачных технологий для более эффективного хранения и обработки данных. Переход к цифровым платформам также способствует улучшению взаимодействия между различными подразделениями компании, обеспечивая более эффективную коммуникацию и координацию действий [1].

С увеличением объема цифровых данных и активности в онлайн-среде компании сталкиваются с растущими угрозами кибербезопасности. В ответ на это они активно инвестируют в системы цифровой безопасности и защиты данных. Это включает в себя внедрение передовых систем шифрования данных, многофакторной аутентификации пользователей, мониторинга сетевой активности для обнаружения аномального поведения, а также обучение сотрудников правилам безопасного использования информационных технологий. Кроме того, компании активно применяют меры по соблюдению стандартов защиты данных, таких как обеспечение соответствия требованиям GDPR (Общего регламента по защите данных) и другим регулятивным нормам, чтобы гарантировать конфиденциальность и целостность информации своих клиентов.

Современные компании активно используют широкий спектр цифровых каналов коммуникации для улучшения взаимодействия с клиентами. Один из основных трендов – это активное присутствие в социальных сетях. Компании не только используют социальные медиа-платформы для продвижения своих продуктов и услуг, но и для активного взаимодействия с клиентами, отвечая на их вопросы, собирая обратную связь и решая проблемы непосредственно через комментарии, личные сообщения и обсуждения.

Кроме того, мессенджеры и чаты становятся все более популярными инструментами для непосредственного общения с клиентами. Они предоставляют возможность компаниям предоставлять оперативную поддержку, отвечать на вопросы клиентов и помогать им в решении возникающих проблем в режиме реального времени. Это создает у клиентов впечатление о прямом и оперативном взаимодействии с компанией, что в конечном итоге способствует укреплению доверия и лояльности к бренду.

Онлайн-платформы и веб-сайты также играют важную роль в обеспечении эффективного взаимодействия с клиентами. Предоставление удобной и информативной платформы для заказа товаров, получения подробной информации о продуктах и услугах, а также возможности оставить отзывы и рекомендации создает дополнительные возможности для компаний улучшить свои продажи, повысить уровень удовлетворенности клиентов и укрепить свою репутацию на рынке.

Контент-маркетинг оказывает существенное влияние на формирование бренда компании и взаимодействие с аудиторией. Стратегическое создание и распространение ценного и уникального контента способствует увеличению осведомленности о бренде и созданию позитивного имиджа. Предоставление аудитории полезной информации, решение их проблем и вопросов, а также обмен знаниями и опытом способствуют установлению долгосрочных и доверительных отношений с клиентами [2].

Эффективное использование контент-маркетинга позволяет компаниям выделиться на фоне конкурентов, предоставляя уникальные и интересные материалы, которые привлекают и удерживают внимание целевой аудитории. Создание блогов, статей, видео-контента, электронных книг и других информационных материалов, которые соответствуют интересам и потребностям целевой аудитории, способствует установлению компанией репутации эксперта в своей отрасли и обеспечивает постоянный поток лояльных клиентов.

Маркетинг в социальных сетях играет важную роль в современных маркетинговых стратегиях компаний. Создание активного и привлекательного присутствия в популярных социальных медиа-платформах позволяет компаниям устанавливать прямой контакт с аудиторией и создавать сообщество вокруг своего бренда.

Через регулярную публикацию интересного и уникального контента компании улучшают восприятие своего бренда аудиторией. Организация интерактивных мероприятий, таких как конкурсы, опросы, и викторины, стимулирует вовлеченность аудитории и способствует росту лояльности к бренду. Ведение активной коммуникации с клиентами через комментарии, личные сообщения и репосты помогает установить более тесные отношения с клиентской базой и улучшить общий уровень доверия к бренду.

Создание сообщества вокруг бренда через социальные сети позволяет компаниям укрепить свою позицию на рынке, создавая сильную и преданную аудиторию, готовую поддерживать и рекомендовать продукты и услуги бренда.

Поисковая оптимизация (SEO) становится неотъемлемой частью современных маркетинговых стратегий компаний. Эффективное использование SEO позволяет компаниям улучшить видимость своих веб-ресурсов в результатах поиска, что способствует увеличению органического трафика на сайт.

Через использование ключевых слов, оптимизацию контента, улучшение пользовательского опыта и технические улучшения веб-сайта компании могут улучшить свою позицию в поисковых системах. Это обеспечивает более высокую вероятность привлечения органического трафика и увеличение числа посетителей, заинтересованных в продуктах и услугах компании.

Успешное применение SEO также способствует улучшению пользовательского опыта, упрощая навигацию по сайту, улучшая загрузку страниц и обеспечивая релевантный и полезный контент для посетителей. Это способствует повышению удовлетворенности пользователей и увеличению вероятности конверсии, что в конечном итоге улучшает бизнес-результаты компании [3].

Использование инновационных маркетинговых стратегий, таких как контент-маркетинг и активное присутствие в социальных сетях, способствует повышению узнаваемости бренда компании. Предоставление ценного контента и активное взаимодействие с клиентами через различные цифровые каналы создают положительное впечатление о бренде и способствуют установлению прочных связей с аудиторией.

Увеличение лояльности клиентов является важным результатом эффективного использования данных стратегий. Регулярное общение с клиентами, предоставление качественного обслуживания и оперативное решение их запросов через разнообразные цифровые каналы способствуют укреплению связи с брендом и увеличению вероятности последующих покупок. Это также способствует улучшению репутации компании и увеличению ее доли на рынке.

Использование инновационных маркетинговых стратегий способствует повышению конкурентоспособности компании на рынке. Это включает в себя разработку уникальных и привлекательных предложений продуктов или услуг, которые соответствуют требованиям и предпочтениям клиентов.

Для достижения этой цели, компании необходимо активно следить за изменениями в потребительском спросе, а также за развитием новых технологий и трендов в отрасли. Инновационные маркетинговые стратегии должны быть направлены на создание дифференцированного бренда и уникального образа компании, что позволяет привлечь внимание целевой аудитории и установить долгосрочные отношения с клиентами.

Кроме того, постоянное обновление предлагаемых продуктов и услуг в соответствии с изменяющимися требованиями рынка также является важной составляющей повышения конкурентоспособности компании. Это помогает компаниям оставаться актуальными и привлекательными для своей аудитории, что в конечном итоге способствует увеличению их доли на рынке и укреплению их позиций в отрасли.

Применение инновационных маркетинговых стратегий позволяет компаниям оптимизировать свои маркетинговые затраты и повысить эффективность своих инвестиций. Через анализ данных и использование современных аналитических инструментов компании могут точно определить наиболее эффективные каналы маркетинга и сосредоточить свои усилия на них.

Оптимизация маркетинговых затрат также включает в себя разработку и реализацию более точных и целенаправленных маркетинговых кампаний, которые рассчитаны на привлечение целевой аудитории и повышение вероятности конверсии. Повышение отдачи от инвестиций достигается путем более эффективного использования ресурсов компании и выделения бюджета на наиболее прибыльные и перспективные маркетинговые инициативы.

Внедрение инновационных маркетинговых стратегий, таких как персонализированный маркетинг, анализ конкурентной среды и оптимизация маркетинговых затрат, играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности компаний. Цифровая трансформация сегодня становится необходимостью для успешного функционирования бизнеса, и правильное использование цифровых технологий с маркетинговыми стратегиями позволяет компаниям оставаться актуальными и привлекательными для своей аудитории, обеспечивая рост и укрепление позиций на рынке.

Библиографический список

1. Инновационные технологии в маркетинге: учебник / Н.Н. Никулина, С.В. Березина, А.А. Борочкин [и др.] ; под общ. ред. Н.Н. Никулиной. Москва: Русайнс, 2023. 426 с.
2. Современный маркетинг: экосистемные подходы, цифровизация и перспективы развития: монография / ; под общ. ред. В.В. Никишкина, Коллектив авторов. Москва: Русайнс, 2023. 416 с.
3. Цифровая трансформация российского бизнеса: монография / А.И. Позмогов, И.Э. Гергиев, Н.А. Мардеян [и др.]; под ред. А.И. Позмогова. Москва: Русайнс, 2019. 455 с.

УДК 339.138

СОЧЕТАНИЕ КЛАССИЧЕСКИХ И СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Гуньков Я.В., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе ной статье рассматривается тема сочетания классических и современных маркетинговых технологий для развития бизнеса. Автор анализируют и показывает влияние классических и совре-

менных подходов и технологий. Выявляют преимущества и недостатки данных технологий. В статье также приведены примеры успешного сочетания технологий, а также успешного применения комбинированных маркетинговых стратегий в различных отраслях бизнеса.

Ключевые слова: Технологии, маркетинг, бизнес, цифровая экономика, таргетинг, позиционирование, анализ.

THE COMBINATION OF CLASSICAL AND MODERN MARKETING TECHNOLOGIES IN BUSINESS DEVELOPMENT

Gunkov Ya.V. Bachelor of the 4th year

*Scientific supervisor: Gubanov E.V., Candidate of Economics,
Associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. This article discusses the topic of combining classical and modern marketing technologies for business development. The author analyzes and shows the influence of classical and modern approaches and technologies. Identify the advantages and disadvantages of these technologies. The article also provides examples of a successful combination of technologies, as well as the successful application of combined marketing strategies in various business sectors.

Keywords: Technology, marketing, business, digital economy, targeting, positioning, analysis.

В современном мире бизнеса одной из основных составляющих успеха является маркетинг. В условиях сильной конкуренции и постоянной изменчивости рынка, предприниматели и руководители компаний, вынуждены изучать и искать новые методы и подходы, которые смогут помочь их бизнесу не только остаться на плаву, но и успешно развиваться в дальнейшем. Поэтому одним из таких подходов является сочетание классических и современных маркетинговых технологий в развитии бизнеса.

Итак, что же такое маркетинговые технологии – это те рабочие приемы, действия и решения, которые определяют деятельность компании по выбору и достижению основных целей. Все действия, которые позволяют компании достигать поставленных значений прибыльности и проводить эффективную маркетинговую политику, являются маркетинговыми технологиями.

Сам термин маркетинг у многих ассоциируются с продвижением бренда, специальными промо-акциями, а также все возможной рекламой, но в бизнесе данный термин имеет куда больший смысл, чем вы думаете.

Он настолько обширный что удовлетворение покупательского спроса происходит на всех стадиях, начиная от выявления потребности на рынке до послепродажного анализа реакции клиента. Также, продвижения бренда или продукта, а также рекламы, маркетологи работают над дизайном, качеством товара, ассортиментом, стратегией продаж, репутацией и узнаваемостью бренда, а также конкурентной политикой.

Под маркетинговыми технологиями следует понимать технологии, как некую совокупность методов, приемов и инструментов, которые направлены на достижение желаемого результата.

Первая лекция по дисциплине «marketing» прошла в далеком 20 веке, а именно в 1902 году в одном американском университете. Поэтому за десятки лет существования осознанной рыночной деятельности классические маркетинговые технологии стали базироваться на основных принципах таких как 4Р маркетинга: это четыре базовые политики: ценовая, сбытовая, товарная и политика продвижения или в американском варианте это звучит как (Price, Product, Promotion, Place).

В свою очередь традиционными стали следующие технологии:

1. Сегментирование. Деление всего потребителей на сегменты, а именно такие группы, которые объединены по каким-то определенным релевантным признакам для бизнеса: социальному или финансовому положению, возрасту, профессии, полу, уровню образования и кругу интересов. Свою целевую аудиторию помогает найти именно сегментирование.

2. Таргетинг (еще его называют выбором целевого рынка и нацеливанием). Если говорить о сознательном сужении своей целевой аудитории, то рыночное предложение компании будет ориентироваться на отдельные сегменты рынка. А это позволяет не тратить ресурсы и время предприятия на работу с группами потребителей, среди которых продукт может не пользоваться особым спросом. Поэтому бизнес, благодаря таргетингу может остановиться и сосредоточиться на подходящих сегментах, доработать сервис или продукт, исходя из потребностей потребителей и более точно настроить рекламу.

3. Позиционирование. Это построение бренда или образа товара в сознании потребителя, поиск в той или иной нише места относительно конкурентов. УТП (уникальное торговое предложение), трансляция ценностей бренда, а также определение преимуществ продукта, все это входит в позиционирование.

4. Анализ. В маркетинге анализом принято называть бизнес-процессы поделенные на составляющие для дальнейшего исследования. У бизнеса есть маркетинговое окружение, которое состоит из конкурентов, потребителей, поставщиков, партнёров, дистрибьюторов и других субъек-

тов, с которыми происходит взаимодействие у компании. Аналитики изучают это окружение, а также ценовую политику, потребительский спрос, рекламные стратегии, конъюнктуру рынка, продуктовые портфели – свои и конкурентов.

5. Прогнозирование. Это важный процесс, с помощью которого происходит комплекс исследований, исходя из которых строят предположения о будущих показателях: колебаниях спроса, динамике продаж, перспективах рынка. Прогнозирование помогает не реагировать на произошедшие изменения, из-за которых случились значимые финансовые потери, а заранее подготовиться к важным событиям с минимумом потерь.

Раньше только присутствовали классические технологии продвижения продукта на рынок. Но так как мир не стоит на месте, а с каждым годом все больше и больше развивается, то в нем большое место занял интернет. Его активное развитие путем цифрового взаимодействия породило множество новых инструментов, а это в свою очередь привело к разделению маркетинговых технологий на традиционные (классические) и современные. Классические технологии охватывают фундаментальные аспекты продвижения (например, постановку стратегических целей и работу с целевой аудиторией), также за счет них происходит формирование базовых методов деятельности маркетологов (анализ, прогнозирование) ранее описанные. К современным же относят новейшие способы работы: либо предназначенные для онлайн-продвижения, либо построенные на цифровых технологиях.

Однако, в условиях современного рынка, где потребители имеют доступ к огромному количеству информации, а конкуренция высока, классические технологии маркетинга могут быть недостаточно эффективны. Поэтому им на смену пришли новые современные технологии маркетинга, которые готовы покорить мир бизнеса, в эпоху информации.

Современные маркетинговые технологии включают в себя множество методов и различных инструментов, которые помогают организациям увеличить продажи, привлечь внимание новых клиентов, а также улучшить их взаимодействие с потребителями. К таким методам можно отнести интернет-маркетинг, который включает в себя (SMM, контекстная рекламу, SEO), использование технологий мобильной разработки, анализ данных (Big Data), персонально подобранные предложения и многое другое. Такие технологии маркетинга компании используют для адаптации своих предложений под потребности рынка, а также данные технологии помогают им реагировать в оперативном режиме на изменения потребностей клиентов. Однако, все это требуют значительных инвестиций в технологии и обучение персонала.

Хоть, современные технологии маркетинга отвечают степени технического развития общества и духу времени, их использование никак не предполагает отказа от традиционных технологий. Более того, не знание технологий традиционного маркетинга делает более затруднительным использование современного маркетинга.

Интернет-маркетинг показывает рост с каждым годом, одним из его быстрорастущих направлений можно выделить SMM, или по-другому маркетинг в социальных сетях. Это трендовое направление, захватывающее все области от производства до оказания услуг. В данной статье мы посмотрим насколько велико влияние данного вида маркетинга на ресторанный бизнес. На рисунке 1. Показана доля SMM в маркетинговом бюджете.

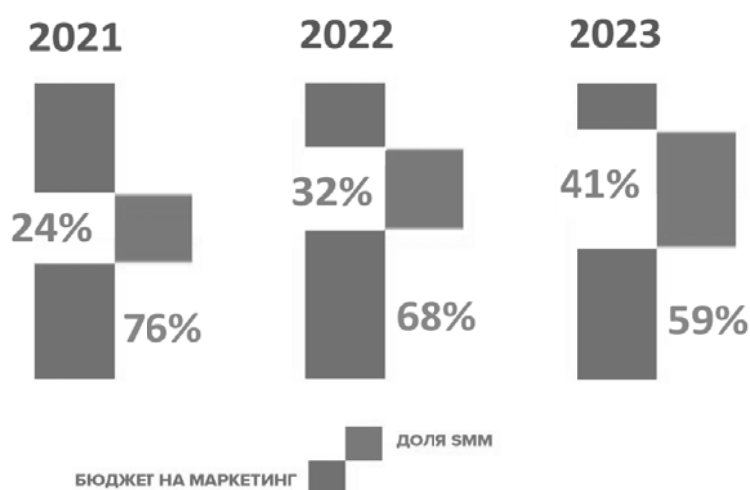


Рисунок 1. Доля SMM в маркетинговом бюджете

Исходя из этого можно проследить тенденцию на увеличение данного бюджета, тем самым все это является следствием увеличения выручки ресторана, от данного направления маркетинга. Современный ресторанный бизнес идет в ногу со временем развивая интернет маркетинг, но все это было бы невозможным без классических технологий. Конечно, ресторанам, использующим только классические технологии тяжело, приходится в наше время, но и ресторанам, использующим только один технологический маркетинг будет тяжело развиваться и конкурировать на столь большом рынке как рынок города Москвы, когда все используют такое же оружие, как и ты. Поэтому для сохранения важного конкурентного преимущества и достижения роста и результативности бизнеса важно сочетать в себе как классические, так и современные технологии, комбинируя их между собой. На рисунке 2. изображена динамика выручки ресторанов Москвы в месяц.

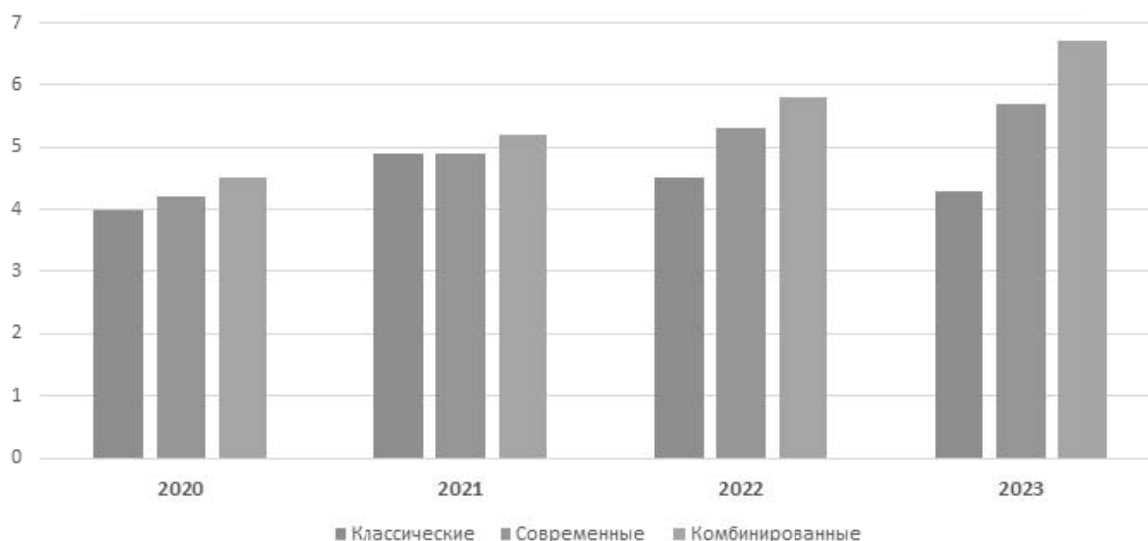


Рисунок 2. Динамика выручки ресторанов Москвы

Анализируя данный график, можно понять, что сочетание классических и современных технологий маркетинга в ресторанном бизнесе существенно повышает не только выручку и финансовые показатели ресторана, но и другие составляющие такие как узнаваемость и медиа ресторана, что в дальнейшем приведет к значительным результатам.

Глобальным трендом интернет-маркетинга является персонализация, исходя из этого формирование рекламного сообщения становится приоритетной задачей специалиста, данное сообщение в наибольшей степени отвечает особенностям потенциального клиента. Для этого используются как различные способы автоматизации, так и возможности такого маркетингового новшества как Big Data (анализ больших данных). Но во всем этом, основополагающим является именно понимание продукта и рынка, а также правильный выбор целевого сегмента и создание уникального торгового предложения при помощи использования ценностных преимуществ.

Исследования в области маркетинга, которые проводились на отечественном рынке, показали, что с каждым годом рынок Big Data увеличивается, а это говорит, о том, что потенциальные заказчики заинтересованы в данной технологии. Big Data помогает, анализировать объемы больших данных упрощая тем самым анализ различных сегментов бизнеса.

Также данные исследования связанные с влиянием Big Data на реальный бизнес показали только положительный эффект. У бизнеса появились ключи, которые способны открыть компаниям новые возможности своего развития. С помощью данной технологии организации смогут сократить те недостатки и увеличить те преимущества, которые им так важны в достижении их целей. На рисунке 3 изображены исследования по результату внедрения Big Data, на примере реального бизнеса.



Рисунок 3. Результаты внедрения big data

Данный график показывает улучшения, которые привнесла в бизнес данная технология, поэтому на данном этапе, применение и развитие таких технологий очень важно для бизнеса. Ведь это повышает конкурентность, а она в свою очередь только делает продукт лучше для конечного потребителя.

По данным компании МТС рынок Big Data в России с каждым годом будет расти следующими темпами представленными на рисунке 4.

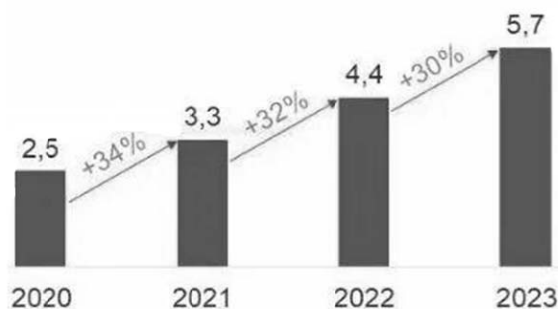


Рисунок 4. Рост технологии Big Data в России

По данному рисунку можно сделать вывод, что цифровизация экономики идет полным ходом, Big Data как одно из востребованных направлений интернет маркетинга набирает обороты и имеет уверенный рост год к году. Это говорит о том, что интернет маркетинг путем внедрения современных технологий проникает во все сферы бизнеса, играя там большую роль.

Исходя из этого можно сказать, что сочетание классических и современных технологий маркетинга, способствует успешному функционированию и дальнейшему развитию бизнеса, являясь ключевым фактором успеха. Оно позволяет организациям использовать сильные стороны каж-

дого подхода для достижения максимальной конкурентоспособности и эффективности на рынке.

Таким образом это позволяет компаниям использовать технологии и методы, которые были проверены временем, а они уже гарантируют ту самую уверенность, стабильность и надежность, которые так важны бизнесу. Но в то же время в нашем веке информации, важно использовать новые технологии для привлечения внимания потребителей и улучшения взаимодействия с ними.

Исследования, которые были проведены и показаны в данной статье дают понимание того, что компании, успешно сочетающие в себе классические и современные методы и технологии маркетинга, получают значительное преимущество перед конкурентами. Тем самым они могут предложить своим клиентам более широкий ассортимент товаров или услуг, становясь более адаптированными и гибкими к изменениям рынка.

Библиографический список

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С.Г. Божук. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 304 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.П. Голубков. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 474 с.
3. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для вузов / М.Н. Григорьев. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 559 с.
4. Егоршин А.П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А.П. Егоршин. 2-е изд., доп. и перераб. Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. 302 с.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Ибадова Г.М., Якушкина Д.А., бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Витютина Т.А.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В работе рассматриваются изменения, произошедшие в сфере гостиничного бизнеса, внедрение и адаптация цифровых технологий, улучшающих обслуживание гостей и оптимизации деятельности. Благодаря

внедрению цифровых технологий, отели все больше привлекают туристов как внутри страны, так и из-за границы, что позволяет не только увеличить прибыль, но и создать качественную, конкурентоспособную отрасль.

Ключевые слова: Цифровые технологии, гостиничный бизнес, автоматизация, инновации, новаторские решения.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL BUSINESS IN THE DIGITAL ECONOMY

Ibadova G.M., Yakushkina D.A., Bachelor of the 3rd year

Supervisor: Vityutina T.A.

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The paper examines the changes that have occurred in the field of hotel business, the introduction and adaptation of digital technologies that improve the service of guests and optimize activities. Thanks to the introduction of digital technologies, hotels are increasingly attracting tourists both within the country and from abroad, which allows not only to increase profits, but also to create a high-quality, competitive industry.

Keywords: Digital technologies, hotel business, automation, innovations, innovative solutions.

В последние годы российский гостиничный рынок претерпел значительные изменения, что привело к появлению ряда инноваций, изменивших общую практику работы сектора. Внедряются новые технологии для улучшения обслуживания гостей и рационализации деятельности. Многие владельцы ресторанов и отелей расширяют свои предложения, чтобы привлечь больше клиентов. Смелые подходы, такие как капсульные отели, также приходят на смену традиционным хостелам и общежитиям.

Одним из наиболее заметных изменений в российской гостиничной индустрии является широкое внедрение цифровых технологий, таких как системы онлайн-бронирования и мобильные приложения. Эти технологии позволяют гостям легко бронировать и управлять своими заказами, а также получать доступ к информации о гостиницах и объектах. Многие гостиницы в России также внедрили цифровые системы регистрации заезда и отъезда, позволяющие гостям заезжать в свои номера напрямую, минуя стойку регистрации.

Всемирный рост технологического ноу-хау и появление интересных решений для повседневных задач неизбежно привели к изменениям в том, как сегодня ведется гостиничный бизнес.

Тенденции в индустрии гостеприимства сделали возможными интересные инновации. К ним относятся:

Замена карточного ключа на управление открытием и закрытием номеров с помощью обычного смартфона. Такие отели, как Hilton и Starwood Hotels & Resorts, например, уже имеют такой актуальный бренд. С такой системой ключи невозможно потерять, а пребывание клиента можно сделать более комфортным и удобным.

Телевизор с качеством HD в зеркале позволяет смотреть интересные программы в ванной, бассейне или сауне. Это технологическое ноу-хау можно встретить во многих отелях по всему миру. Многие туристы и гости различных заведений уже испытали на себе этот технологический прорыв.

Новой технологией в гостиничной индустрии сегодня является SMS-консьерж-сервис. Мировой опыт показал, что такое общение с персоналом отеля удобно и просто, и многие компании пытаются внедрить эту технологию в свою деятельность. Получив сообщение от гостя, персонал быстро и эффективно доставит требуемый заказ прямо в номер. Полотенца, прессы или что-либо еще, что им необходимо. С помощью информационного портала вам даже не нужно вставать с постели, чтобы получить то, что вам нужно.

Инновации в сфере гостиничных услуг распространяются и на помещения, созданные для большего комфорта. Теперь доступны «умные» термостаты, позволяющие гостям самостоятельно устанавливать комфортную температуру в номере, используя собственное мобильное устройство.

Еще один современный инструмент, называемый «умное освещение», может повысить качество предлагаемых услуг и привлечь в отель больше гостей. Эффект от применения этих новых технологий в индустрии гостеприимства заключается в повышении уровня и класса обслуживания гостей. Освещение можно включать с помощью цифрового устройства – смартфона.

Док-станции являются особенно желанным новшеством не только в инновационной индустрии гостеприимства. Они позволяют, например, заряжать гаджеты и мобильные устройства, слушать музыку.

Высокоскоростной доступ в Интернет – особенно важное и распространенное требование. Он является одним из основных показателей доступных сегодня услуг. Не все гости приезжают в отель, чтобы отдохнуть, некоторые из них приезжают с деловыми целями, на семинар. Им необходимо быть в постоянном контакте не только с Россией, но и с остальным миром. И скорость Интернета играет важную роль, позволяя быстрее и качественнее обмениваться информацией.

Инновации в индустрии туризма и гостеприимства часто представлены различными роботами. В настоящее время их рабочий процесс

включает лишь минимальные услуги, например, приготовление кофе, но со временем индустрия станет более сложной и многофункциональной. Примечательно, что в брендовых отелях уже нашли свое применение роботы, установленные в зоне ресепшн. Их основная задача – регистрировать гостей и знакомить их с предлагаемыми услугами. Необычным примером является робот-динозавр, установленный в отеле Nenna в Японии. Это одна из последних инновационных областей в индустрии гостеприимства, которая дает возможность улучшить качество обслуживания.

Датчики света – еще одна инновация, касающаяся комфорта. Они помогают создать комфортные условия, когда гости входят и выходят из номера. Они включаются только при необходимости и реагируют на движение.

В этом номере обсуждается тема автоматизации в индустрии гостеприимства. Рассматривается внедрение роботизированных систем и искусственного интеллекта с целью повышения комфорта. Основная цель – создание программного обеспечения, которое облегчает выполнение задач и приносит дополнительные преимущества.

Значительные средства инвестируются в бесконтактные услуги. Это было особенно актуально во время пандемии, когда многие страны понесли огромные экономические потери, поэтому результаты оказались столь хорошими.

Часть средств идет на покупку мобильных терминалов для работающих сотрудников.

Также были расширены возможности ресторанов самообслуживания. В различных местах были открыты бизнес-центры, оснащенные последними инновациями.

Большое внимание уделяется новым экологически чистым системам. Главная цель гостиничного бизнеса – не только предоставление жилья, но и возможность дышать чистым воздухом, что положительно сказывается на здоровье. В результате это может привлечь больше клиентов. Таким образом, бизнесмены могут пожинать отличные дивиденды. Не так давно концепция экосистемы стала обязательным условием для предпринимательского бизнеса, ориентированного на больницы.

Сегодня существуют и другие инновационные решения, направленные на улучшение обслуживания в гостиничном бизнесе и сфере общественного питания. Ряд технологий все еще находится в стадии изучения. Следует отметить, что количество инноваций постоянно увеличивается, делая классификацию гостеприимства более популярной и востребованной.

Появляются новейшие технологии и инновационные системы, которые идеально подходят для индустрии гостеприимства. Новые тенденции

постоянно развиваются, увеличивая количество посетителей и позволяя предпринимателям повышать качество своих услуг.

В результате, чем больше денег зарабатывают предприниматели, тем лучше и совершеннее становятся их услуги. Организации, использующие технологии, получают значительное увеличение доходов, что позволяет владельцам бизнеса устанавливать и обновлять новое, более доступное оборудование и технологии.

Всеобщая цифровизация может помочь бизнесу избежать многих проблем за счет повышения прозрачности и доступности. Вся информация хранится в облаке, и нет необходимости в отдельных записях, которые раньше велись на пачках бумаги. В целом, прием и обслуживание на высшем уровне.

Библиографический список

1. Иванов И.И., Петрова А.А. Цифровизация в гостиничном бизнесе: текущие тренды и перспективы, 2021. С. 7–15.
2. Королев М.А., Григорьева Л.В. Технологии гостиничной индустрии: от лояльности клиентов до автоматизации бизнес-процессов, 2021.
3. Шатилова М. Технологии в гостиничном бизнесе: как они изменяют российский рынок. Hospitality Network. 2020.
4. Строим Проектируем Сопровождаем / [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: Развитие гостиничного рынка в 2023 году, тренды и инновации в бизнесе – Строительная компания «СПС» (stroysps.ru)
5. Ландромат / [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: Инновации и технологии в гостиничном бизнесе в 2023 году – САМСТИРАЙ (samstiray.ru)

УДК 339.138

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

Кич А.В., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье приводится понятие «территориальный бренд», раскрывается его сущность и обозначается его значение. В статье приведены актуальные примеры российских территориальных брендов с пояснениями об их значении и истории.

Ключевые слова: территориальный бренд, бренд территории, маркетинговый инструмент, бренды России.

ESSENCE AND MEANING OF TERRITORIAL BRANDING

*Kich A.V. bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of Financial University, Kaluga*

Abstract. In this article the concept of «territorial brand» is given, its essence is revealed and its meaning is denoted. The article provides current examples of Russian territorial brands with explanations about their meaning and history.

Keywords: territorial brand, brand of territory, marketing tool, Russian brands.

В нашу жизнь уже довольно давно, плотно и неотъемлемо вошло понятие «Бренд». При упоминании этого слова возникают довольно разные, но определенно яркие ассоциации: кто-то думает про бренды в одежде, как например, Gloria Jeans, befree, Love republic, кто-то про обувь: Mascotte, Эконика и другие. Название отечественного автоконцерна «Lada» также является брендом.

Бренд – это название и в то же время термин, символ, обозначение или другое значение, которое идентифицирует товары или услуги одного продавца и отличает их от других товаров или услуг того же продавца. В общем смысле, бренд создает определенный имидж для человека или организации, то есть для создателя. Брендинг основан на выдающемся вкусе потребителей к тем продуктам, которые успешно укоренились в сознании людей.

Но мало кто осознает, что существует так называемый «бренд города» или «территориальный бренд». Как ни странно, главной задачей территориального брендинга, который в последние годы приобрел бешеную популярность, является идентификация этого образа и создание очень четкой и понятной идентичности (визуальной идентификации) территории из неких неявных выражений и подсознательных образов местных жителей, не лишенных смысла или связанных с ними идей. В идеале брендинг российских городов должен быть воплощением идей, способных отразить лучшие аспекты местной жизни и объединить горожан.

«Бренд территории – это совокупность уникальных качеств, непреходящих общечеловеческих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей данной территории» [1].

Бренд территории формируется и визуализируется для нескольких категорий граждан, таких как население, туристы, инвесторы. За последние годы очень многие населенные пункты России обзавелись своими личными хорошо узнаваемыми логотипами.

Необходимость брендинга территории обусловлена следующими факторами:

1. Постоянно изменяющаяся геополитическая обстановка в мире, а также связанная с этим возрастающая конкуренция за инвестиционные площадки. За счет изменения ситуации в разных странах, одни площадки становятся более выгодными для инвестирования, а другие – менее выгодными. А как известно, ключевой целью фирм и инвесторов является

2. Высокий уровень конкуренции в сфере туризма. Чем ярче будет бренд территории, тем выше возможности этого туристического направления на получение большей прибыли. Сейчас международный туризм для некоторых стран считается едва ли не главным источником получения доходов. Если они не будут принимать участие в конкуренции за туристов, то это может худшим образом сказаться на развитии их территории.

3. Выгодная ассоциация как способ привлечения инвестиций. За последние 10 лет брендинг российских и зарубежных территорий стал активно развиваться. Среди самых известных территориальных брендов Сочи, Казань, Нижний Новгород, Мурманск и другие. Известность этих городов привлекает в них потенциальных потребителей, в том числе и туристов, что обращает на себя внимание возможных инвесторов (рис.1)



Рисунок 1. Карта городов-брендов России [2]

4. Формирование лояльности к региону. Бренд территории также может способствовать формированию лояльности к региону со стороны жителей и туристов. Если люди чувствуют связь с местом своего прожи-

вания или отдыха, они будут более склонны поддерживать его развитие и сохранять его культурное и природное наследие.

Процесс разработки бренда территории включает несколько элементов:

1. Выявление целей и задач брендинга. На данном этапе необходимо определить ключевые цели и основные задачи, которые должны быть достигнуты с помощью брендинга. Это могут быть привлечение инвестиций, развитие туризма, улучшение имиджа региона и т.д.

2. Изучение рынка и конкурентов. Для успешного брендинга территории необходимо провести анализ рынка, определить основных конкурентов и выявить их сильные и слабые стороны. Это поможет разработать уникальную стратегию развития бренда и сделать его более привлекательным для потенциальных инвесторов и туристов.

3. Исследование особенностей территории. На этом этапе проводится исследование особенностей региона, его истории, культуры, природных и архитектурных достопримечательностей. Это позволяет определить уникальные преимущества территории, которые могут стать основой для создания бренда.

4. Создание концепции бренда. На основе проведенного анализа разрабатывается концепция бренда территории. Она должна отражать уникальность региона, его ценности и возможности для развития. Концепция бренда может быть представлена в виде слогана, логотипа, фирменного стиля или других элементов.

5. Продвижение бренда. После создания концепции бренда начинается процесс его продвижения, что является непосредственным маркетинговым ходом на рынке брендинга.

Рассмотрим истории создания некоторых территориальных брендов российских территорий.

Урюпинск, поселившийся в анекдотах, а также послуживший знаком необразованности и глухомани («Брошу всё и уеду в Урюпинск!»), принял решение создавать бренд под девизом «Урюпинск – столица российской провинции». Деликатно, разумно, никак не без доли самоиронии. Урюпинск один из первых начал заниматься формированием собственного территориального бренда и не прекращает собственное дело вот уже 13 лет. Немного кто представляет, что городок достаточно мал, а также в нем не так хорошо сформирована инфраструктура, но это никак не препятствует ему за счет собственного уникального бренда привлекать капиталовложения в собственную территорию.

Эстафета Олимпийского огня – один из ярчайших примеров полезности бренда. Для того, чтобы это мероприятие прошло именно в Урюпинске, местные власти заранее обратились в организационный комитет, проводящий данное событие, и презентовали им подарки в виде чехлов на

планшеты из козьего пуха местного производства. Результатом явилось привлечение к эстафете 3 миллионов рублей для приведения в порядок площадки возле монумента козе [3].

Другим примером эффективного бренда в Российской Федерации считается городок Клин, а также его эмблема. В ядро бренда легла концепция «звучного города», что связывает в себя все без исключения собранные городом маленькие компоненты: симфония известного композитора Чайковского, радиосвязь Александра Попова, проводившего в окрестностях городка исследования волновой передачи информации, шум трасс, поделивших городок на 4 части, уличное искусство в исторической части Клина, а также звонкое стекло местных елочных игрушек. В поисках облика для свежей стратегии дизайнеры прогуливались по городку, записывая его звучания: звук автомобилей, ветра, обрывки бесед, а также шаги людей, щебетание птиц. При наложении записей вышла форма, практически воплощающая фразу «так звучит Клин».

Для создания эмблемы, звуковую волну визуализировали, прибавив тона с исторического знака городка – с целью соблюдения визуальной преемственности. В следствии вышел бренд – многообразный, голосящий, современный, а также откладывающийся в памяти. Он обозначился на сувенирах, а также объектах уличного художества, в муниципальных автобусах, а также вывесках компаний. Коммерсанты, в том числе и предлагают сделать на его основании символ качества – «клинский стандарт».

Вот так дизайнеры соединили историческую и современные составляющие подмосковного города и создали поистине потрясающий бренд территории, который уже завоевал награды на фестивалях бренда и маркетинга.

Следующий территориальный бренд известен как населению России, так и зарубежью, однако его маркетинговое действие направлено непосредственно на внешнюю аудиторию для формирования стойкой ассоциации. Надпись «Москва» на фоне красной звезды запоминается так же хорошо, как и надпись «I NY» на фоне символа сердца. Многим будет понятно, что на этом логотипе использована отсылка к историческому прошлому России, временам СССР и его ярчайшему символу – красной звезде. Возможно, сейчас у большинства возникли ассоциации, связанные с давно ушедшими временами? Это только доказывает, что маркетинг бренда территории работает.

Еще в далеком 1944 году была образована Калужская область. Однако, только в 2010 году этот субъект получил признание от Международной организации кредиторов, проявив себя как выгодный регион для инвестиций. Для того, чтобы оправдать и поддержать в дальнейшем этот статус в глазах населения и инвесторов, ведущие дизайнеры региона создали свой уникальный и неповторимый фирменный стиль. Так появился логотип, в котором отразились как наименование данного региона (КО), а

также благополучная предпринимательская обстановка (ОК). Однако не этом не все. Был разработан целый брендбук, который в зависимости от сферы его применения требует соблюдения правил оформления в определенных цветах и не только (рис.2).

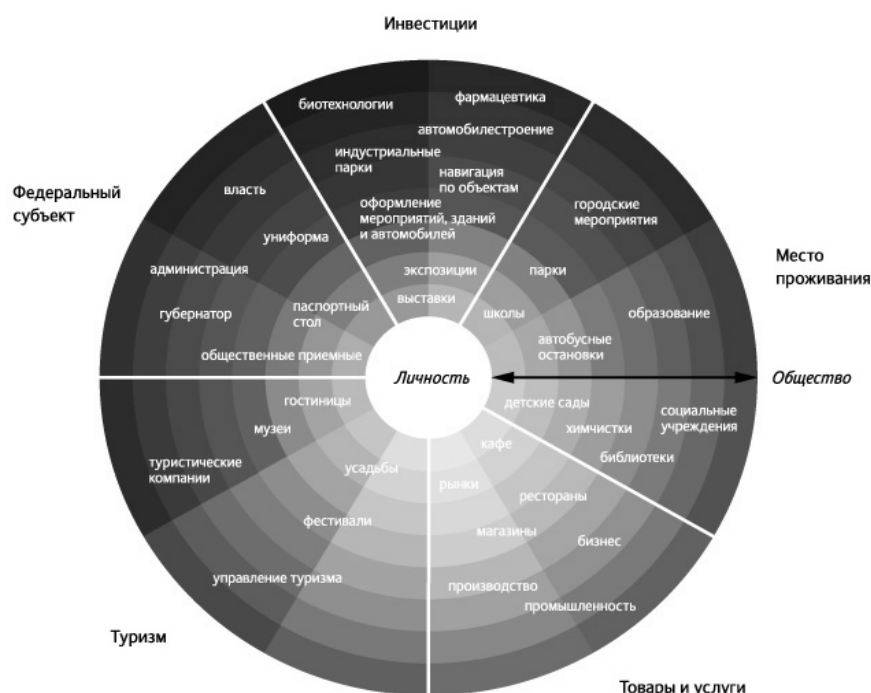


Рисунок 2. Цветовая палитра брендбука Калужской области

Таким образом, можно довольно четко и аргументированно утверждать, что правильный брендинг территории откладывается в людском сознании. Территориальный бренд является хорошо продуманным маркетинговым инструментом и визитной карточкой, который помогает этим территориям достигать определенных целей, таких как привлечение инвестиций, увеличение туристического потока и так далее.

Библиографический список

1. Матюк И.А. Брендинг территории. Необходимо ли разрабатывать бренд территории? / И.А. Матюк // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 3. С. 66–68.
2. Карта брендов России [Эл. ресурс] URL: <https://triptonkosti.ru/19-foto/karta-brendov-rossii.html> (дата обращения: 17.10.2023)
3. Коза как символ. Для чего Урюпинск использует славу года из анекдота [Эл. ресурс] URL: https://vlg.aif.ru/society/details/koza_kak_simvol_dlya_chego_uryupinsk_ispolzuet_slavu_goroda_iz_anekdota (дата обращения 17.10.2023)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В 2022 ГОДУ

Кошелченкова Д.И., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Губанова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается сущность экономического поведения и факторы, формирующие его в определенный период времени. Приведена характеристика типов потребительского поведения с приведением примеров проявления. Изучена и проанализирована статистика потребительского поведения за 2022 год, сформулированы общие выводы, характеризующие основные тенденции экономического поведения потребителей.

Ключевые слова: потребительское поведение, потребители, организация, индекс потребительских настроений, покупатели.

CONSUMER ECONOMIC BEHAVIOR IN 2022

Koshelchenkova D.I. Bachelor of the 4th year

*Supervisor: Gubanova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the essence of economic behavior and the factors that shape it in a certain period of time. The characteristic of the types of consumer behavior with examples of manifestation is given. The statistics of consumer behavior for 2022 have been studied and analyzed, general conclusions characterizing the main trends in consumer economic behavior have been formulated.

Keywords: consumer behavior, consumers, organization, consumer sentiment index, buyers.

Основной целью любой коммерческой организации, функционирующей в современных рыночных условиях, является получение прибыли, которая, в свою очередь, формируется, фактически, за счет удовлетворения потребностей и запросов потребительского рынка. Параллельно с совершенствованием внешних и внутренних факторов, в той или иной степени влияющих на деятельность организации, также растут требования и ожидания со стороны клиентов данных организаций. В сегодняшних условиях острой конкуренции, когда каждая из компаний старается привлечь

как можно больше покупателей к своей продукции, возникает необходимость исследования потребительского рынка и его составляющих для наиболее детального и четкого понимания намерений клиентов, а также формирование гипотетической модели их экономического поведения. Располагая данной информацией, организации могут не только повышать уровень своей клиентоориентированности и сохранять лояльность со стороны потребителей к самой организации и ее продукции, но и в целом расширять свою клиентскую базу, что, в конечном итоге, сводится к достижению генеральной цели любого бизнеса – максимизации получаемой прибыли, что и обуславливает актуальность изучения вопроса о потребительском поведении.

Экономическое поведение потребителей является одним из главных факторов внешней среды организаций, который не косвенно дополняет их деятельность, а наоборот, напрямую влияет на направления реализуемых бизнес-процессов и корректирует их под заданные данной внешней средой условия. Рассматривая данное явление в теоретическом аспекте, можно выделить следующее обозначение: потребительское поведение – это совокупность действий отдельного покупателя, направленных на приобретение и использование товаров и услуг с учетом индивидуальных запросов и личных предпочтений. Если говорить простыми словами, то потребительское поведение – это отношения между покупателем с индивидуальными запросами и организацией, предлагающей к покупке свою продукцию или услуги. Экономическое потребительское поведение, несмотря на сугубо индивидуальный контекст, формируется структурно, т.е. на основании определенных обобщенных факторов, среди которых можно выделить следующие:

1. Психологические факторы (к данной группе факторов относится психоэмоциональное состояние потребителя и его многочисленные составляющие, например: мотивация к совершению покупки, общественное мнение относительно товара (или организации), темперамент и характер потребителя и др.);

2. Личностные факторы (индивидуальное отношение к товару (организации), личное мировоззрение потребителя, сформированные индивидуальные привычки, система ценностей, приоритеты покупателя и др.);

3. Социально-демографические факторы (пол, возраст, культура воспитания, мнение семьи и близких людей и др.);

4. Экономические факторы (уровень дохода покупателя, маркетинг товара и степень влияния маркетинга на самого покупателя, место продажи товара, степень известности и развитости бренда, возможные способы приобретения товара и услуг и др.) [1, с. 103-106].

Из представленных выше условных факторов формируется непосредственно сама культура потребительского поведения, которая также,

как и сами факторы, является строго индивидуальной. Но при этом выделяется несколько общих типов потребительского поведения, сформулированных российским подразделением «Accelerate» аналитической компании «Group4Media»:

1. «Сложное поведение» – характеризуется скрупулёзным и основательным анализом потребителей интересующих их товаров/услуг или их категорий. Покупатели со «сложным поведением» всегда рассматривают несколько вариантов в нескольких организациях, при этом собирая максимальное количество информации и тщательно ее обдумывая путем сопоставления своих возможностей и потребностей. Чаще всего такой тип поведения встречается при совершении крупных дорогостоящих покупок, например недвижимость, автомобили, техника и т.д. Однако, в силу характера и личных убеждений, подобное поведение встречается и при более мелких приобретениях.

2. «Неуверенное поведение» – характеризуется наличием сомнений у покупателя по поводу самого товара, возможности его дальнейшей эксплуатации (или срока эксплуатации). «Неуверенное поведение» у покупателей всегда вызывает определенный диссонанс, из-за которого клиент не может ответить на вопрос точно ли ему нужен именно этот товар, но при этом понимая, что данный товар имеет высокий спрос и ограниченное предложение. Примером ситуации, когда проявляется такое поведение, является покупка технически сложных товаров или единоразовая покупка, которая необходима для определенной цели (например, свадебное платье, т.к. новое платье стоит достаточно дорого, а арендованное платье является плохой приметой).

3. «Поисковое поведение» – характеризуется поиском подходящего товара, исходя из личных потребностей покупателя. Подобный тип потребительского поведения характеризуется трудностями выбора определенного товара среди широкого ассортимента видов и производителей товаров/услуг. В качестве примера можно привести покупку косметических средств, когда покупатель, располагая обширным выбором не может определиться с фирмой производителя, анализируя свойства каждого из предложенных вариантов покупки.

4. «Привычное поведение» – характеризуется необходимостью совершения покупки на основании привычек покупателей или постоянных потребностей. «Привычное поведение» не предполагает долгого рассуждения над выбором товара, потребитель, чаще всего, мало вовлечены в процесс покупки. Например, поход в продуктовый магазин, когда покупатели понимают, какие продукты им необходимо купить и выбирают те варианты, которые приобретают на постоянной основе, либо те, которые в конкретно данный момент являются наиболее выгодными [2].

В рамках необходимой процедуры потребительского поведения по упомянутым ранее причинам, фигурирует такой показатель, как индекс потребительских настроений (показатель потребительской уверенности и оптимизма относительно общего состояния экономики). Обратимся к отчету, проведенному ООО «ИнФОМ» по заказу Банка России, отражающему динамику индекса потребительских настроений (ИПН) за период 2020–2022 гг. (рис. 1) [3].

Опираясь на представленные данные, можно сделать вывод, что за обозначенный период динамика индекса является относительно стабильной, с небольшими колебаниями, и как в положительную, так и в отрицательную сторону. В рамках 2022 года индекс потребительских настроений имеет наибольшую разницу в показателях (наименьший в марте – 80 пунктов, наибольший в июле, августе и сентябре – 98 пунктов). Такая разрозненность объясняется нестабильной политической ситуацией в Российской Федерации и, как следствие, нестабильной экономикой. Так, можно сказать, что потребительское поведение в 2022 г. было нестабильным в начале года, однако, начиная с его середины ситуация постепенно стабилизировалась.

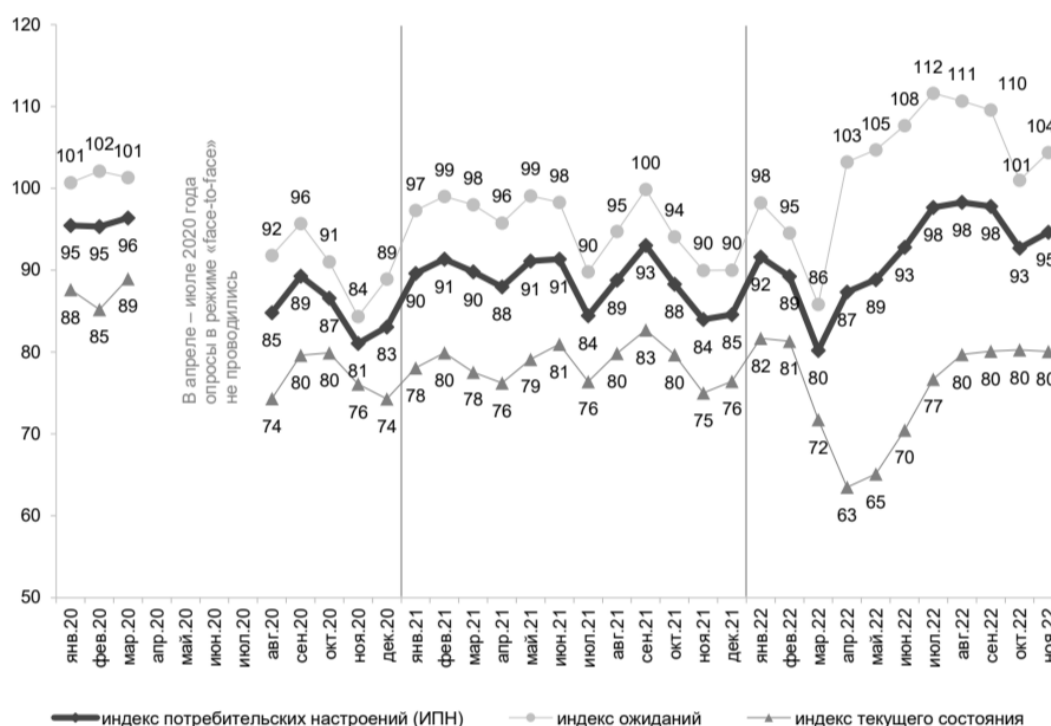


Рисунок 1. Динамика ИПН за период 2020–2022 гг.

Также, в рамках данного отчета представлены статистические данные о предпочтении потребителей относительно области экономии, что также является одним из факторов формирования потребительского поведения (рис. 2) [3].

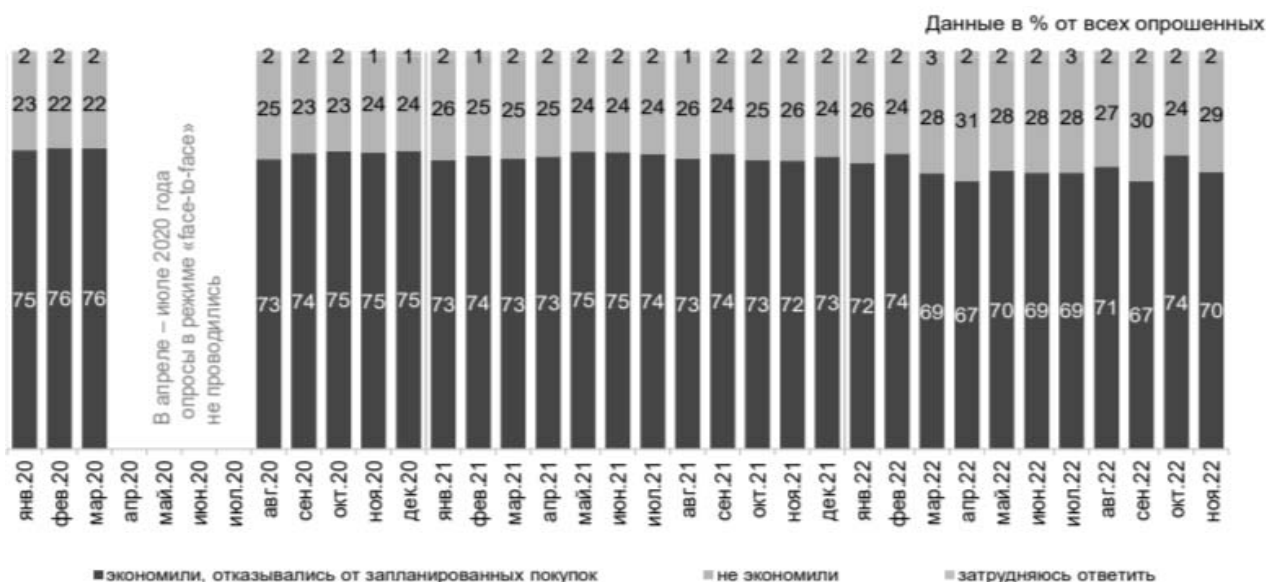


Рисунок 2. Процентное соотношение покупателей, экономивших или отказывавшихся от покупок за период 2020–2022 гг.

Исходя из представленных в рисунке выше данных, можно сделать вывод, что около 70% российских граждан предпочитали экономить на приобретении товаров, заменяя их более дешевыми альтернативами или полностью отказываясь от запланированных покупок. Сопоставляя динамику индекса потребительских настроений и данную статистику, можно сделать вывод, что в период, когда количественный показатель ИПН был наиболее высоким, процент экономивших покупателей также снизился относительно иных месяцев 2022 г.

Согласно данным, представленным в исследовании российской маркетинговой компании ООО «Эверест Солюшн», специализирующейся на частном маркетинге организаций, в 2022г. наиболее популярными категориями, в рамках которых чаще всего совершались покупки гражданами РФ стали продукты питания, досуг и развлечения (в большинстве, кафе и рестораны), медицина (в т.ч. медицинские учреждения и аптеки). В список наименее актуальных категорий для совершения покупок вошли мебель (-27% количественного совершения покупок относительно 2020 и 2021 гг.), бытовая техника и электроника (-20%), одежда и обувь (-25%), отдых (поездки на курорты Российской Федерации и за границу, -33%) [4].

Также, одним из ярковыраженных пунктов в потребительском поведении россиян в 2022г. стал поиск альтернатив иностранным брендам, ушедшим из России ввиду санкционной политики. Так, около 64% граждан в 2022 г. находились в поиске альтернативных вариантов привычным иностранным брендам в схожем ценовом диапазоне, уровне качества и дизайне [4].

Таким образом, можно сформулировать основные тенденции, характеризующие экономическое поведение потребителей в России в 2022 г.:

1. Общий уровень настроения потребителей относительно общей экономической ситуации в стране претерпевал дестабилизацию, что в значительной степени повлияло на количество совершаемых покупок. Наиболее часто встречающимися видами поведения российских потребителей были «поисковое поведение» и «неуверенное поведение»;

2. Подавляющее большинство потребителей старалось экономить на покупках путем поиска более дешевых альтернатив или отказа от совершения определенных покупок;

3. Наибольшее количество покупок совершалось в категориях необходимых покупок продуктов питания (также, со стремлением экономить и не приобретать дорогостоящие товары) и обеспечения досуга (по всей видимости, для снижения стресса ввиду постоянной экономии и перестраивания устоявшихся привычек своего экономического поведения);

4. В потребительском поведении прослеживалась очевидная необходимость в получении новых брендов, которые могли бы стать достойной заменой привычных товаров, которые на данный момент являются недоступными для граждан.

Таким образом, в заключение данной статьи, можно сказать, что потребительское поведение в рамках анализируемого 2022 года претерпевало колебания в различной степени влияющих на самих потребителей. Однако, общий уровень культуры приобретения товаров и услуг сохранился и продолжает развиваться параллельно с развитием национальной экономической системы, что формирует дальнейшие перспективы в рационализации потребительского поведения, а также взаимоотношений и коммуникаций покупателей и организаций как экономических субъектов российской экономики.

Библиографический список

1. Тарануха Ю.В., Микроэкономика: учебник / Ю.В. Тарануха. Москва: КноРус, 2023. 405 с.

2. Конференция «Цифровой авангард» Group4Media Accelerate [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://conference.group4m.ru/> (Дата обращения: 02.11.2023)

3. Отчет ООО «инФОМ» по заказу Банка России «Измерение инфляционных ожиданий и потребительских настроений на основе опросов населения» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43498/inFOM_22-11.pdf (Дата обращения: 02.11.2023)

4. ООО «Эверест Солюшн» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://everest-solution.com/> (Дата обращения: 02.11.2023)

ВОЗРОЖДЕНИЕ БРЕНДА «МОСКВИЧ»: РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ОБНОВЛЕНИИ АВТОМОБИЛЬНОЙ МАРКИ

Лучкина А.Д., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. С учетом изменяющихся потребительских предпочтений и конкурентного окружения, многие компании сталкиваются с необходимостью обновления своего бренда и его приспособления к требованиям рынка. Одним из таких брендов стала автомобильная марка «Москвич», которой удалось буквально вернуться из прошлого. В данной статье будет рассмотрена роль маркетинга в возрождении легендарного бренда.

Ключевые слова: маркетинг, бренд, «Москвич», автомобиль, развитие, возрождение, стратегия.

THE REVIVAL OF THE MOSKVICH BRAND: THE ROLE OF MARKETING IN THE RENEWAL OF THE AUTOMOBILE BRAND

Luchkina A.D., Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. Taking into account changing consumer preferences and competitive environment, many companies face the need to update their brand and adapt it to market requirements. One of these brands was the Moskvich automobile brand, which managed to literally return from the past. This article will consider the role of marketing in the revival of the legendary brand.

Keywords: marketing, brand, Moskvich, car, development, revival, strategy.

Маркетинг играет ключевую роль в существовании и развитии бренда. Он помогает определить позицию и стратегию бренда на рынке, утвердить его уникальность и конкурентную преимущество, и создать узнаваемый и привлекательный образ.

Одна из основных функций маркетинга в отношении бренда – это идентификация целевой аудитории и понимание ее потребностей и предпочтений [2]. Маркетинговые исследования и анализ помогают определить, какие ценности и обещания бренда наиболее важны для потребителей, что позволяет создать продукты и услуги, отвечающие их ожиданиям [3].

Маркетинг также играет важную роль в формировании и поддержке имиджа бренда. Он помогает определить позиционирование бренда на рынке – то, как он воспринимается потребителями в сравнении с конкурентами.

Маркетинговые стратегии, такие как реклама, продвижение и связи с общественностью, используются для создания и поддержания желаемого образа, который становится основой для взаимодействия бренда с потребителями. Кроме того, маркетинг помогает продвигать бренд на рынке и создавать спрос на его продукты или услуги. Это включает в себя разработку маркетинговых стратегий, таких как определение цены, каналов распределения и коммуникационных инструментов, которые позволяют достигнуть целевой аудитории и стимулировать ее к покупке [1].

Так, например, маркетинг сыграл важную роль в возрождении автомобильного бренда «Москвич». Несмотря на то, что история бренда была неравномерной, и он стал менее популярным в последние десятилетия советского периода, маркетинговые усилия были приложены, чтобы оживить бренд и вернуть ему прежнюю славу.

История одного из самых популярных брендов отечественного автопрома началась в 1930 году и неразрывно связана с одноименным предприятием, носившим название «Московский автосборочный завод имени Коммунистического интернационала молодежи (КИМ)», производственные цеха которого были размещены на окраине города Москва [4]. Сейчас это территория Волгоградского проспекта. Первые машины начали сходиться с конвейера уже в ноябре 1930 года. Это были такие автомобили, как «Ford model A», а также грузовая версия «Ford model AA», которые собирали из американских комплектующих в рамках договора с компанией «Ford».

В те годы автопроизводство в СССР ещё не получило должного развития. В 1932 году детали для автомобилей стали поступать в Москву с Горьковского автозавода, где те же модели собирали по полному производственному циклу. В столице машины сменили название – теперь это были «ГАЗ А», которые получили статус коммерческих автомобилей.

Первый «Москвич» официально появился в декабре 1946 года, когда начали собирать советский легковой автомобиль для индивидуального пользования, им стал «Москвич 400». Свое название автомобиль получил в честь 800-й годовщины со дня основания столицы СССР и оснащался 23-х сильным мотором и трехступенчатой механической коробкой передач, гидравлическими тормозами, независимой подвеской и даже дворниками, но при этом у него отсутствовали показатели поворота.

В 1953 году «Москвич» стоил 8 000 рублей, а средняя заработная плата тогда варьировалась в районе 450 рублей. Если сравнивать в соответствии с современностью, то это не так уж и дорого, но машин было очень мало, поэтому даже мечтать о них было практически невозможно.

В 1971 году, при средней заработной плате в 136 рублей, собрать нужную сумму для приобретения уже 412-й модели в улучшенной планировке, которая стоила 4 955 рублей, можно было за 36 месяцев, т.е. семье нужно было откладывать полностью одну зарплату в течение трех лет, чтобы накопить на мечту.

«Москвичей» в основном производили на экспорт. Так, в отчете автомобильного производственного объединения «Москвич» по основной деятельности за 1971 год, сказано, что официально завод выпустил 96037 машин, из них 72289 машины с 408 двигателем, 64% которых ушли на экспорт. 23748 машин было произведено с 412 двигателем, доля экспорта данного автомобиля составила целых 98%. Всего за рубли в СССР было продано меньше 500 машин с 412-м мотором. На экспорт ушло 72,5% продукции.

В течение своего существования «Москвич» постоянно удивлял, ведь его модельный ряд пополняли интересные экземпляры, так, «Москвич 423» стал первым советским пяти дверным универсалом, первый такой автомобиль выпустили в 1957 году. В рекламных проспектах писали, что данный автомобиль может перевозить до 250 кг. Дверь багажника, в отличие от современных универсалов, открывалась в левую сторону, а небольшой седан «Москвич 407» в СССР был любим не меньше 21-й Волги. Автомобиль отличался обилием хрома, молдингами вдоль боковины, удобным багажником, мощным для того времени 45 сильным двигателем и четырех ступенчатой коробкой передач, при массе 990 кг. Машина могла разогнаться до 115 км/ч.

История автомобиля была неразрывно связана с распадом СССР и последующими финансовыми трудностями. Отечественные автомобили не смогли конкурировать с импортными марками, и все попытки сохранить свою позицию на рынке были безуспешными. В 2001 году производство автомобилей на заводе полностью прекратилось, а в 2003 году началась процедура банкротства предприятия. В сентябре 2010 года «Москвич» исчез с рынка, но сейчас бренд возвращается.

В 2022 году он заявил о своем возрождении. Сегодня «Москвич» – марка с большой историей. Она знакома всем в нашей стране и вызывает тёплые воспоминания из прошлого. Автомобиль должен отвечать потребностям времени и смотреть в будущее. Компания определила для себя ценности, соответствующие каждой букве бренда, а именно, масштабность, ответственность, современность, качество, вдохновение, инновационность и человекоцентричность.

Одной из ключевых маркетинговых стратегий было создание новой модели автомобиля, соответствующей современным требованиям рынка и ожиданиям потребителей. Это позволило привлечь внимание потенциальных покупателей и вызвать интерес к новым автомобилям «Москвич».

Современный автомобиль «Москвич» ориентирован на различные

целевые аудитории в зависимости от модели и характеристик автомобиля. Однако, общим ориентиром является следующая аудитория:

1. Бюджетные покупатели: марка «Москвич» изначально была позиционирована как доступный по цене автомобиль. В современных условиях автомобили могут привлечь покупателей, которые ищут надежное и функциональное транспортное средство по доступной цене.

2. Городские водители: компактные модели «Москвич» могут быть привлекательными для жителей городов, где важным фактором является удобство парковки и маневренность на узких улицах. Они также могут быть полезными для молодых водителей, которые только получили водительские права.

«Автомобили «Москвич» подойдут современным городским жителям, особенно молодым семьям», – Дмитрий Пронин, генеральный директор автозавода «Москвич».

«Москвич» запустил собственное производство, выбрал для себя партнеров – официальных дилеров, наладил логистику и начал продажи в 25 городах России: от Симферополя до Красноярска.

Сейчас автозавод производит три модели. Это городской кроссовер «Москвич 3», электрокар «Москвич 3е» и новый лифтбек «Москвич 6». В 2024 году начнется производство ещё двух моделей: кроссовера «Москвич 5» и «Москвич 8».

По итогам января-июня 2023 года госорганы в РФ приобрели автомобилей «Москвич» на общую сумму 51,9 млн рублей (произведено 5 тендеров и 20 госзакупок).

Ниже представлена статистика продаж автомобиля «Москвич» с мая 2023 по октябрь 2023.

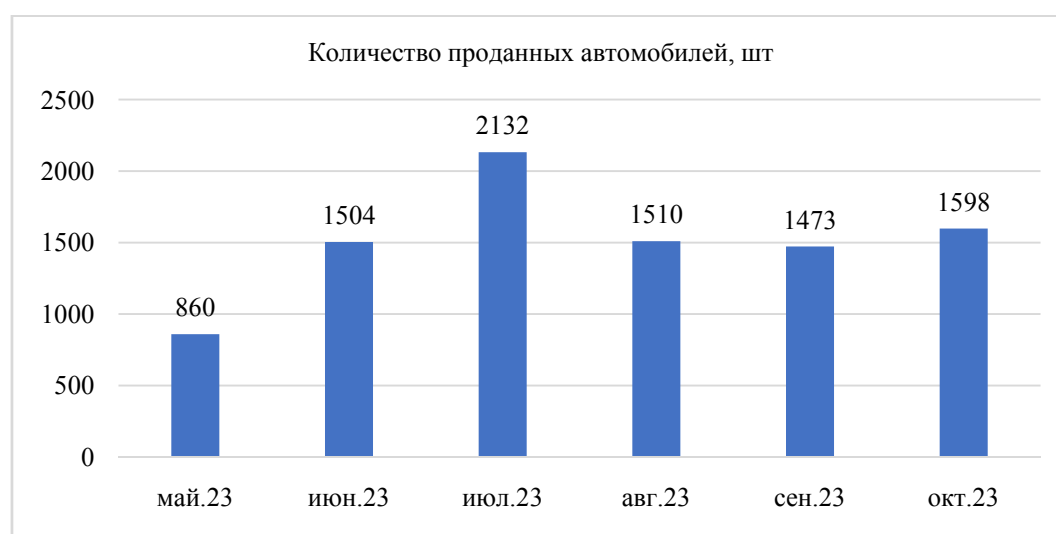


Рисунок 1. Количество проданных автомобилей «Москвич» с мая 2023 по октябрь 2023

Таким образом, можно сказать, что динамика продаж автомобиля считается успешной, не имеет резких скачков или падений. Самый большой рост продаж наблюдался в период с мая по июль 2023 года, разница составила +40,34% или же 1272 машины. Далее динамика продаж была снижена, что объясняется периодом отпусков и подготовкой к новому учебному году.

В октябре завод продал 1598 автомобилей, из которых почти 30 единиц пришлось на новый «Москвич 6». Всего с начала продаж зарегистрировано более 10,6 тыс. автомобилей, более 13 тысяч отгружено в дилерскую сеть [5].

Масштабная маркетинговая кампания стартовала в апреле, что очень сильно поспособствовало росту продаж с мая. Она включает в себя размещение информации в наружной рекламе, прессе, на радио, в интернете и социальных сетях. Планирование и размещение осуществляет агентство «OMD OM Group».

Основной целью кампании является помощь бренду стать лидером в своей категории среди конкурентов и сформировать совершенно новое восприятие. Для её достижения акцент делается на наружной рекламе, таким образом, создавая положительный образ бренда во всех 25 городах, где есть дилерские центры.

Предпочтение отдается использованию крупных и нестандартных форматов, таких как медиафасады в центральных частях городов, размещение рекламы в аэропортах и крупных торговых центрах. Чтобы наладить продолжительное взаимодействие с аудиторией и создать оригинальный и запоминающийся имидж бренда дополнительно размещается реклама в прессе.

С помощью рекламного ролика под слоганом «Будущее рождается в настоящем, где человек помогает человеку, а автомобили «Москвич» помогают сотням тысяч людей каждый день», бренд смог успешно представить себя. В фокусе ролика находятся автомобили, которые играют важную и неотъемлемую роль в повседневной жизни людей: они помогают быстро добраться до работы, вовремя доставляют детей в школу, обеспечивают комфортные путешествия и способствуют безопасности.

Кампания использует рекламу на радио, несмотря на стереотипы о том, что радио уже практически не используется в маркетинге, бренд использует широкий сплит релевантных радиостанций и площадок, чтобы достичь широкой аудитории и установить эмоциональную связь с потребителями.

Использование рекламы в интернете и социальных сетях позволяет привлечь внимание и начать взаимодействие с потенциальными клиентами.

В сфере цифровой рекламы преобладают видеоформаты и дисплейная реклама.

Автомобили «Москвич» уже могут похвалиться своим большим достижением, они становятся неотъемлемой частью столичной инфраструк-

туры, при этом успешно повышая свою узнаваемость с каждым днем. В последний месяц они были добавлены в список автомобилей, доступных для заказа в такси одного из крупнейших агрегаторов, а сегодня их можно арендовать в столичном каршеринге – сервисе BelkaCar.

Автомобиль «Москвич 3» представляет собой современное, безопасное и высококачественное транспортное средство, которое пользователи оценят за его удобство и наличие передового оборудования во время ежедневных поездок по городу.

Дилерские центры регулярно организуют дни открытых дверей, чтобы предоставить всем желающим возможность ознакомиться с модельным рядом автомобилей и даже прокатиться на нем, используя бесплатный тест-драйв, который доступен во всех дилерских центрах «Москвич».

Для повышения уровня продаж и привлечения потенциальных покупателей из выделенной целевой аудитории, были разработаны специальные акции, скидки и выгодные предложения, например, беспроцентное кредитование или дополнительные услуги.

Дистрибьютор «Москвич» в данный момент прикладывает все усилия для повышения уровня продаж, а именно: выгода в размере 170 тысяч рублей при покупке автомобиля по программе Trade-In, 120 тысяч рублей при покупке автомобиля в кредит, прямая скидка 100 тысяч рублей, а также, субсидия от государства для врачей, учителей, участников СВО и их ближайших родственников в размере 20% от стоимости автомобиля. Покупка автомобиля «Москвич 3» на сегодняшний момент в соотношении цены-качества является самой выгодной среди своих ближайших конкурентов (Chery Tiggo 4, Geely Coolray, Changan, Haval).

Бренд планирует не только сохранение существующей маркетинговой кампании, но и расширение существующей. Так, в связи с выпуском новой модели «Москвич 6» целевая аудитория должна будет пополниться молодыми людьми и людьми среднего возраста, которым интересна не только практичность и компактность автомобиля, но и его внешний дизайн, узнаваемый на улицах города. Планируется запуск и обзор тест-драйвов автомобиля от топовых блогеров и спецпроектов с федеральными СМИ. Создание подарочной продукции с символикой «Москвич», включая детскую коллекцию.

Маркетинговая кампания бренда «Москвич» направлена прежде всего на повышение его узнаваемости, тем самым, формируя восприятие человека о надежности бренда, его универсальности и практичности, что в перспективе будущего сможет помочь ему занять лидирующее место на автомобильном рынке, удержать его и возродить былую славу не только самого «Москвича», но и отечественной промышленности.

Важно отметить, что маркетинговая кампания не является единственным фактором успеха бренда. Самый главный акцент делается прежде

всего на качестве, грамотном обслуживании, современности, общем восприятии бренда и его уникальности, тем самым, формируя уровень конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Герасименко В.В. Бренд-менеджмент: Учебное пособие / В.В. Герасименко, М.С. Очковская М.: МГУ, 2016. 100 с.
2. Захарова И.В., Маркетинг: учебное пособие / И.В. Захарова. М.: КноРус, 2023. 202 с.
3. Попкова Е.Г. Маркетинг в рекламе: учебник / Е.Г. Попкова, Е.А. Родина, А.В. Боговиз. М.: КноРус, 2024. 178 с.
4. Официальный сайт автомобиля «Москвич». [Электронный ресурс]. URL: <https://moskvich-auto.ru/> (03.11.2023)
5. ТАСС. Продажи новых автомобилей в РФ за январь-октябрь выросли на 56%. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19185639> (03.11.2023)

УДК 658.3.07

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Меркулова М.А., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Данная статья исследует влияние инновационных маркетинговых технологий на современный бизнес в контексте цифровой экономики. Авторы анализируют ключевые инновации, такие как искусственный интеллект, аналитика больших данных и автоматизация, и рассматривают, как эти технологии изменяют стратегии маркетинга и взаимодействие с потребителями. Статья также исследует влияние этих инноваций на поведение потребителей и персонализацию маркетинга, а также рассматривает новые бизнес-модели и их успешные примеры. В заключении авторы представляют перспективы развития маркетинга в цифровой экономике.

Ключевые слова: инновационные маркетинговые технологии, цифровая экономика, трансформация бизнеса, этический маркетинг.

INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES: BUSINESS TRANSFORMATION IN THE DIGITAL ECONOMY AGE

Merkulova M.A. Bachelor of the 4th course

Supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor

Kaluga Branch of Finuniversity, Kaluga, Russia

Abstract. This article explores the impact of innovative marketing technologies on modern business in the context of the digital economy. The authors examine key innovations such as artificial intelligence, big data analytics, and automation, and examine how these technologies are changing marketing strategies and consumer interactions. The article also explores the impact of these innovations on consumer behavior and personalization of marketing, and also examines new business models and their successful examples. In conclusion, the authors present prospects for the development of marketing in the digital economy.

Keywords: innovative marketing technologies, digital economy, business transformation, ethical marketing.

Актуальность темы работы обуславливается тем, что современная цифровая экономика претерпевает быстрое развитие, и инновационные маркетинговые технологии играют ключевую роль в адаптации и конкурентоспособности предприятий. В условиях активно меняющегося рынка и повышающейся зависимости от цифровых платформ и инструментов, понимание влияния таких технологий на бизнес-процессы и потребительское поведение является неотъемлемой частью исследовательской агенды в области экономики.

Целью исследования являются анализ и систематизация воздействия инновационных маркетинговых технологий на современный бизнес, а также выявление перспектив и тенденций развития маркетинга в цифровой экономике.

По сути, инновационные маркетинговые технологии представляют собой совокупность цифровых инструментов, платформ и методологий, используемых для расширения и оптимизации распространения товаров и услуг на рынке. Эти технологии охватывают, среди прочего, разнообразный спектр электронных систем, анализа данных, программного обеспечения для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), алгоритмов на основе искусственного интеллекта (ИИ), платформ социальных сетей и методов поисковой оптимизации (SEO). В совокупности эти инструменты предоставляют предприятиям инструментальные средства для уточнения ориентации на клиентов, усиления узнаваемости бренда, улуч-

шения позиционирования продукта и облегчения интерактивного взаимодействия с клиентской базой.

Важно отметить, что инновационные маркетинговые технологии являются стержнем современной бизнес-экосистемы, поддерживая и катализируя метаморфозу маркетинговых стратегий в эпоху цифровых технологий. Неумолимый переход от традиционных маркетинговых парадигм к динамичному ландшафту цифрового маркетинга был вызван растущим распространением цифровых технологий, демократизацией доступа к информации и метаморфическим поведением потребителей. Эта трансформация влечет за собой парадигматический сдвиг в маркетинговых стратегиях, что требует трансцендентной переоценки деловой практики, чтобы идти в ногу с меняющейся потребительской средой.

Эволюция маркетинговых стратегий в эпоху цифровых технологий символизирует более широкий сдвиг в сторону виртуализации бизнес-операций. Эта трансформация маркетинговых стратегий отмечена явным акцентом на принятии решений на основе данных, ориентации на клиента и внедрении автоматизации на базе искусственного интеллекта. Более того, цифровая эпоха породила взаимосвязанный глобальный рынок, разрушая географические границы и создавая новый ландшафт транснациональной торговли. Следовательно, маркетинговые стратегии были вынуждены адаптироваться и включать межкультурные соображения и виртуальные взаимодействия с потребителями, тем самым учитывая разнообразие культурной, языковой и экономической динамики.

В частности, искусственный интеллект (ИИ) стал выдающимся катализатором эволюции маркетинга. Эта сложная технология позволяет компаниям использовать вычислительные алгоритмы и машинное обучение для получения информации из огромных наборов данных, тем самым расширяя процессы принятия решений. Применения ИИ в маркетинге разнообразны, включая сегментацию клиентов, прогнозную аналитику, генерацию персонализированного контента и чат-боты для взаимодействия с клиентами в режиме реального времени. Прогнозирующие возможности искусственного интеллекта дают маркетологам возможность предвидеть поведение потребителей, тем самым давая им возможность адаптировать маркетинговые кампании с повышенной степенью точности.

Одновременно с этим аналитика больших данных выступает в качестве ключевой инновации, служащей основой, на которой базируются современные маркетинговые стратегии. Аналитика больших данных предполагает изучение больших объемов данных из различных источников для получения действенных идей. Этот аналитический подход позволяет маркетологам выявлять тенденции, потребительские предпочтения и рыночные возможности, которые в противном случае могли бы остаться скры-

тыми. Более того, это облегчает настройку маркетинговых стратегий на основе эмпирических данных, оптимизируя распределение ресурсов и повышая отдачу от инвестиций.

Автоматизация, как дополнительная инновация, оптимизировала маркетинговые кампании, сделав их более эффективными и масштабируемыми. Технологии автоматизации, в том числе автоматизация электронного маркетинга, программная реклама и системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), позволили предприятиям доставлять целевые сообщения в оптимальное время, тем самым повышая общее качество обслуживания клиентов. Кроме того, автоматизация сокращает ручной труд, позволяя специалистам по маркетингу сосредоточиться на стратегических аспектах управления кампанией, а не на повторяющихся, отнимающих много времени задачах.

Влияние этих инноваций на маркетинговые кампании и взаимодействие с клиентами огромно. Маркетинговые кампании больше не являются статичными усилиями, а скорее динамичными и адаптивными процессами. Они наделены способностью реагировать на данные в реальном времени, поведение потребителей и изменения на рынке. Такая динамичная реакция дает предприятиям возможность быстро корректировать свои стратегии, обеспечивая соответствие требованиям и ожиданиям потребителей.

Взаимодействие с клиентами также претерпело метаморфозу. Появление чат-ботов на базе искусственного интеллекта и систем персонализированных рекомендаций по контенту способствовало более интерактивному и индивидуализированному взаимодействию между предприятиями и клиентами. Клиенты теперь ожидают более высокой степени персонализации, и компании, которые могут оправдать эти ожидания, занимают выгодное положение на рынке.

В горниле современного маркетинга инновационные технологии, особенно искусственный интеллект, оказывают значительное влияние на поведение потребителей. Стратегическое применение алгоритмов, основанных на искусственном интеллекте, позволяет предприятиям создавать маркетинговый контент с беспрецедентной персонализацией. Помимо традиционного демографического таргетинга, эти технологии углубляются в сложные слои потребительских качеств и прошлых взаимодействий. Следовательно, маркетинговые материалы становятся все более актуальными и привлекательными, вызывая более благоприятный отклик со стороны потребителей.

В ответ на такую персонализацию потребители проявляют повышенную склонность к взаимодействию. Персонализация контента, рекомендаций по продуктам и рекламных предложений увеличивает воспринимаемую ценность маркетинговых коммуникаций. Такая повышенная

актуальность способствует более глубокой связи между потребителем и брендом, повышая лояльность к бренду и стимулируя повторные покупки. Более того, персонализированный маркетинг порождает повышенный уровень доверия, поскольку потребители чувствуют более глубокое понимание своих потребностей и предпочтений.

Тем не менее, последствия персонализированного маркетинга выходят за рамки непосредственного взаимодействия. Они распространяются и на сферу потребительских предпочтений. Динамичный и основанный на данных характер современных маркетинговых кампаний может изменить и уточнить потребительские предпочтения. Со временем у потребителей могут развиваться склонности и наклонности, которые будут более тесно соответствовать представленным им индивидуальным предложениям. Следовательно, инновационные маркетинговые технологии не только влияют на поведение потребителей, но и служат архитекторами тех самых предпочтений, которые они стремятся удовлетворить.

Однако крайне важно осознавать сложности и потенциальные проблемы, присущие персонализированному маркетингу. Поскольку потребители все больше осознают проблемы конфиденциальности данных, границы персонализации должны быть разумно очерчены, чтобы избежать предполагаемого вторжения в частную жизнь людей. Достижение гармоничного баланса между актуальностью и уважением к конфиденциальности остается незаменимой задачей для профессионалов в области маркетинга.

Появление и распространение технологий цифрового маркетинга привело к заметной эволюции в сфере бизнес-моделей, ускорив появление новых потоков доходов и операционных парадигм.

Одним из важных аспектов этой трансформации является диверсификация потоков доходов. Традиционные бизнес-модели часто опирались на традиционные источники дохода, такие как разовая продажа продуктов или плата за подписку. Однако интеграция технологий цифрового маркетинга привела к диверсификации источников дохода. Например, предприятия электронной коммерции интегрировали партнерский маркетинг, цифровую рекламу и монетизацию данных в свои модели, дополняя традиционные потоки доходов доходами, полученными от онлайн-рекламы, сотрудничества со сторонними поставщиками и продажи потребительских данных.

Кроме того, появление технологий цифрового маркетинга облегчило использование моделей прямого обращения к потребителю (DTC). Эта бизнес-модель позволяет компаниям напрямую взаимодействовать с потребителями, минуя посреднические каналы и повышая прибыльность. Примечательно, что такие компании, как Warby Parker в индустрии очков или Dollar Shave Club в секторе средств личной гигиены, использовали модели DTC, тем самым завоевав значительную долю рынка и прибыльность [1].

Более того, бизнес-модель на основе подписки приобрела известность, подкреплённая возможностями персонализации технологий цифрового маркетинга. Такие компании, как Netflix и Spotify, предлагают услуги подписки, которые предоставляют индивидуальные рекомендации по контенту и эксклюзивные функции, повышая лояльность клиентов и одновременно генерируя регулярный доход.

Типичным примером того, как бизнес адаптируется к тенденциям цифрового маркетинга, является Amazon. Amazon изменил представление о розничной торговле, интегрировав передовые технологии анализа данных и искусственного интеллекта для улучшения рекомендаций по продуктам и ускорения процесса покупки. Их комплексный подход, основанный на данных, не только повысил удовлетворенность клиентов, но и способствовал успеху подразделения Amazon Web Services (AWS), что является ярким примером диверсификации потоков доходов за счет услуг облачных вычислений.

Внедрение инновационных маркетинговых технологий в структуру современных деловых операций, хотя и дает множество преимуществ, не лишено своей доли присущих проблем и связанных с ними рисков.

Прежде всего, фундаментальная проблема заключается в сфере конфиденциальности данных. Использование инновационных маркетинговых технологий неизменно предполагает сбор и анализ огромных объемов данных о потребителях. Ответственное обращение с этими данными является не только этическим императивом, но и юридическим требованием, примером которого, в частности, являются такие правила, как Общий регламент по защите данных (GDPR) в Европейском Союзе. Несоблюдение этих правил может привести к существенным финансовым штрафам и нанесению ущерба репутации компании. Таким образом, компании должны тщательно защищать данные потребителей, гарантируя, что они используются исключительно по назначению и что права частных лиц сохраняются.

Кибербезопасность становится еще одной серьезной проблемой. Взаимосвязанный характер технологий цифрового маркетинга делает предприятия уязвимыми к киберугрозам, начиная от утечки данных и заканчивая атаками программ-вымогателей. Целостность данных клиентов и непрерывность работы бизнеса зависят от надежных мер кибербезопасности. Обеспечение защиты конфиденциальной информации, такой как базы данных клиентов и финансовая отчетность, требует постоянных инвестиций в инфраструктуру кибербезопасности, обучение и готовность к реагированию на инциденты.

Насыщение рынка представляет собой особую проблему в сфере цифрового маркетинга. Поскольку компании борются за внимание потребителей, перенасыщение маркетинговым контентом может привести к усталости потребителей. Огромный объем рекламы и рекламных материалов может наводнить потребителей, потенциально снижая эффективность маркетинго-

вых кампаний. Следовательно, предприятия должны проявлять разумную сдержанность и адаптировать свой маркетинговый контент в соответствии с предпочтениями потребителей и снижать риск чрезмерного внимания.

Кроме того, быстрые темпы технологического развития представляют собой неотъемлемый риск. Инновации в маркетинговых технологиях происходят ускоренными темпами, делая устаревшими ранее использовавшиеся инструменты и стратегии. Чтобы оставаться конкурентоспособными, предприятия должны сохранять бдительность и способность адаптироваться, гарантируя, что их маркетинговые усилия будут идти в ногу с развивающейся технологической средой.

Одним из примечательных примеров является пример Starbucks, глобальной сети кофеен. Starbucks использовала технологию мобильных приложений, позволяющую клиентам размещать заказы и совершать платежи через свои смартфоны. Этот инновационный подход не только упростил процесс заказа, но и позволил накопить данные о предпочтениях клиентов, которые затем использовались для предложения персонализированных рекламных акций. Результатом стал значительный рост вовлеченности и лояльности клиентов, а также значительный рост продаж.

Второй случай, заслуживающий внимания, – это Netflix. Эта онлайн-платформа потокового вещания использует сложный алгоритм рекомендаций, основанный на искусственном интеллекте. Тщательно анализируя привычки и предпочтения просмотра, Netflix предлагает пользователям индивидуальный контент. Такая персонализация не только повысила удовлетворенность пользователей, но и сыграла важную роль в удержании и привлечении подписчиков. Случай с Netflix подчеркивает потенциал персонализации на основе данных для поддержания лидерства на рынке.

Гигант электронной коммерции Amazon представляет еще один убедительный пример. Amazon применяет многогранный подход к цифровому маркетингу, используя искусственный интеллект для улучшения рекомендаций по продуктам и анализ данных клиентов для оптимизации взаимодействия с пользователем. Кроме того, ее подразделение Amazon Web Services (AWS) является образцовым примером диверсификации потоков доходов за счет услуг облачных вычислений. Результатом является утверждение Amazon в качестве доминирующей силы в секторах электронной коммерции и облачных вычислений.

Одной из примечательных новых тенденций является распространение технологий дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR). AR и VR обладают потенциалом революционизировать взаимодействие с потребителями, предлагая иммерсивный опыт. Компании изучают приложения для визуализации продуктов, интерактивной рекламы и даже виртуальных выставочных залов. По мере развития этих технологий они

будут дополнять маркетинговые стратегии, предлагая потребителям более интерактивное и персонализированное взаимодействие [4].

Интернет вещей (IoT) представляет собой еще одну растущую тенденцию. Интернет вещей подключает повседневные устройства к Интернету, позволяя собирать и автоматизировать данные. Маркетологи могут использовать Интернет вещей для получения информации о поведении потребителей в режиме реального времени, что позволяет проводить более целенаправленные и своевременные маркетинговые усилия. Умные дома, носимые устройства и подключенная бытовая техника предоставляют маркетологам новые точки взаимодействия с потребителями.

Кроме того, набирает обороты интеграция технологии блокчейн. Блокчейн предлагает безопасное и прозрачное управление данными, которое можно применять для повышения доверия и прозрачности в рекламе и обработке данных клиентов. Смарт-контракты, построенные на блокчейне, могут упростить рекламные транзакции, снизить уровень мошенничества и обеспечить справедливую компенсацию издателям.

В заключение отметим, что преобразующее влияние цифрового маркетинга на бизнес неоспоримо. Инновационные маркетинговые технологии изменили определение взаимодействия с клиентами, бизнес-моделей и потоков доходов. Они создали основанную на данных, персонализированную и динамичную маркетинговую среду. В цифровой экономике, где связь и данные имеют первостепенное значение, маркетинг выступает стержнем успеха в бизнесе.

Заглядывая в будущее, становится очевидным, что цифровой маркетинг будет продолжать развиваться и расширять свои горизонты. AR, VR, IoT и блокчейн будут играть все более важную роль в маркетинговых стратегиях. Будущее за использованием этих технологий для углубления взаимодействия с потребителями, оптимизации операционной эффективности и соблюдения этических стандартов.

Библиографический список

1. Богомолова И.П. и др. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе современных маркетинговых технологий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11. № 5-1. С. 167–173.

2. Землянская Н.Б., Казакова Н.В., Сазонов А.А. Особенности применения современных инновационных технологий в сфере маркетинга как способа увеличения показателей конкурентоспособности промышленных предприятий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2020. №. 3. С. 84–90.

3. Кашанская М.Н. Инновационные маркетинговые технологии // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2019. № 6. С. 8-8.

4. Кублин И.М. и др. Инновационные тактические маркетинговые воздействия: особенности, учет и анализ эффективности //Экономика устойчивого развития. 2019. № 3. С. 129–133.

5. Солдатова Н.Ф. Влияние цифровизации маркетинга на эффективность управленческих инноваций //Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 1. С. 167–178.

6. Сурова Е.Ю., Жумабаева Д.П., Мартынович В.И. Приоритеты развития маркетинговых технологий при выводе инновационной продукции на рынок //Социальные науки. 2019. № 1. С. 58–66.

УДК 339.138

РОЛЬ БРЕНДИНГА В УСПЕХЕ КОНДИТЕРСКОЙ ФАБРИКИ «ХЛЕБНЫЙ СПАС» НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ: СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ И ВЫЗОВЫ

Нечаева А.М., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье проводится анализ брендинга в привлечении и удержании клиентов, улучшение узнаваемости бренда, создание уникальной атмосферы и отражение ценностей, на которых строится кондитерская фабрика «Хлебный Спас». Рассматриваются стратегии для укрепления позиции на рынке кондитерских и хлебобулочных изделий.

Ключевые слова: брендинг, кондитерская фабрика «Хлебный Спас», бренд, современный рынок, потребитель, продукция

THE ROLE OF BRANDING IN THE SUCCESS OF THE BAKERY FACTORY "HLEBNY SPAS" IN THE MODERN MARKET: STRATEGIES, INNOVATIONS AND CHALLENGES

Nechaeva A.M. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article analyzes branding in attracting and retaining customers, improving brand awareness, creating a unique atmosphere and reflecting the values on which the «Hlebny Spas» confectionery factory is built. Strat-

egies for strengthening the position in the market of confectionery and bakery products are considered.

Keywords: branding, bakery «Hlebny Spas», brand, modern market, consumer, products

Сегодня многие компании стараются как можно быстрее реагировать на потребности людей. В современном мире просто предложить высококачественный товар недостаточно. Важно уделить внимание и удовлетворить потребности клиентов на более глубоком уровне. Соответствие требованиям и ожиданиям аудитории играет решающую роль в формировании имиджа компании и ее конкурентоспособности.

Бренд и брендинг – два понятия, которые часто встречаются в мире маркетинга и рекламы. Несмотря на свою близость, эти термины имеют существенные отличия и играют разные роли в формировании успешного бизнеса. Бренд – это не просто логотип или название компании. Это эмоциональная связь и восприятие, которое создается в уме потребителя, когда он слышит или видит определенное название или символ. Бренд – это образ, ценности и уникальные характеристики, которые ассоциируются с конкретной компанией или продуктом. Он отвечает на вопрос «Кто ты?» и помогает потребителю принимать решения на основе ощущений и уверенности в качестве.

Брендинг – это процесс формирования идеологии бренда. Он включает в себя создание имиджа компании, разработку миссии и ценностей бизнеса, а также определение позиционирования на рынке, коммуникации и взаимоотношения с клиентами. Иными словами, брендинг – это управление брендом и его развитие. Через брендинг мы раскрываем то, как бренд воспринимается у потребителя и как о нем говорят другие люди [1].

Основная цель брендинга – создание сильного и конкурентоспособного бренда. Главная задача заключается в установлении долгосрочных отношений с потребителем, в формировании их доверия и желания приобрести товар именно у нашего производителя.

Существуют два ключевых принципа, лежащих в основе успешного брендинга: согласование предложений компаний с потребностями рынка и соответствие качества товаров и услуг ожиданиям и желаниям общества [4, с.50]. Данный подход позволяет создать оригинальный и уникальный бренд, способный эффективно удовлетворять запросы и требования потребителей.

На примере КФ «Хлебный Спас» рассмотрим роль брендинга компании на современном рынке.

Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» – участник рынка хлебобулочных и кондитерских изделий. Она была основана в 2004 году и уже почти два десятилетия производит вкусные и качественные продукты питания. Продукция известна потребителю как продукция высокого качества и представлена главным брендом «Хлебный Спас», ассортимент разработан учитывая вкусовые предпочтения покупателей. В последнее время наблюдается увеличенный спрос на более здоровую пищу, производимую из натуральных и органических компонентов. Эта тенденция заметна как в России, так и по всему миру, где всё больше популяризуется здоровый образ жизни. И в 2018 году на российский рынок КФ «Хлебный Спас» выпустила новую торговую марку под названием «Magic Grain» (Волшебное зернышко), в продуктах которой используется сахарозаменитель – экстракт стевии. Хлебцы соответствуют международному стандарту «VEGAN», который, помимо прочего, указывает сторонникам ЗОЖ на то, что продукт им подходит.

Производство расположено в городе Спас-Деменск Калужской области и занимает площадь более 7000 квадратных метров и оснащено современным оборудованием ведущих европейских и российских брендов. При производстве используются только сырьевые материалы рейтинговых поставщиков, а контроль качества ведется в своих аккредитованных лабораториях. В компании присутствует система менеджмента пищевой безопасности FSCC – 22000, что подкреплено международным сертификатом 2017 года. Миссия кондитерской фабрики: производить вкусные и качественные продукты питания, которые доставляют удовольствие людям [6].

Каждая компания обладает своими уникальными и успешными продуктами, которые покорили сердца покупателей и стали настоящими бестселлерами. За созданием этих продуктов стоит множество труда и усилий команды профессионалов, включая маркетологов, технологов и дизайнеров. Одним из таких успешных проектов стала «Овсяная коллекция», которая стала настоящим хитом продаж в кондитерской фабрике «Хлебный Спас». Компания поделилась историей создания этой линейки и раскрыла секреты ее популярности среди потребителей. Как отмечает Мария Иванова, руководитель отдела маркетинга фабрики, на рубеже 1990-х и 2000-х годов в российском кондитерском рынке действительно отсутствовало по-настоящему вкусное овсяное печенье. Главным образом потребители приходились довольствоваться продуктом сравнительно низкого качества, характеризующимся слабыми показателями по органолептике. На сегодняшний день все сырье, используемое в производстве, тщательно отобрано и обработано в несколько этапов. Хочется отметить, что КФ «Хлебный Спас» никогда не готова пожертвовать качеством ради прибыли. Именно здесь заключается их конкурентное преимущество, поэтому клас-

сическое овсяное печенье, выпускаемое кондитерской фабрикой, названо «Особое». В дальнейшем были проведены различные эксперименты: исследователи начали добавлять новые ингредиенты в рецептуру, и постепенно в 2023 году была разработана полная серия продуктов под названием «Овсяная коллекция». Эта линейка предлагает широкий выбор продукции, которая учитывает вкусовые предпочтения покупателей. Интересно, что не только российские потребители, но и потребители из других стран уже оценили преимущества овсяного печенья от КФ «Хлебный Спас». В настоящее время «Овсяная коллекция» экспортируется в страны СНГ, Китай, Вьетнам и другие [14].

В связи с высокой активностью современных людей потребность в порционной упаковке становилась неотъемлемой частью повседневной жизни. Сегодня мы все чаще берем перекусы с собой, поэтому ищем продукт в удобной упаковке. Учитывая все эти особенности и потребности, которые есть у современного человека и с целью сделать их жизнь проще, кондитерская фабрика «Хлебный Спас» производит свою продукцию, включая печенье, в индивидуальной упаковке. Каждая порция печенья содержит по 4 штуки. За ответственность кондитерской фабрики, потребители их любят.

Исходя из обзора данных от компании Nielsen за первое полугодие 2019 года, можно сказать, что кондитерская фабрика «Хлебный Спас» заслуженно занимает место в списке из 10 лучших производителей печенья в России. Более того, она также занимает второе место в рейтинге ведущих производителей овсяного печенья, закрепляя свою позицию в тройке лидеров на отечественном рынке. На сегодняшний день кондитерская фабрика поддерживает эти позиции [12].

Также компания приняла участие в 18-ом Конвенте «Мир торговли» в Казахстане. Это международный съезд ритейлеров и поставщиков. Конвент предоставляет экспортным покупателям возможность встретиться с поставщиками и ритейлерами из различных стран и регионов, что помогает им установить новые деловые связи и расширить сферу своей деятельности. Экспортные покупатели могут получить информацию о новейших тенденциях в международной торговле и розничной индустрии, а также узнать о новых товарных брендах и продуктах [5].

Фабрика с большим уважением относится и к религиозным конфессиям. В марте 2021 года кондитерская фабрика получила сертификат соответствия Международной системы сертификации «Халяль» (Halal). Благодаря этому продукция пользуется спросом и на территории России, особенно в мусульманских регионах, таких как Кабардино-Балкария, Чечня, Ингушетия, Дагестан. Halal – это система жесткого контроля качества продукции, который гарантирует отсутствие вредных ингредиентов. Мар-

кировка этой международной системы контроля качества пищевых продуктов фактически является синонимом понятия «безопасный и чистый продукт» [11]. Такой ответственный подход абсолютно соответствует принципам деятельности кондитерской фабрики и является одним из ее корпоративных ценностей. Кондитерские изделия компании широко представлены на таких крупных маркетплейсах, как «Евроопт» и Dakaitaowa. В планах фабрики – размещение на маркетплейсах Alibaba, Amazon, а также на электронных площадках (Europages) [8].

В 2023 году Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» была удостоена престижной награды «Гордость Калужской области». Коллектив предприятия твердо придерживается современных рыночных традиций и ставит перед собой новые амбициозные задачи. В их планах – значительное увеличение ассортимента продукции, объемов продаж и производства, активное использование различных каналов продвижения продукции. Преданность компании интересам потребителей рассматривается как высшая форма признания. Слоган компании – «Вкусные идеи для Вас!» – ярко отражает ее стремление обеспечить потребителей качественной продукцией [7].

Сейчас в мире сложная геополитическая ситуация, активно развивается импортозамещение, и отечественные производители имеют возможность завоевать большую долю на российском рынке [3, с.171]. С этим вызовом кондитерская фабрика успешно справилась. Чтобы не ограничивать потребителя продукцией, компания разработала рецептуру для новых товаров. Поэтому расширение ассортимента КФ «Хлебный Спас» станет заменой импорту в условиях ограничений. В линейку «Мировая коллекция» специалисты предложили печенье «Итальянское» с шоколадом, апельсиновым вкусом и изюмом в упаковке «семейного» формата. Такой десерт по своей рецептуре ничем не уступает зарубежным аналогам. Также представлена еще одна замена импорту на рынке кондитерский изделий – Крендельки. В ассортименте представлено несколько видов печенья: «Крендельки со вкусом «капучино» и тростниковым сахаром», «Крендельки Имбирные с корицей и тростниковым сахаром», «Крендельки Шоколадные» с кусочками натурального шоколада [10].

К слову, преимущества продукции от КФ «Хлебный Спас» уже оценили не только российские, но и зарубежные потребители. Так как продукция фабрики представлена и в зарубежных странах, то появились проблемы экспорта в компании из-за антироссийских санкций, но они оказались незначительными. Кондитерская фабрика экспортирует свою продукцию в Китай, Вьетнам, в страны Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, в страны СНГ. Планирует сохранить поставки в Израиль, Иран, Индию, Индонезию, Ирак, Саудовскую Аравию, Пакистан, Афри-

ку, в страны постсоветского пространства. Стоит также отметить, что по итогам 2022 года компания вошла в число победителей регионального конкурса «Экспортер года» в номинации «Лучший экспортер года» в сфере готового продовольствия Калужской области [9]. Для продвижения своего бренда на мировых рынках, КФ «Хлебный Спас» активно участвует в различных отраслевых мероприятиях как в России, так и за ее пределами. Уже не первый год предприятие успешно демонстрирует свою продукцию на крупнейшей выставке продуктов питания и напитков «ПРОДЭКСПО». В рамках этого события менеджеры компании провели более трехсот продуктивных переговоров с потенциальными партнерами, обсудив с ними важные вопросы по дальнейшей взаимовыгодной кооперации. Опыт показал, что участие в таких престижных и масштабных мероприятиях способствует эффективному продвижению бренда на рынке и ускоряет вывод новых продуктов на полки магазинов [13].

В последнее время все больше людей обращают внимание на важность экологически чистой упаковки продуктов. Это связано с растущей осознанностью о последствиях нашего потребительского поведения на окружающую среду. Идея перехода на эко-упаковку заключается в том, чтобы приостановить, а в лучшем случае прекратить, скопление мусора на Земле. Экологическая упаковка быстрее всего разлагается или ее можно использовать второй раз для производства определенной группы товаров. Пластмасса, в свою очередь, разлагается в природе как минимум через 500 лет. С точки зрения безопасности для природы, тара из бумаги – это оптимальное решение для настоящих проблем в деятельности многих компаний. КФ «Хлебный Спас» с 2021 года переводит определенную долю перечня товаров в картонную тару, стараясь не применять в деятельности пластмассы, которые вредят природе и не представляется возможным переработать повторно. Полностью на картон перейти невозможно, поскольку для товаров требуется воздухонепроницаемая тара по порциям в виде пленки, которая защищает товар от засыхания и предоставляет возможность сохранить его целым при транспортировке. Для тары по порциям используется биаксиально-ориентированная полипропиленовая пленка (БОПП/ВОРР – biaxially oriented polypropylene), считающаяся повторно перерабатываемым сырьем. Помимо этого, организация в будущем планирует перейти с пленки на биоразлагаемую тару [2].

Фабрика учитывает вкусовые предпочтения своих потребителей, поэтому количество новой выпускаемой продукции увеличивается. Проведем анализ ассортимента продукции КФ «Хлебный Спас» в период с 2018 по 2022 гг. Результаты представлены на рисунке 1.

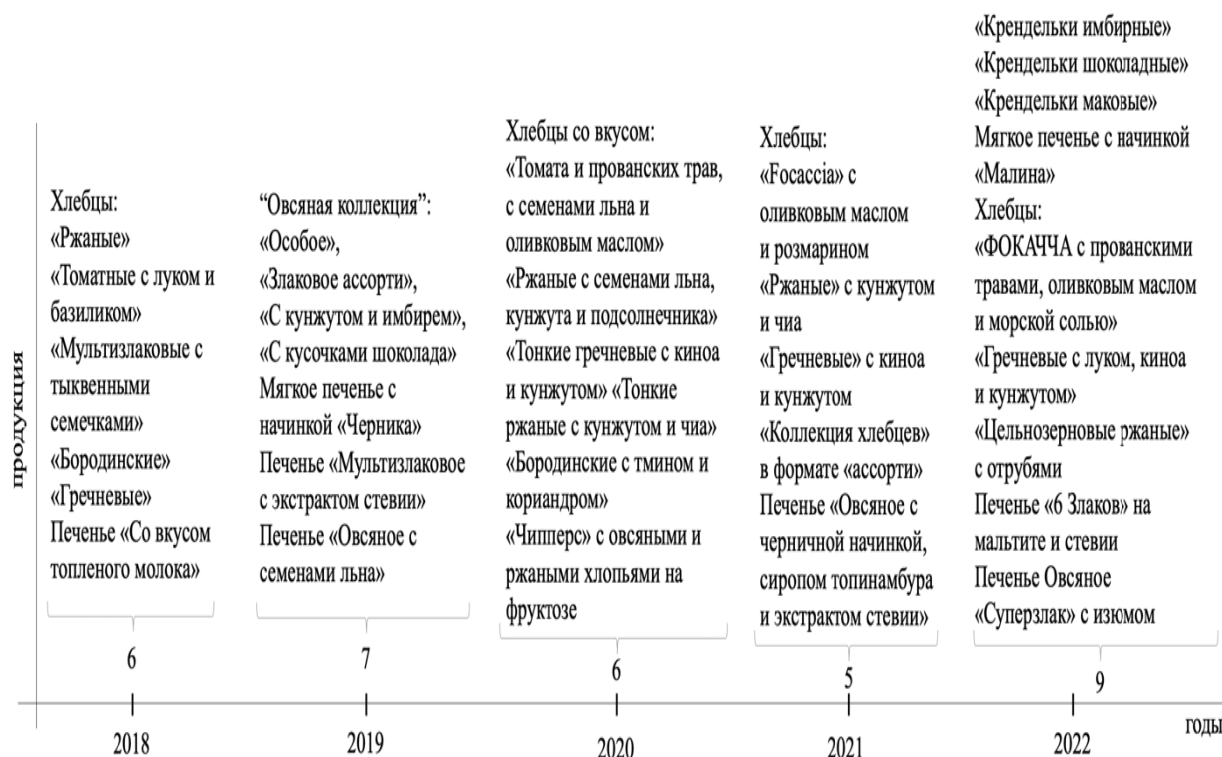


Рисунок 1. Количество новых выпускаемых наименований продукции КФ «Хлебный Спас»

Анализируя ассортимент КФ «Хлебный Спас» можно сделать вывод, что фабрика оперативно реагирует на изменения вкусовых предпочтений потребителей и с каждым годом обновляет свой ассортимент. Итак, секрет успеха компании «Хлебный Спас» заключается в простоте и эффективности следующей формулы: если продукт разрабатывается с учетом потребностей покупателей, основан на уникальной рецептуре, содержит только высококачественные ингредиенты, производится с заботой о здоровье потребителей и упаковывается грамотно – он обретает любовь и признание покупателей. И неудивительно, что за 19 лет работы кондитерская фабрика «Хлебный Спас» заняла лидирующие позиции в производстве не только овсяного печенья и стала важным игроком на российском рынке кондитерских изделий из муки.

В итоге, роль брендинга в успехе кондитерской фабрики «Хлебный Спас» на современном рынке оказывается не только важной, но и неотъемлемой. Используя стратегии, основанные на инновациях, компания смогла преодолеть множество вызовов и занять устойчивую позицию на рынке. Бренд «Хлебный Спас» не только экономическим лидером в отрасли, но и символом качества и надежности, завоевав доверие и преданность своих потребителей. Бренд фабрики стал воплощением современных требований и ожиданий потребителей. Он доказывает,

что успешный брендинг может стать ключевым фактором в развитии и процветании компании на рынке, обеспечивая ей конкурентное преимущество и лояльность клиентов. Все это подтверждает, что смелые и креативные стратегии брендинга – залог успешного будущего в мире кондитерского искусства и бизнеса.

Библиографический список

1. Брендинг: что это и почему важно – Маркетинг на vc.ru / [Электронный ресурс] // vc.ru: [сайт]. URL: <https://vc.ru/marketing/396313-brending-chto-eto-i-pochemu-vazhno> (дата обращения: 29.10.2023).

2. Внедрение эко-упаковки – очередной этап экологизации бизнеса КФ «Хлебный Спас» / [Электронный ресурс] // RETAILER.ru: [сайт]. URL: <https://www.retail.ru/cases/vnedrenie-eko-upakovki-ocherednoy-etap-ekologizatsii-biznesa-kf-khlebnuy-spas/> (дата обращения: 31.10.2023).

3. Губанова Е.В. Меры государственной политики по решению задачи импортозамещения продукции продовольствия. В сборнике: Финансово-кредитный механизм регулирования экономики: от теории к практике сборник материалов I Международной научно-практической конференции преподавателей вузов, аспирантов и специалистов-практиков. 2016. С. 171–176.

4. Губанова Е.В. Повышение эффективности использования интернет-маркетинга в деятельности организации // Калужский экономический вестник. 2022. № 1. С. 50–56.

5. Конвент Мир Торговли Казахстан | EXIM EXPO / [Электронный ресурс] // EXIM EXPO: [сайт]. URL: <https://eximexpo.kz/konvent-mir-torgovli/> (дата обращения: 31.10.2023).

6. Кондитерская фабрика Хлебный Спас - Вкусные идеи для Вас! / [Электронный ресурс] // Официальный сайт КФ «Хлебный Спас»: [сайт]. URL: <https://hlebspas.ru/> (дата обращения: 29.10.2023).

7. Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» - гордость Калужского региона! / [Электронный ресурс] // Новости «Хлебный Спас», торговые марки «Хлебный Спас», "Magic Grain": [сайт]. URL: <https://hlebspas.ru/news/kf-khlebnuy-spas-gordost-kaluzhskogo-regiona/> (дата обращения: 29.10.2023).

8. Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» наращивает объемы экспорта / [Электронный ресурс] // RETAILER.ru: [сайт]. URL: <https://retailer.ru/konditerskaja-fabrika-hlebnuy-spas-narashhivaet-objomy-jeksporta/> (дата обращения: 31.10.2023).

9. Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» ЭКСПОРТЕР ГОДА! / [Электронный ресурс] // Новости «Хлебный Спас», торговые марки

«Хлебный Спас», "Magic Grain": [сайт]. URL: <https://hlebspas.ru/news/konditerskaya-fabrika-khlebnuyu-spas-eksporter-goda/> (дата обращения: 30.10.2023).

10. КФ «Хлебный Спас»: «Мы адаптировались и продолжаем наращивать производство» / [Электронный ресурс] // RETAIL.RU: [сайт]. URL: <https://www.retail.ru/articles/kf-khlebnuyu-spas-my-adaptirovalis-i-prodolzhaem-narashchivat-proizvodstvo/> (дата обращения: 29.10.2023).

11. КФ «Хлебный Спас»: как сертификат «Халяль» поможет увеличить продажи / [Электронный ресурс] // RETAIL.RU: [сайт]. URL: <https://www.retail.ru/cases/kf-khlebnuyu-spas-kak-sertifikat-khalyal-pomozhet-uvelichit-prodazhi-/> (дата обращения: 18.04.2023).

12. КФ «Хлебный Спас» ключевой игрок на рынке овсяного печенья / [Электронный ресурс] // Новости «Хлебный Спас», торговые марки «Хлебный Спас», "Magic Grain": [сайт]. URL: <https://hlebspas.ru/news/kf-khlebnuyu-spas-klyuchevoy-igrok-na-rynke-ovsyanoego-pechenya/> (дата обращения: 30.10.2023).

13. КФ «Хлебный Спас» рассказала о драйверах роста по итогам 2021 г. / [Электронный ресурс] // swjournal.ru: [сайт]. URL: <https://swjournal.ru/news/hlebnuyu-spas/> (дата обращения: 31.10.2023).

14. Овсяная коллекция КФ «Хлебный Спас»: от идеи до бестселлера / [Электронный ресурс] // RETAIL.RU: [сайт]. URL: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/ovsyanaaya-kollektsiya-kf-khlebnuyu-spas-ot-idei-do-bestsellera/?erid=LjN8KKTgA (дата обращения: 30.10.2023).

УДК 338.5

КУРС НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РФ

Петрова Г.В., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье представлен анализ российского автомобильного рынка в настоящее время, исследованы факторы, влияющие на его дальнейшее развитие. Также приведены и рассмотрены направления и стратегии развития авторынка на ближайшие годы.

Ключевые слова. Автомобильный рынок, отечественные производители, санкции, ключевые игроки, факторы развития.

COURSE FOR IMPORT SUBSTITUTION: CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF THE AUTOMOBILE MARKET IN THE RF

*Petrova G.V. bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article presents an analysis of the Russian automobile market at the present time, and examines the factors influencing its further development. The directions and strategies for the development of the car market for the coming years are also presented and discussed.

Keywords. Automotive market, domestic manufacturers, sanctions, key players, development factors.

Стремительными темпами развивается геополитическая ситуация в стране, которая обостряет отношения между западными странами и Россией. В связи с этим появились экономические санкции, которые непосредственно коснулись многих секторов экономики. Наглядным примером влияния санкций является уход автомобильных марок с российского рынка. После их ухода российский автомобильный рынок кардинально изменился. Постепенно ушла большая часть именитых брендов, появились проблемы с поставками запчастей, цены на авто и их обслуживание взлетели вверх. Важным является то, что стали свободными ниши для отечественных производителей, которые все больше наращивают свои позиции на рынке, благодаря чему население страны в значительной мере переходит на использование и потребление этих товаров. Однако свободные ниши заняли не только отечественные производители, а также и китайские аналоги. Китайские автопроизводители уже анонсируют выход новых автомобилей под своими брендами в России. И одна и другая продукция ожидаемо подорожала.

За прошедшие 9 месяцев 2023 года российский автомобильный рынок демонстрирует значительное повышение уровня продаж новых автомобилей. По данным Комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), по новым автомобилям и легким коммерческим автомобилям в России в апреле и мае 2023 года наблюдается рост продаж в сравнении с 2022 годом – на +70,6% (или на 22 464 штук) и +112,1% (или на 27 198 штук) соответственно [3]. Существенное снижение показателей рынка произошло в 2022 году (до -53,5%) именно по причине общей экономической ситуации в России и внешними политическими проблемами.

Уход зарубежных компаний привел к прекращению поставок новых моделей автомобилей, а также к закрытию, простою и, что самое важное, продаже заводов на территории России. Первым, кто покинул российский рынок, стал всем известный завод Renault. Компания Renault владела 67,69% акций АвтоВАЗа, которые достались в собственность подведомственному Минпромторгу России ФГУП «НАМИ». Через некоторое время после ухода компании с рынка, завод возобновил производство легендарных автомобилей «Москвич». На сегодняшний день, автомобили под брендом «Москвич» являются перемаркировкой китайских автомобилей Jас. Следующие марки, которые покинули российский рынок - Toyota, Lexus и Nissan [2]. Hyundai и Kia приостановили производство еще в 2022 году. Американская компания Ford, как и Hyundai, приостановившая свою деятельность в 2022 году, в итоге продала свою долю (49%) в совместном предприятии «Соллерс Авто» своему российскому партнеру. Однако компания решила оставить за собой право вернуться на рынок в течение пяти лет. Mazda и infiniti поступили также, продав свои активы и проявив желание вернуться на российский рынок.

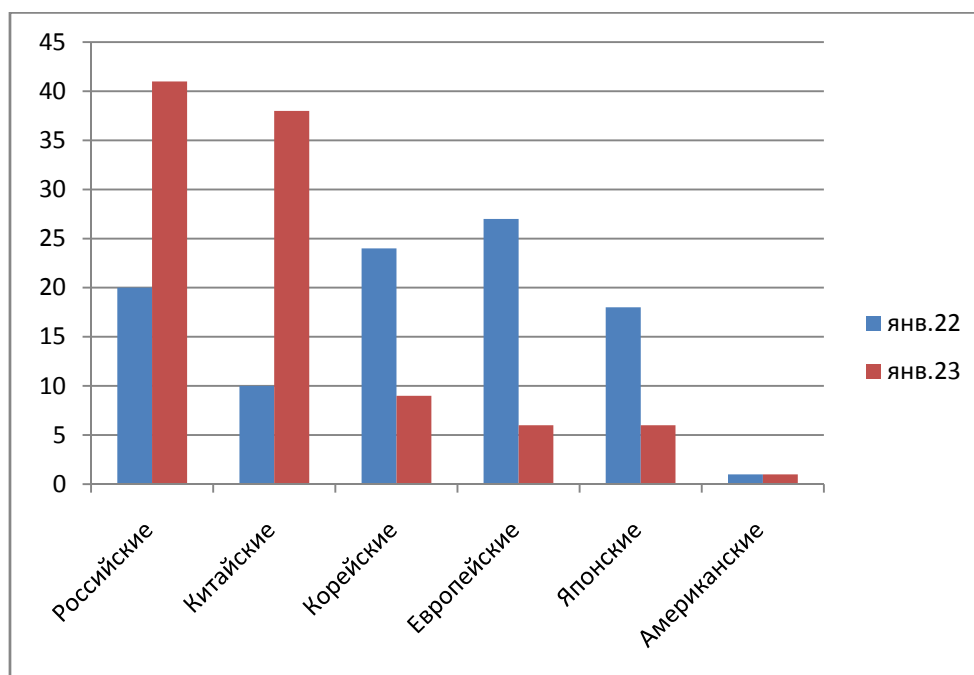


Рисунок 3. Структура марок новых легковых автомобилей в России по стране происхождения

График доказывает, что в 2023 году значительно возросли продажи российских марок автомобилей, тогда как в прошедший 2022 год наблюдается приоритет в покупке европейских авто.

Ключевыми игроками на рынке оказываются российские производители (АВТОВАЗ, ГАЗ, Соллерс Авто) и китайские автоконцерны (GWM

Group, Chery Automobile, Geely Automobile), а также южнокорейская Kia Motors. Также налаживают отношения с Россией иранские бренды. Многие другие иностранные производители уже закрыли свою деятельность в России или собираются это сделать, продав свои активы нашим компаниям. Первостепенным примером такого действия является продажа активов немецкой Volkswagen, включая автозавод в Калуге, дилеру «Авилон».

Введение санкций показало высокую зависимость отечественного автопрома от импортных узлов и компонентов [1]. Так, в 2016–2021 годах в объеме производства авто в денежном выражении она оценивалась в 51–56%. Можно сделать вывод об отсутствии технологического суверенитета.

Стоит отметить, что китайские компании совершенно логично и своевременно разработали стратегию по увеличению доли рынка, начав занимать свободные ниши. Сейчас в продаже появляется все больше и больше китайских марок, которые привлекают жителей России. Завод в Санкт-Петербурге планирует выпускать китайские машины FAW. Однако цены даже на эти машины, как и на российские, заметно растут. По данным Росстата, новые отечественные автомобили подорожали в 2022 году на 29,65%, а новые иномарки – на 39,11%, при росте средней цены на поддержанные в размере 6,75%.

Российский автомобильный рынок не стоит на месте. Даже после всех негативных событий, которые продолжаются, по сей день, Правительство страны старается ввести необходимые меры по улучшению ситуации в стране. Примером является разработка и утверждение в 2022 году стратегии развития автомобильной промышленности до 2035 года. Ее реализацию планируется провести в три этапа: краткосрочный (2022–2025 гг.), среднесрочный (2026–2030 гг.) и долгосрочный (2031–2035 гг.). Выработаны два возможных прогноза развития данной отрасли. Первый – базовый, предполагающий к 2035 году рост доли произведенных в России автомобилей от общих продаж в стране до 60%. Второй – целевой, рассматривающий такой рост до 80%.

Важнейшим является тот факт, что страна вышла на новый сегмент – электромобили. Отмечается рост продаж таких авто, а также поддержка данного сегмента со стороны Правительства РФ, а именно рост инвестиций в электромобили, паритет стоимости обслуживания автомобилей с двигателем внутреннего сгорания и электродвигателем. За 2022 год объем рынка новых электромобилей вырос на 33%, однако в общей сложности на долю электромобилей на данный момент приходится всего 0,5% от общего объема рынка. Для повышения этого показателя необходима соответствующая инфраструктура.

В целом, на данный момент авторынок России, хоть и медленными шагами, но идет на путь восстановления после кризиса. Это наблюдает-

ся в его адаптации к новым условиям, но уже в новом качестве. Произошло замещение за счет импорта и ввоза подержанных автомобилей, и покупательная способность потребителей возвращается на прежние уровни. Стоит отметить, что происходит популяризация отечественного автопрома, а также электротранспорта. Однако произошло резкое повышение цен на автомобильном рынке, средняя цена популярных китайских автомобилей перешагнула за 2 млн рублей. Таким образом, парадигма, что китайский автомобиль – дешевый автомобиль, осталась в прошлом. Потребителю приходится подстраиваться под новые реалии, учитывая отсутствие существенных альтернатив. Основные цели, поставленные перед автомобильным рынком страны: обеспечение технологического суверенитета и локализации автомобилей, определение национальных участников рынка, создание предложения на рынке, использование всех текущих ресурсов.

Базовый прогноз в 2022 году предусматривал то, что российский авторынок к концу 2023 года вырастет на 7%, до 670 тыс., что вполне вероятно. Также в 2022 году были высказаны предположения о том, что ключевыми игроками рынка в ближайшие годы станут российский «Автоваз» и китайские автопроизводители, такие как – Haval, Chery, Geely и т. д. Эти прогнозы также можно считать практически полностью сбывшимися. Если общая ситуация в мире будет стабилизирована, то возможен более высокий рост показателей продажи автомобилей в России. Положительной динамике будет способствовать появление новых брендов. Суммарная доля всех китайских марок в ближайшее время может превысить 25%.

Основными факторами, влияющими на развитие автомобильного рынка России, являются:

- стабильность геополитической ситуации;
- инвестиции частного бизнеса в развитие автопрома, а главное в развитие нового сегмента – электромобилей;
- расширение параллельного импорта;
- положительные и выгодные внешнеэкономические отношения с дружественными странами;
- достижение технологического суверенитета, в том числе за счет государственного финансирования и локализации производства критически важных компонентов;
- снижение и/или устойчивость уровня цен;
- сохранение и развитие государственных программ поддержки автомобильного рынка

Таким образом, российский автомобильный рынок старается не терять свои позиции, адаптируясь к новым условиям. Хотя в 2022 году и наблюдалось снижение показателей продаж, уже в первой половине 2023

года ситуация изменилась в положительную сторону. Российский авторын-ок разрабатывает и создает новые марки автомобилей, поднимая тем са-мым отечественное производство. Вместе с китайскими (а также корей-скими и иранскими) производителями, страна занимает свободные ниши. Ориентируясь на новую стратегию развития автомобильной промышлен-ности, в ближайшие 10 лет страна сможет решить проблемы с поставками запчастей, ценами и прочим. Рынок трансформируется, здесь можно отме-тить следующее: получение дилерства китайских брендов и отечествен-ных брендов, концентрирование на направлении «автомобили с пробе-гом», изменение цепочек поставок. К 2027 году возможно приближение к докризисному уровню в 1,5 млн. машин, но только исходя из основных факторов развития рынка.

Библиографический список

1. Влияние санкций на импорт легковых автомобилей в России // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sanktsiy-na-import-legkovykh-avtomobiley-v-rossii> (дата обращения: 25.10.2023)
2. Статистика и аналитика автомобильного рынка в России // Кибер-Ленинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/statistika-i-analitika-avtomobilnogo-rynka-v-rossii> (дата обращения: 26.10.2023)
3. Аналитическое агентство АВТОСТАТ: сайт. – URL: <https://www.autostat.ru/analytics/page-6/> (дата обращения: 24.10.2023)

УДК 338.24

РОЛЬ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Смык А.П., магистрант 1-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе описывается понятия бизнес-анализа, его роль в обеспечении деловой активности организации, какие существуют «тре-бования» заинтересованных сторон. Значение роли бизнес-аналитики в организации и какие задачи выполняет бизнес-аналитик.

Ключевые слова: бизнес-анализ, деловая активность, требования заинтересованных сторон, стейкхолдеры, бизнес-аналитик, бизнес-процессы, бизнес-единица.

THE ROLE OF BUSINESS ANALYTICS IN ENSURING THE BUSINESS ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

Smyk A.P. 1st year master's student

*Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics,
Associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper describes the concepts of business analysis, its role in ensuring the business activity of the organization, what are the "requirements" of stakeholders. The importance of the role of a business analyst in an organization and what tasks a business analyst performs.

Keywords: business analysis, business activity, requirements of stakeholders, stakeholders, business analyst, business processes, business unit.

Бизнес-анализ был создан для обеспечения развития и успешности бизнеса. В прошлом веке достаточно было рассчитывать рентабельность, проводить SWOT-анализ или оценивать стоимость компании, чтобы оставаться успешным. Однако, на протяжении последних десятилетий стало очевидно, что все эти подходы уже недостаточны. Современному бизнесу нужно уметь изменяться с такой же скоростью, с которой меняется внешняя среда. И чтобы обеспечить себя успешным развитием и конкурентными преимуществами, компаниям нужны специалисты в области бизнес-анализа. Они способны найти не только проблему, но и ее истинную причину, разработать решение, основанное на данных, и обеспечить переход организации от текущего состояния к желаемому будущему состоянию. Бизнес-анализ объединяет не только все ранее разработанные и различно применяемые технологии управления и анализа, но и внедряет новые практики, основанные на гибких подходах, анализе данных и решении бизнес-проблем, основанном на данных.

Согласно определению Ю.Г. Чернышевой, бизнес-анализ – это деятельность, обеспечивающая возможность проведения в организации изменений, приносящих пользу заинтересованным сторонам в определенном контексте, путем выявления их потребностей и обоснования решений, описывающих возможные пути реализации этих изменений [4, с.9].

Согласно определению бизнес-анализа, это процесс, который включает в себя: выявление потребностей всех заинтересованных сторон; анализ причин возникновения проблем; разработку и обоснование возможных решений для этих проблем, основанных на имеющихся данных в соответствии с потребностями для всех заинтересованных сторон; а также создание предложений для дальнейшего успешного развития бизнеса.

То, что обычно считается проблемой, на самом деле часто является просто следствием. Бизнес может столкнуться с различными проблемами, включая потерю клиентов, падение прибыли, снижение качества продукта и так далее. Если акцентировать внимание только на проблеме и не разбираться в ее корнях, в этом случае невозможно найти подходящее решение, которое поможет организации полностью справиться с ней и избежать ее повторения. Однако многие организации прибегают к такой практике, когда они используют ранее примененные решения, чтобы побороть последствия проблемы. Несмотря на похожесть ситуаций, такие решения чаще всего не приводят к ожидаемым результатам, и проблема не решается полностью. Вместе с тем, ресурсы, затраченные на реализацию этих решений, оказываются неэффективными.

Бизнес-анализ обеспечивает возможность выявить реальную причину проблемы – то, что препятствует развитию бизнеса. Он предлагает не просто решение, а такое решение, которое соответствует возможностям и ограничениям организации, учитывает риски изменений и приносит максимальную выгоду при его реализации в данной ситуации. Бизнес-анализ также определит возможные сценарии развития для бизнеса с учетом его стратегии. Уникальность каждого бизнеса и контекст, в котором возникают проблемы, требуют уникальных решений, и именно эту уникальность обеспечивает бизнес-анализ.

Функции бизнес-анализа в качестве креативного инструмента управленческой деятельности применяются во всех отраслях и бизнес-процессах организации: от ассортиментных программ до системы управления качеством, от маркетинга до инвестиций, от управления персоналом до финансового и производственного менеджмента. Он помогает выявлять возникающие проблемы вовремя и предотвращать их, а также находить эффективные пути их решения. Благодаря бизнес-анализу организация успешно преуспевает и способна описывать желаемое будущее состояние, показывая достигнутые результаты в развитии своего бизнеса.

Бизнес-аналитика играет важную роль в обеспечении деловой активности организации. Ее задача состоит в анализе бизнес-процессов и поиске оптимальных решений для улучшения работы компании. Без грамотной бизнес-аналитики организация может потерять конкурентоспособность на рынке.

Бизнес-анализ – это сильный инструмент, применяемый в сфере корпоративного управления, чтобы разрешить проблемы и противоречия, возникающие в деловой деятельности отечественных компаний. В основе всего лежит понятие «требования», которое представляет собой документированные условия и характеристики, необходимые сторонам, заинтересованным в решении своих задач и достижении поставленных целей. Эти требования должны быть выполнены системой без нанесения ей ущерба и

способствовать ее эффективности. Некоторые требования могут быть очевидными, четко сформулированными и измеримыми.

Можно выделить четыре основные группы требований:

1) требования бизнеса – определяют цели, задачи и нужды предприятия на самом высоком уровне управления. Они помогают объяснить причины запуска проекта и определить ожидаемые результаты. Требования бизнеса учитывают потребности всей организации и основаны на анализе ее деятельности для оптимизации бизнес-процессов.

2) требования заинтересованных сторон – отражают нужды конкретных групп людей и влияют на принятие решений

3) требования решения – подробно описывают характеристики, которыми должно обладать решение задач, чтобы удовлетворить требования бизнеса и заинтересованных сторон.

4) переходные требования.

Функциональные требования определяют функции системы и то, что она должна делать. Они описывают функции системы, то есть операции, которые система должна выполнять, и возможности, которые она должна реализовать.

Нефункциональные требования относятся к ограничениям и качественным характеристикам системы. Такие требования также могут называться качественными или дополнительными требованиями. Нefункциональные требования могут включать такие аспекты, как эффективность, надежность, безопасность, масштабируемость, доступность, удобство использования, поддержку различных языков и т.д.

Обе эти категории требований необходимы для создания эффективного и соответствующего ожиданиям пользователей программного обеспечения или системы.

Удовлетворение требований различных групп заинтересованных сторон является важным фактором для эффективности бизнес-модели и предотвращения конфликтов. Для принятия решений и удовлетворения требований необходимо проводить выявление, согласование, документирование и анализ значимости требований для бизнеса. Таким образом обеспечивается успешная работа и развитие компании в соответствии с ожиданиями заинтересованных сторон.

Анализ требований – это сложная задача, которая требует глубокого рассмотрения деловой среды, выявления всех вовлеченных сторон и классификации их требований в соответствии с их значимостью. Определение этих сторон и организация сбора их требований являются неотъемлемыми этапами в данной деятельности. Среди вовлеченных сторон находятся все те, кто способен оказывать влияние на деятельность организации или быть под их влиянием (акционеры, руководители компании, сотрудники, фи-

нансовые учреждения, клиенты и деловые партнеры, государственные структуры, общественные организации).

Для сбора требований необходимо использовать анкетирование, интервью, обратную связь и существующие системы коммуникации. Также важно провести анализ рыночной ситуации на товарных, финансовых и рынках труда. Требования следует идентифицировать и классифицировать по различным категориям. Для определения бизнес-требований и выявления разрывов с текущими показателями компании, необходимо провести анализ хозяйственной деятельности и анализ деловой активности организации. Это позволит найти возможности для устранения этих разрывов и обеспечения стабильного функционирования и развития компании.

Для анализа организации необходимо оценить требования и найти способы их улучшения. Важно моделировать бизнес-процессы и аспекты, чтобы они соответствовали требованиям. Определение приоритетов, оценка рисков и ограничений также являются важной частью процесса. Решения должны быть обоснованы с технико-экономической точки зрения.

Для достижения соразмерных решений важно разрабатывать и сравнивать альтернативные варианты изменений, с участием заинтересованных сторон. Они имеют право на информацию о реализации решений и оценку результатов проектов. При этом, если интересы какой-либо группы не являются объектом исследований, то правило не применяется.

Качественный бизнес-анализ включает оценку текущего состояния бизнес-процессов и операций компании, выявление узких мест и неэффективных методов работы. Он также включает анализ рынка и конкурентов, для выявления потенциальных возможностей и конкурентных преимуществ. Анализ данных и информации компании позволяет прогнозировать развитие бизнеса и принимать обоснованные решения. Необходимо также учитывать социально-экономические и политические факторы, чтобы прогнозировать возможные изменения во внешней среде и принимать соответствующие меры. Качественный бизнес-анализ помогает компании понять свои потребности, уязвимости и возможности, предотвратить угрозы, оптимизировать бизнес-процессы и принимать обоснованные решения для развития и успеха.

Отслеживание изменений в требованиях стейкхолдеров является важным аспектом бизнес-анализа, поскольку позволяет обеспечить соответствие деятельности компании или проектов ожиданиям заинтересованных сторон. Основной задачей бизнес-анализа в этом случае является систематическое изучение требований стейкхолдеров и их изменений. Для этого проводятся уточнения и анализ документации, проводятся собеседования со стейкхолдерами, а также мониторятся социально-экономические процессы, рыночная конъюнктура и другие факторы, которые могут повлиять на требования стейкхолдеров.

Бизнес-аналитик – это профессионал с богатым опытом, чья главная цель состоит в поддержке стабильного и инновационного развития компаний. Его задача заключается в разработке новых сфер деятельности или улучшении уже существующих, включая основные и дополнительные бизнес-процессы, с учетом целей компании и ее заинтересованных сторон. В настоящее время роль бизнес-аналитика в России является актуальной и полностью соответствует стратегии модернизации и инновационного развития.

Основная задача бизнес-аналитика заключается в анализе и интерпретации данных, чтобы помочь организации развить свой потенциал и достичь успеха на рынке. Бизнес-аналитик играет важную роль в процессе принятия решений, позволяя компаниям прогнозировать тренды и определять возможности для роста и развития. Он также активно участвует в разработке целей, концепций, стратегий и конкретных проектов развития предприятия.

Важным аспектом работы бизнес-аналитика является отслеживание и анализ изменений в требованиях заинтересованных сторон. На основе этих изменений формулируется концепция достижения оптимального состояния организации и определяются направления его развития. Для оценки реализации такой концепции нужно определить соответствующие критерии, разработать систему оценочных показателей и определить их целевые значения.

Прежде всего, бизнес-аналитик играет важную роль в определении потребностей и целей организации. Этот процесс начинается с тщательного изучения бизнес-моделей, анализа текущих бизнес-процессов и оценки их эффективности. Бизнес-аналитик использует различные методы и инструменты для сбора данных, а также проводит интервью с участниками команды и заинтересованными сторонами.

После того как бизнес-аналитик получил полное представление о потребностях организации, он переходит к разработке стратегии и плана действий. Он проектирует оптимальные бизнес-процессы, определяет необходимые изменения в структуре организации и предлагает решения для их реализации. Бизнес-аналитик также работает с интересующими стейкхолдерами, чтобы учесть их потребности и предложить варианты, которые обеспечат наибольшую выгоду для компании.

Кроме того, бизнес-аналитик играет важную роль в определении ключевых показателей эффективности (KPI), которые позволяют оценить результаты внедрения новых стратегий и бизнес-процессов. Он разрабатывает систему мониторинга и анализа данных, которая позволяет отслеживать производительность организации и принимать оперативные решения для повышения ее эффективности.

С течением времени происходят изменения в составе, структуре и потребностях групп, что означает, что прежние ориентиры перестают быть актуальными для оценки эффективности предприятия и его бизнес-

процессов. Старые решения устаревают, поэтому необходимо сконцентрироваться на прогнозировании будущего состояния системы. Это поможет разработать методы предварительного анализа и прогнозирования изменений в бизнес-процессах.

Бизнес-аналитик играет важную роль в развитии предприятия, исследуя и моделируя его бизнес-процессы. Он стремится улучшить эффективность и структурированность этих процессов. Одним из методов, используемых бизнес-аналитиком, является моделирование бизнес-процессов. Это создание формальной модели, которая объединяет все связанные хозяйственные и управленческие процессы организации. В модели учитываются взаимосвязанные виды деятельности и преобразование входящих потоков с помощью конкретной технологии.

Любое предприятие состоит из взаимосвязанных бизнес-процессов. Они можно разделить на три группы: процессы, которые затрагивают несколько отделов или протекают через все предприятие; процессы, которые ограничены рамками одного отдела; и элементарные функции, которые выполняются одним человеком.

В отличие от автоматизированных технологических процессов, бизнес-процессы требуют активного участия человека, который будет нести ответственность за их выполнение и достижение результатов. Этот специалист называется владельцем процесса. Владелец процесса должен обладать необходимыми ресурсами и полномочиями для его эффективной реализации. В связи с тем, что каждый бизнес-процесс выполняет определенные функции внутри организации, владелец процесса должен подчиняться конкретным руководящим структурам. В некоторых случаях управление бизнес-процессом может осуществляться коллегиально, с участием нескольких специалистов.

Тем самым, если мы рассматриваем бизнес-процесс как объект управления, то владелец процесса становится активной стороной, осуществляющей это управление. В такой ситуации необходимо определить как входные, так и выходные данные, а также все ресурсы, используемые в рамках данного процесса.

Входная информация бизнес-процесса - это то, что этот процесс использует и преобразует для создания конечного результата. Это может быть различные ресурсы, документы, информация и т.д.

Выходная информация бизнес-процесса – это конечный результат выполнения процесса, которым могут быть материальные объекты, информация или услуги, используемые клиентами.

Бизнес-процесс требует различных ресурсов, таких как персонал, оборудование, программное обеспечение, связь и т.д., которые не являются его частью, но необходимы для его выполнения.

Отличие ресурсов процесса от его входов заключается в том, что ресурсы подлежат управлению владельцем процесса. Их объем и структура планируются и определяются на протяжении всего периода работы процесса. В то же время, входные данные процесса поступают извне и их объем планируется в соответствии с выпуском определенного количества продукции или выполнением определенного числа циклов работы.

Анализ и моделирование бизнес-процессов позволяет оптимизировать работу компании и повысить ее конкурентоспособность. Бизнес-процесс – это логическая последовательность операций, которые используют и преобразуют ресурсы с целью создания продукции, имеющей ценность для потребителя.

При рассмотрении структуры компании, бизнес-единицы выделяются как организационно и юридически самостоятельные подразделения, отвечающие за конкретные бизнес-процессы или виды деятельности в рамках исследуемой компании. Несмотря на принадлежность к вышестоящему руководству, бизнес-единицы имеют некоторую степень экономической независимости и выполняют определенные функции в бизнес-процессах. Работники бизнес-единиц могут заниматься специфическими задачами, присущими только своей единице, или быть вовлеченными в более общие процессы. Таким образом, анализу должны подвергаться не только бизнес-процессы, но и сами бизнес-единицы, ответственные за их осуществление.

В заключение, роль бизнес-аналитика в обеспечении деловой активности организации неоспоримо важна. Его задачи включают анализ бизнес-процессов, разработку стратегии, определение KPI и обучение сотрудников. Благодаря грамотной работе бизнес-аналитика, компания может достичь высокой эффективности и конкурентоспособности на рынке.

Библиографический список

1. Бариленко В.И. Методология бизнес-анализа: учебное пособие/В.И. Бариленко. Москва: КноРус, 2022. 217 с.
2. Никифорова Н.А., Стратегический анализ бизнес-процессов 3D. Данные, диагностика, действия: монография/Н.А. Никифорова, Т.Б. Иззукка, С.Н. Миловидова. Москва: Русайнс, 2020. 303 с.
3. Основы бизнес-анализа: учебное пособие/В.И. Бариленко, О.В. Ефимова, В.В. Бердников [и др.]; под ред. В.И. Бариленко. Москва: КноРус, 2022. 270 с.
4. Чернышева Ю.Г. Бизнес-анализ: учебник/Ю.Г. Чернышева. Москва: ИНФРА. – М, 2023. 648 с.
5. Кнышов А.В., Бизнес-анализ в управлении: монография/А.В. Кнышов, А.Л. Золкин. Москва: Русайнс, 2022. 85 с.

6. Баландина Н.Г. Роль инструментов бизнес-анализа в повышении эффективности управления предприятием / Н. Г. Баландина // Наукосфера. 2022. № 4-2. С. 337–341.

7. Фу Ю. Исследование роли бизнес-анализа в устойчивом развитии предприятий/Ю. Фу//Интеллектуальный и научный потенциал XXI века: Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции, Минск, 15 марта 2023 года/Под общей редакцией А.И. Вострецова. Нефтекамск: Научно-издательский центр «Мир науки» (ИП Вострецов Александр Ильич), 2023. С. 47–50.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕОРИЙ ПОКОЛЕНИЙ

Филимонова А. А., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе описана взаимосвязь теорий поколений и маркетинговых исследований, с целью выявления потребностей и формирования точного рекламного предложения и маркетинговой кампании в целом. Выявлено влияние особенностей поколений на покупательскую способность клиентов и предпочитаемые инструменты взаимодействия с ними.

Ключевые слова: теория поколений, буммеры, зуммеры, миллениалы, сегментация аудитории, маркетинговые исследования, анализ аудитории, целевая аудитория, потребности клиента, покупательская способность, реклама, маркетинговые инструменты, трафик, социальные сети, тренды, рекламные каналы, телевидение, СМИ, особенности поколений.

MARKETING ACTIVITIES OF ORGANIZATIONS FROM THE POINT OF VIEW OF VARIOUS THEORIES OF GENERATIONS

Filimonova A. A. 4th year bachelor

*Scientific supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. The work describes the relationship between generational theories and marketing research in order to identify needs and formulate an accurate advertising offer and marketing campaign as a whole. The influence of

generational characteristics on the purchasing power of clients and the preferred tools for interacting with them has been revealed.

Keywords: theory of generations, boomers, buzzers, millennials, audience segmentation, marketing research, audience analysis, target audience, client needs, purchasing power, advertising, marketing tools, traffic, social networks, trends, advertising channels, television, media, features generations.

В прошлом множество компаний работали для всех и каждого, но предложение, подходящее каждому клиенту, – большая редкость. Скорее всего мы не сможем найти изделия, услуги и продукты, которые понравятся всем, без исключения. Поэтому маркетолог в начале своей работы выделяет долю рынка, наиболее подходящую, под запрос. Это и есть сегментация целевой аудитории – разделение существующих и возможных клиентов на мелкие группы по идентичным чертам. Например, по уровню дохода, возрасту, интересам или местонахождению.

Выделяют 4 основных типа сегментации клиентов: демографическая, психографическая, географическая и поведенческая.

Сегментирование по демографическому признаку предлагает разбивку на основе демографических переменных: пол, возраст, этап жизненного цикла семьи, размер семьи, уровень дохода, образование, религиозные убеждения, раса, национальность.

При психографическом сегментировании покупателей подразделяют на группы по принадлежности к общественному классу, образа жизни и/или характеристик личности.

Сегментирование по географическому принципу предполагает разбивку рынка на разные географические единицы: государства, штаты, регионы, округа, города, общины. Фирма может действовать в одном или нескольких географических регионах или во всех регионах, но с учетом различий в нуждах и предпочтений клиентов.

При сегментации на основе поведенческих особенностей покупателей делят на группы в зависимости от их знаний, отношений, характера использования товара и реакции на этот товар.

Сегменты и их типы помогают специалистам выделить на рынке уровни, в зависимости от их возможностей. Большинство компаний в нашей реальности страдают от отсутствия сегментации, чем от её переизбытка, методично переоценивая объемы рынка и покупательскую способность аудитории.

Когда маркетинг только зарождал понятие «сегментация целевой аудитории» маркетологам было достаточно использовать демографические и/или географические признаки. Иначе говоря, зная возраст или разбег по возрасту потенциальных покупателей, тогда они могли примерно прикидывать, что их

целевая аудитория – это девушки от 20 до 40 лет, выбирать все подряд интересы и запускать на них рекламу, все это неплохо работало. Раньше можно было очень смело обобщать сегментацию целевой аудитории, но, когда конкуренция в рекламе и маркетинге стала стремительно расти, количество рекламных инструментов и рекламных настроек начали расширяться и появляться новые, пришлось сегментировать аудиторию точнее.

Сейчас маркетологи стали обращаться к «Теории поколений» Нейла Хоу и Уильяма Штрауса. В 1991 году два ученых из США проанализировали историю страны от 1500-х годов до наших дней и выявили некую цикличность в развитии общества. Теория описывает цикличность поколений со сходными чертами в характере, сформированными внешними факторами и социально-экономическими особенностями окружения. Она гласит, что каждые 20–25 лет появляется новое поколение, взгляд и ценности которых кардинально отличаются от предыдущего и поэтому отличается их потребительское поведение. Следовательно, продавать каждому из этих поколений нужно по-разному.

Итак, какие же инструменты подходят для разных поколений? Рассмотрим на примере трех поколений, которые сейчас являются наиболее платежеспособной аудиторией.

Бумеры, зуммеры, миллениалы.

Бумеры (поколение X) – многочисленно, в России это примерно тридцать миллионов человек, родившиеся в промежуток с 1964 до 1984 года. С этого поколения начался рассвет космополитизма.

Самостоятельные, не избалованные дети, умеющие позаботиться о себе, выросли в расчетливых и технически подкованных взрослых. Резкое изменение курса и перестройка научили их полагаться только на себя и быстро адаптироваться к изменениям. Благодаря прагматизму и готовности к изменению многие представители этого поколения реализовались в бизнесе: Евгений Касперский, Сергей Галицкий, Аркадий Волож.

Маркетологи считают, что поколение X, на которое сильно повлияла электронная пресса наиболее восприимчиво к традиционным рекламным методам, потому что креативная реклама для зумеров кажется им чем-то безумным.

Их интересует несколько ДНК бренда, сколько выгода, поэтому наиболее эффективные рекламные инструменты для взаимодействия с ними:

- E-mail рассылки;
- традиционные рекламные каналы: телевидение, печать;
- реклама в соцсетях и онлайн-играх;
- акционные предложения;
- пошаговые инструкции того, как получить товар и/или услугу.

Бумерам важно понимать на каждом этапе взаимодействия с компа-

нией какую максимальную пользу они получают от продукта, они ценят личные отношения и доверие. Поэтому маркетинговые кампании, ориентированные на установление личного контакта, могут быть наиболее успешными для этого поколения.

Миллениалы (поколение Y) – в России – 28.5% населения 1984–2000 годы.

Распад СССР, «лихие девяностые», атипичная пневмония, распространение интернета, появление зарубежных товаров, MTV, дух свободы, пейджеры, телефоны и многочисленные возможности для личностного роста – сформировали особенности этого поколения. Они стремятся к самовыражению, они легко принимают что-то новое, рассчитывают на себя, а не на институты общества. Прогресс в общении начался именно с миллениалов, он сделал их коммуникабельными, но ослабил социальные связи. Толерантность, индивидуализм, забота об экологии, излишняя доверчивость интернету, нежелание сковывать себя обязательствами, независимость и свобода во всех продлениях – именно так можно описать представителей этого поколения.

Поэтому при выборе товара или услуги они, в большинстве случаев, опираются на отзывы и сарафанное радио. Любят публичность и хвастаются в соцсетях.

Рабочие стратегии для влияния на них:

- реклама в более «трендовых» социальных сетях;
- рекламные интеграции с инфлюэнсерами;
- сайты-отзовики;
- четкая миссия бренда, направленная на экологию и помощь нуждающимся.

Поколение выбирает не только товар, но и сам бренд, так как взрослые в период изобилия. Зачастую миллениалы предпочитают онлайн-шопинг и мобильные приложения, поэтому эффективный онлайн-маркетинг и простота использования будут для них преимуществом.

Зумеры (поколение Z) – самое свежее дееспособное поколение России, родившиеся в двухтысячных (2000–2020 год).

Поколение зумеров не видело мир без интернета и компьютеров, на них явно повлияли: цифровизация, незыблемость власти и неимение конкретных перспектив. Если для миллениалов смартфон – инструмент для поиска решений и средство для связи, то для их последователей – неотъемлемая часть жизни. Данное поколение не отличается особыми чертами новаторов, они имеют опосредованное представление о мире, предпочитают одиночество и осторожность. Раньше запоминали информацию и использовали ее в нужный момент, поколению Z привычнее запомнить путь к этой информации. Они многозадачны и продуктивны, но при этом

имеют проблемы с концентрацией и клиповое мышление. Доступ к любой информации и невероятному количеству знаний обесценивается этим поколением, зумеры предпочитают развлечения и пустое общение.

Зумеры – настоящая боль современных маркетологов, так как их покупательское поведение очень хаотично и иногда не поддается логике. Но именно они задают тренды, которые в последствии маркетологи адаптируют под свою специализацию.

Что подходит для них?

- реклама через TikTok, YouTube и Telegram, а также сотрудничество с блогерами -ключевые инструменты;
- основа рекламы - визуальный и аудиальный контент;
- тренды (если компания не отслеживает их и не создает вирусный контент, она проиграла);
- максимально короткий путь до целевого действия.

Контент для зумеров очень специфичный. Они ожидают персонализированный опыт, а также ценят аутентичность и честность. Бренды, которые честно выражают свои ценности и поддерживают социальные и экологические инициативы, активно привлекают Зуммеров.

Каждое из этих трех поколений имеет свои уникальные черты, ценности и предпочтения, благодаря чему маркетологи могут подробнее изучить потенциальных клиентов и составить точный аватар целевой аудитории, с учетом всех особенностей поколений. Работая с бумерами стоит акцентировать внимание на продуктах и услугах, которые подчеркивают надежность и опыт. Миллениалы доверяют лидерам мнений, а зумеры ожидают инноваций от брендов.

Для успешной маркетинговой стратегии необходимо учитывать эти различия и адаптировать подход к каждому поколению. Кроме того, важно помнить, что поколения эволюционируют, и их предпочтения могут меняться с течением времени. Маркетологи должны постоянно анализировать изменение в поведении поколений и быстро адаптировать их в рынок.

Теория поколений, как и любая иная в маркетинге, не идеальна, но она помогает точнее понять ценности и образ жизни нашей целевой аудитории. Следовательно, понимание особенностей каждого поколения позволяет компаниям разрабатывать стратегии, которые максимально соответствуют ожиданиям и интересам своей целевой аудитории.

Библиографический список

1. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. М.: Экономистъ, 2003. 568 с.

2. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.

3. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. 3-е изд. Москва: Альпина Паблишер, 2011. 211 с.

4. Marketing Essentials, 1984. Philip Kotler / Филип Котлер: Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. М., 1990

УДК 339.13

ВОПРОСЫ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ «ГОЛУБЫХ ОКЕАНОВ» В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Чухрай А.А., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрены возможности практического применения стратегии «голубых океанов», которая особо актуальна для экономических субъектов в условиях низкого спроса на производимую продукцию (работы, услуги) и большого количества конкурентов. Не нужно пытаться обогнать конкурентов, нужно создавать свой уникальный рынок, на котором их нет.

Ключевые слова: стратегия, стратегическая канва, конкуренция, бизнес-среда, «голубой океан», «алый океан», альтернативная отрасль.

ISSUES OF PRACTICAL APPLICATION OF THE "BLUE OCEANS" STRATEGY IN A HIGHLY COMPETITIVE ENVIRONMENT

Chukhray A.A. Bachelor of the 3rd year

*Scientific supervisor: Taenchuk Ya.Yu., Candidate of Economics,
associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper considers the possibilities of practical application of the "blue oceans" strategy, which is particularly relevant for economic entities in conditions of low demand for manufactured products (works, services) and a large number of competitors. There is no need to try to overtake competitors, you need to create your own unique market in which they do not exist.

Keywords: strategy, strategic outline, competition, business environment, "blue ocean", "scarlet ocean", alternative industry.

«Конкуренция – удел проигравших»

Питер Тиль

Независимо от того, в какой отрасли функционирует экономический субъект, он вынужден постоянно соперничать с другими участниками рынка. Для организаций и предприятий, которые не просто хотят обойти своих конкурентов, а создать отдельный уникальный рынок, на котором пока еще нет конкурентов, особо актуально применение стратегии «голубых океанов». Данную стратегию в 2005 году впервые описали в одноименной книге Blue Ocean Strategy Чан Ким и Рене Моборн.

Анализ книги показал, что авторы делят рынок на два океана: голубой и алый. В прозрачных водах «голубого океана» нет ни конкуренции, ни правил, однако, имеется множество прибыльных возможностей. «Алый океан» перенасыщен компаниями, которые сражаются за одних и тех же клиентов. Они подчиняются строгим правилам игры и пытаются превзойти друг друга, чтобы постараться урвать «лакомый кусочек» существующего спроса. Естественно, чем больше конкурентов, тем труднее компании привлечь своим товаром потребителя, отсюда низкая прибыль. В огромной конкуренции предприятия воруют идеи друг друга и выпускают продукты очень часто мало чем отличающиеся.

Начать свой бизнес с нуля достаточно непросто. В гонке за прибылью компании чаще всего идут по проверенному пути и создают плагиат чужого бизнеса. Например, раньше потребители были верны брендам: если порошок, то обязательно Tide, если зубная паста, то Colgate. Но вот на рынке появляется другой бренд, который к тому же дешевле. В этом случае есть вероятность, что потребитель изменит свои предпочтения. Компаниям становится все труднее выделяться из толпы и привлекать к своему товару покупателей.

Среди 108 организаций было проведено исследование на предмет доходности их бизнес-стратегий. Выяснилось, что 86% идей были нацелены на усовершенствование уже имеющегося продукта, компании не выходили за пределы «алого океана» и оперировали в рамках существующего рыночного пространства. Средняя прибыль по «алому океану» составила 39%. Из 108 компаний только 15 были сосредоточены на развитии в «голубом океане», разрабатывали продукты, которые ранее не были представлены на рынке, которые имели свою уникальность. Данный сектор сгенерировал 61% суммарной прибыли.

Очевидно, что стратегия «голубого океана» гораздо перспективнее. Рассмотрим применение данной стратегии на примере нескольких российских субъектов предпринимательства:

1. Производство тульского пряника. В настоящее время тульские пряники изготавливаются на тульских фабриках, а также рядом более мелких производителей. «Голубой океан» представлен новым рынком по продаже аутентичных сладостей для туристов. С момента государственных инвестиций в сфере туризма, компании по производству тульских пряников сформировали «голубой океан» на продаже уникальной продукции, а именно, сувенирных пряников для туристов [1].

2. Сеть авторских московских ресторанов «Грабли». Новый рынок здесь представлен доступной едой с ассортиментом шведского стола. На сегодняшний день компанию можно считать сформировавшей «голубой океан». На рынке не присутствует аналогичных ресторанов, с таким же ассортиментом, ценами и удобством, а значит с аналогичной ценностью для потребителя [2].

3. Формат книжных магазинов «Сила ума» и их проект «PushBooks: книги, которые дочитывают». Внимание сосредоточено на том, что есть полезные, качественные, гениальные книги, но найти их на русском языке просто невозможно. Поэтому, чтобы позволить читать любые книги на русском языке, компания создала издательство «PushBook», цель которого переводить и издавать книги, не дожидаясь устаревания в них информации. Также издательством был придуман Пушер-электронный помощник, оказывающий поддержку читателям при изучении книги. Так при приобретении книги, читатели в течение двух месяцев, именно столько необходимо на грамотное изучение книги, получали различные материалы, чек-листы, напоминания, подсказки от экспертов. Данные дополнительные материалы помогали не только читать, но и применять полученные знания на практике.

Краеугольным камнем стратегии «голубого океана» является, так называемая, инновация ценности, которая означает предоставление высокой ценности при меньших затратах. Инновация ценности достигается, когда компания сочетает её с практичностью, ценой и издержками.

Для выявления уникальной рыночной ниши необходимо провести анализ с помощью стратегической канвы, которая позволяет решить две основные задачи:

- отразить текущее положение дел на известном пространстве рынка, что позволит понять, куда конкуренты вкладывают средства и каковы характеристики их продуктов.

- отобразить ценность, которую клиенты получают за свои деньги.

Стратегическая канва – это своеобразный график-скриншот рынка. По горизонтали представлена информация о конкурентах и их предложениях. По вертикали – ценность, которую получают клиенты. Канва, к тому же, является инструментом поиска «голубого океана» и визуализации стратегии, а также способом проверки жизнеспособности идеи «голубого океана».

На рис. 1 представлена стратегическая канва на примере российской розничной сети супермаркетов Магнит.

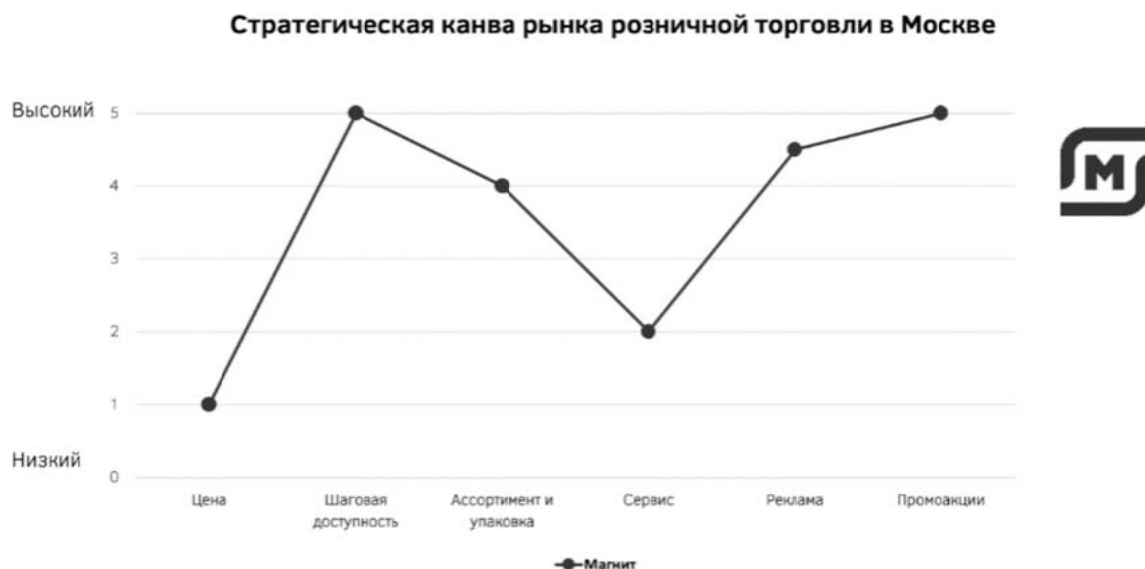


Рисунок 1. Стратегическая канва розничной сети Магнит

Основной посыл в коммуникации отдается промоакциям, розыгрышам призов. Цена является очень важной составляющей. Магнит расположен в шаговой доступности, большое количество магазинов и это действительно удобно. Компания инвестирует значительно в рекламу - это более 1 млрд. руб. в год. У таких сетей как пятерочка, лента, перекресток стратегическая канва практически идентична. В связи с этим можно сделать вывод, что на рынке розничной торговли выделяется шесть основных факторов конкуренции:

1. Низкая цена.
2. Шаговая доступность.
3. Широкий ассортимент и привлекательная упаковка.
4. Большие инвестиции в рекламу.
5. Акцент на промоакциях.
6. Качество сервиса не всегда является ключевым.

Зная общие факторы конкуренции для игроков рынка, можно найти или создать новые категории, которые в отрасли совсем не приняты и игнорируются остальными участниками рынка.

На рис. 2 показана стратегическая канва ВкусВилл в сравнении с общей канвой магазинов розничной торговли.

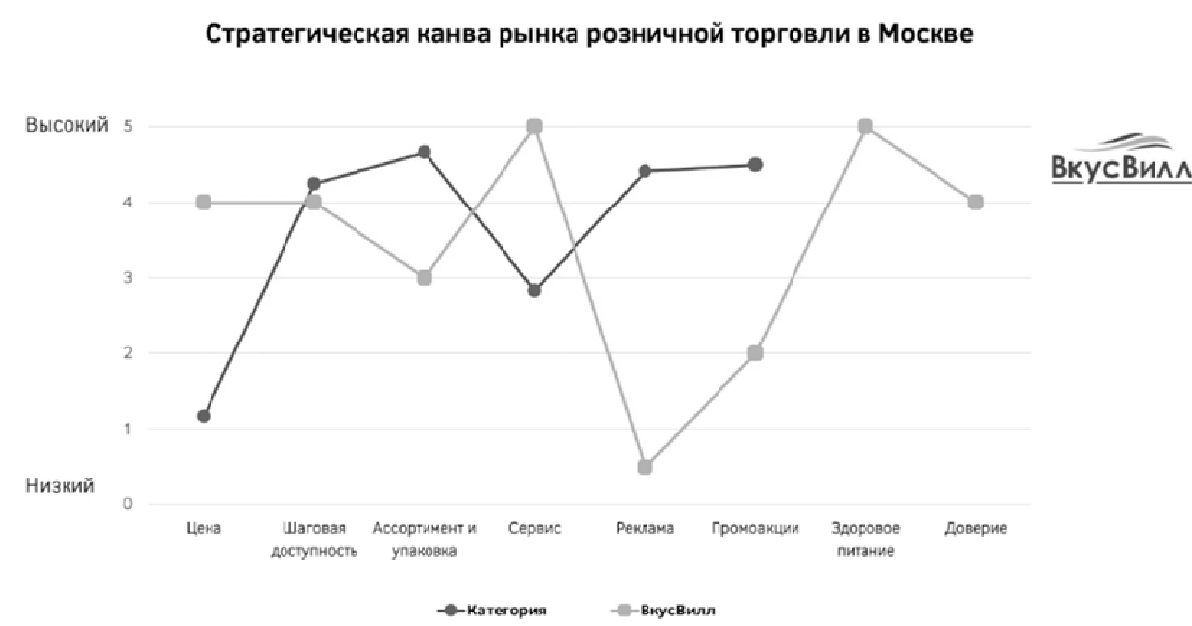


Рисунок 2. Стратегическая канва ВкусВилл в сравнении с общей канвой розничной торговли

По канве видно, что ВкусВилл добавил такие факторы как: здоровое питание и доверие, что не является типичным для данной отрасли. Также компания снизила значимость ассортимента и упаковки. Ассортиментная матрица не такая богатая как у конкурентов и упаковка максимально простая, но при этом информативная. ВкусВилл отказался от высочайших инвестиций в рекламу и сфокусировал свое внимание на программе лояльности. Уровень сервиса и цена выше, чем у конкурентов, однако клиенты готовы платить за высокое качество.

Второй и самый важный инструмент стратегии «голубого океана» – «Модель четырех действий», включающая нахождение ответов на четыре вопроса:

1. Какие факторы отрасли стоит упразднить? (упразднение).
2. Влияние каких факторов следует снизить? (снижение).
3. Какие факторы нужно повысить по сравнению с существующими в отрасли стандартами? (повышение).
4. Какие факторы отрасли необходимо создать? (созидание).

Цель первых двух вопросов – сокращение расходов бизнеса. А третий и четвертый вопросы направлены на создание новой уникальной ценности [1].

Как же найти свой «голубой океан»? Чан Ким и Рене Моборн дают шесть практических советов или, иначе говоря, шесть путей для создания стратегии «голубого океана».

Первый путь – проанализировать функциональную и эмоциональную привлекательность товара для потребителей. В некоторых отраслях конкурируют по цене и функциям, исходя из полезности товара – это функцио-

нальная привлекательность. В других отраслях конкуренция опирается на чувства покупателей – здесь задействована эмоциональная привлекательность. Например, кофе – это функциональный продукт, но Starbucks сделала его эмоциональным, убедив свою целевую аудиторию, что Starbucks не просто место, чтобы купить кофе, а место, где можно расслабиться и забыть о своих проблемах, поработать или встретиться с друзьями.

Второй путь – рассмотреть альтернативные отрасли.

Третий путь – проанализировать дополнительные продукты и услуги. В чем заключается ценность похода в кино? Это могут быть услуги няни и парковки. Сложно представить кинотеатр, который предлагал бы услуги присмотра за детьми. А ведь это идея для «голубого океана». Предпринимателю всегда стоит думать о том, что происходит до, во время и после использования предлагаемого продукта.

Четвертый путь – изучить стратегические группы и отрасли. Необходимо обратить внимание на группу компаний в рамках отрасли, которые придерживаются схожей стратегии. Например, обувной магазин и интернет-магазин обуви. Стоит учитывать факторы, влияющие на решение клиента сменить категорию.

Пятый путь – рассмотреть группы потребителей. Датский производитель инсулина Novo Nordisk создал «голубой океан» в своей отрасли. Вместо того, чтобы реализовать свой продукт через врачей, он напрямую обратился к пациентам. Оказалось, что основная проблема заключалась в неудобстве ввода инсулина. Так компания разработала NovoPen – первое удобное в использовании решение для инъекций инсулина. Данное введение превратило Novo Nordisk из производителя инсулина в организацию по борьбе с диабетом. Сегодня она является мировым лидером в области лечения диабета.

Шестой путь – всмотреться в завтрашний день. Все отрасли подвержены влиянию внешних тенденций. Отслеживание и предугадывание изменений – это возможность создания нового рынка. К примеру, Netflix одним из первых выявил тренд стриминга и создал свою платформу. Предпринимателю важно определить тенденции, которые в ближайшем будущем могут повлиять на его отрасль.

Таким образом, «голубой океан» является достаточно привлекательной и прибыльной стратегией развития бизнеса. И если предпринимателю удастся найти свою нетронутую рыночную нишу, можно значительно облегчить работу и выйти на новый уровень.

Библиографический список

1. Чан У. Ким Стратегия голубого океана / Ким У. Чан, Рене Моборн. М.: Гиппо, 2010. 272 с.

2. Тульский пряник [Электронный ресурс]: официальный сайт Wikipedia.-Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%BA

3. Сеть ресторанов «Габбли» [Электронный ресурс]: официальный сайт.-Режим доступа: Тульский пряник [Электронный ресурс]: официальный сайт Wikipedia.-Режим доступа: <https://grabli.ru/>

УДК 338.46

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ РЕШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*Щеголева М.М., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н, доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается клиентоориентированность и ее составляющие в рамках теоретического аспекта, а также на примере российского банка ПАО «Сбер». Изучены и проанализированы способы реализации клиентоориентированного подхода с использованием информационных технологий в ПАО «Сбер», а также приведены конкретные примеры их реализации.

Ключевые слова: клиентоориентированность, клиентоориентированный подход, ПАО «Сбер», банк, цифровизация.

CUSTOMER-ORIENTED SOLUTIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

*Shchegoleva M. M. bachelor's degree of the 4th year
Supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines customer orientation and its components within the framework of the theoretical aspect, as well as on the example of the Russian bank PJSC "Beber". The ways of implementing a customer-oriented approach using information technologies in PJSC "Beac" are studied and analyzed, as well as specific examples of their implementation are given.

Keywords: customer orientation, customer-oriented approach, PJSC "Sber", bank, digitalization.

В условиях современной экономики и обостренной конкуренции на рынке российским организациям необходимо на постоянной основе поддерживать свои конкурентные преимущества, все больше ориентируясь на запросы потребительского рынка. Каждая компания в рамках специфики своей хозяйственной деятельности стремится предложить лучшие условия для покупателей, различными способами стимулируя их приобрести продукцию именно данной организации среди обширного выбора альтернативных товаров и услуг, а также сформировать положительную репутацию и хорошее впечатление от покупки для реализации дальнейших коммуникаций в рамках взаимоотношений компании и клиента. Так, высокая степень клиентоориентированности позволяет организациям не только удерживать уже существующую клиентскую базу, но и расширять ее, разрабатывая и внедряя новые клиенториентированные решения и подходы в свою деятельность. Также, стоит учитывать все больше развивающуюся тенденцию цифровизации бизнес-процессов российских компаний, которая, на данный момент внедряется не только в производственные процессы, но и иные области работы, в том числе в политику клиентоориентированности. Таким образом, обуславливается актуальность изучения вопроса о цифровизированных клиентоориентированных решениях, т.к. сочетание качественного обслуживания потребителей с востребованными направлениями экономического развития организаций формирует фундамент для создания благоприятных условий взаимодействия покупателя и продавца, что, в конечном итоге, может в значительной степени влиять на достижение главной цели любого современного бизнеса – максимизации получаемой прибыли.

В рамках теоретического аспекта клиентоориентированность можно определить как системные и целенаправленные действия компании для своевременного выявления потребностей клиентов с целью их максимального удовлетворения. Среди основных принципов, которые являются базисом клиентоориентированного подхода выделяются:

1. Понимание потребностей клиента (выявление незакрытых запросов и проблем клиентов с целью дальнейшего подбора продукции и услуг с учетом данных пунктов);

2. Персонализация обслуживания клиента (реализация обслуживания клиентов с учетом их индивидуальных особенностей, специфики их запросов и адаптация в предоставлении релевантных для каждого отдельного клиента предложений);

3. Получение обратной связи (получение отзывов клиентов о работе отдельного сотрудника/отдела/компании в целом с целью дальнейшего совершенствования общего принципа взаимодействия, а также для понима-

ния уровня ценности продукции компании для потребительской аудитории);

4. Постоянное совершенствование политики обслуживания клиентов (оптимизация принципов работы с клиентами, а также товаров и услуг на основе обратной клиентской связи с целью адаптации под растущие запросы клиентов);

5. Создание позитивного опыта (уделение соответствующего внимания клиенту и его потребностям на всех этапах взаимодействия клиента и компании, решение возникающих нестандартных ситуаций в рамках клиентоориентированного подхода);

6. Обеспечение прозрачной коммуникации (предоставление клиенту всей необходимой информации о том продукте или услуге, которую он собирается приобрести, за исключением закрытой корпоративной информации) [2, с. 56–59].

Так, базисом клиентоориентированного подхода является фокус на клиенте, а также все его потребности, на основании которых и выстраивается принцип взаимодействия компании и потребителей. Чем больше развита политика клиентоориентированности в компании, тем выше ее шансы на «завоевание» потребительского рынка и повышение уровня своей конкурентоспособности.

В качестве примера современного развитого клиентоориентированного подхода в деятельности организаций рассмотрим крупнейший российский банк ПАО «Сбер», клиентская база которого по итогам за 2022 г. составила 106,7 млн физических лиц и более 3 млн юридических лиц [3].

Принцип высокой степени развитости клиентоориентированного подхода в ПАО «Сбер» прослеживается не только в количественном показателе пользователей банка, но также он заложен в систему ценностей компании. Так, основная миссия банка звучит следующим образом: «Наши клиенты, их потребности, мечты и цели есть основа всей деятельности банка как организации», а тезис одной из ценностей, фигурирующей как неофициальный слоган банка «Все – для клиента» [3].

На основе системы ценностей компании, высшим руководительским составом менеджеров по работе с клиентами и IT-специалистами с помощью использования современных информационных технологий, в том числе искусственного интеллекта, на базе опыта клиентоориентированного подхода была разработана собственная digital-модель клиентоцентричности, т.е. реализуемая на данный момент информационную бизнес-модель ПАО «Сбер», которая автоматически распределяет все бизнес-процесс компании вокруг клиента. Принцип работы данной модели реализуется следующим образом: в закрытый корпоративный сервис, созданный внутренними IT-специалистами банка, вносится информация о конкрет-

ном клиенте (пол, возраст, количество активных банковских продуктов, частота использования банковских продуктов); указывается проблематика клиента или его запросы; далее искусственный интеллект, встроенный в данный сервис, использует базу больших данных банка со всеми бизнес-процессами и информационными данными по работе с ними, и, путем искусственного синтеза и анализа информации формирует индивидуальную модель по работе с клиентом с учетом как удовлетворения индивидуальных потребностей, так и достижения целей банка относительно работы с данным клиентом.

Данный сервис на момент 2023 года находится в стадии тестирования и пока в полной степени может использоваться только для крупных клиентов, чаще для юридических лиц. Однако, согласно плану стратегического развития банка до 2025 г., с середины 2024 года модель клиентоцентричности на базе искусственного интеллекта будет запущена для реализации работы со всеми юридическими лицами, а к концу 2024г. система сможет формировать модели взаимодействия и для физических лиц. Можно сказать, что данная модель является одним из результатов совокупности традиционного клиентоориентированного подхода банка и современных информационных технологий, что в полной мере можно назвать цифровизированным клиентоориентированным решением.

Среди менее масштабных цифровизированных новшеств, внедренных в политику клиентоориентированности ПАО «Сбер» можно выделить масштабирование коммуникационной системы компании с клиентами. Первоначальный этап коммуникаций реализуется полностью за счет автоматизированной диалоговой системы, в которой клиент может получить ответы на интересующие его вопросы. Принцип работы автоматизированной диалоговой системы банка следующий: при входе клиента в диалоговое окно система автоматически предлагает перечень тем, которые гипотетически могут быть связаны с вопросом. Если тематика вопроса клиента соответствует одной из предложенной тем, то клиент переходит по ней и ему предлагается перечень тематических вопросов. Если вопрос совпадает с одним из приложенных, то система дает ответ моментально, если нет, то клиент вводит вручную интересующий его вопрос. По 2–3 ключевым словам, которые искусственный интеллект автоматически выделяет из вопроса генерируется текстовый или визуальный ответ. В случае, если область вопроса клиента не соответствует ни одной из предложенной тематик, то система автоматически уведомляет компетентного сотрудника и подключает его к диалоговому окну с клиентом. Действующая система на данный момент способна одновременно обслуживать около 200 человек, что позволяет сократить время ожидания клиентов и предоставлять им своевременные корректные ответы, что также является одним из

клиентоориентированных решений, реализующимся с помощью использования современных информационных технологий.

Связывая цифровизацию и клиентоориентированность, можно также отметить и развитие экосистемы ПАО «Сбер». Несмотря на то, что некоторые сервисы, входящие в состав рассматриваемой экосистемы, функционируют уже достаточно продолжительный период времени, принципы их работы на постоянной основе видоизменяются и дополняются, а также разрабатываются и внедряются новые приложения с целью, прежде всего, повысить клиентоориентированность не только в области банковских услуг, но и для повышения клиентоориентированности в предоставлении нефинансовых услуг.

На момент 2023 года экосистема «Сбер» полностью автоматизирована и работает на базе информационных технологий. Сравнивая масштабы экосистемы в 2020 г. и 2023 г., можно выявить весьма значительный прогресс, так, на конец 2020 г. в экосистему банка входило порядка 6 сервисов, половина из которых не могли вести бесперебойную работу в удаленном формате и, как следствие, в ряде случаев для завершения той или иной сделки клиентам необходимо было лично посещать отделение банка. На конец 2023 г. в экосистеме Сбера функционирует огромное количество разносторонних сервисов по всем актуальным сферам жизни:

1. Доставка продуктов и готовой еды (Delivery Club, СберМаркет, СберМегаМаркет и др.);
2. Развлечения (кинотеатр Okko, СберЗвук и СберЗвукБизнес и др.);
3. Передвижение (локационный сервис 2ГИС, такси СитиМобил и др.);
4. Здоровье (СберЗдоровье, Сбер ЕАптека);
5. Обучение и поиск работы (Работа ру, СберКласс, СберУниверситет);
6. Digital-обустройство дома (Смарт-дисплей SberPortal, ТВ-приставка SberBox и др.) [3].

Каждое из обозначенных выше приложений действует на основе общей идентификационной системы (Сбер ID), т.е. пользователи экосистемы имеют один аккаунт для входа в каждое из используемых приложений, что не только облегчает процесс регистрации и дальнейшего использования всех сервисов, но и обеспечивает конфиденциальность персональных данных ввиду качественной многоуровневой системы защиты Сбер ID. Стоит отметить, что каждый сервис оснащен технологиями отслеживания наиболее кликабельных объявлений и, на основе проводимого ежедневного анализа актуальных в данный период времени товаров и услуг, предлагает персонализированные предложения для клиентов.

Таким образом, экосистема ПАО «Сбер» предоставляет своим клиентам не только огромное количество сервисов, возможностей их использования и специальных предложений в рамках каждого отдельного из них, но и позволяет самой компании быть клиентоориентированной не только на пользователей банковских услуг, но и на иные сегменты потребителей.

Стоит отметить, что для обеспечения высокого уровня клиентоориентированности и его дальнейшего поддержания, все сотрудники, в той или иной степени взаимодействующие с клиентами, проходят обязательное комплексное обучение, состоящее из нескольких блоков и включающее в себя такие аспекты, как презентация продукта, психологические основы общения, темпераменты людей и принципы работы с ними, навыки продаж и др. В ходе обучения сотрудники не только получают теоретический материал, но и решают кейсы по решению тематических проблем клиентов, что позволяет быстрее адаптировать полученные в обучении компетенции на практике. За 2023 год корпоративное обучение по курсу клиентоориентированности прошло около 700 сотрудников (включая филиальную сеть банка), в состав обучения входили следующие блоки:

1. «Блок 0: Сервис для всех» – раздел ориентирован на формирование представления сотрудников о корпоративных стандартах сервиса, ключевых принципов клиентоориентированного подхода и способах их реализации;

2. «Блок 1: Работа с внутренним клиентом» – данный блок направлен на выстраивание коммуникаций с клиентами в онлайн-формате, а также на взаимодействие сотрудников в рамках конкретного отделения и банковской системы в целом;

3. «Блок 2: Внимание каждому» – данный блок является непосредственным продолжением блока 1, однако он ориентирован непосредственно на менеджеров по работе с клиентами в очном формате. В рамках курса изучаются типология клиентов, отработка навыков эффективного взаимодействия с очными клиентами банка и отработка возражений «проблемных клиентов» [3].

По окончании обучения каждый сотрудник проходит двухуровневое тестирование: в тестовом формате и практической отработкой на тайных клиентах. Сотрудники не прошедшие один из этапов тестирования обязаны пройти повторное обучение, в случае отсутствия положительной динамики результатов тестирования на второй попытке сотрудник штрафуются, на третьей попытке – увольняется. С помощью подобных ежегодных тестирований ПАО «Сбер» дает четкое представление сотрудникам о том, как высшее руководство видит принципы взаимодействия с клиентами банка и его экосистемы, и какой уровень клиентоориентированности ожидает от каждого отдельного сотрудника.

В совокупности, представленные выше клиентоориентированные решения позволяют ПАО «Сбер» оставаться лидером на рынке по численности клиентской базы и удерживать клиентов не только с помощью выгодных предложений, но и благодаря высокой степени клиентоориентированности и качества обслуживания. Можно сказать, что рассматриваемая организация является одним из российских эталонов в области обслуживания клиентов и задает необходимость развития политики клиентоориентированности не только национальному банковскому сектору, но и в целом организациям, работающим с клиентами, что в значительной степени влияет как на общий уровень удовлетворенности клиентов, так и на развитие культуры экономических взаимоотношений между потребителями и продавцами.

Библиографический список

1. Губанова Е.В., Полярина Е.М., Демичева М.А. Исследование тенденций развития ПАО «Сбербанк» с помощью swot-анализа // Аудит и финансовый анализ. 2016. № 6. С. 272-276.
2. Рувенный И.Я., Управление лояльностью потребителей: учебное пособие / И.Я. Рувенный, А.А. Аввакумов. Москва: КноРус, 2022. 165 с.
3. Сбер [Электронный режим] // Режим доступа: <https://www.sberbank.com/ru> (дата обращения: 04.11.2023)

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРИМЕНЕНИЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Щеголева М.М., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрена актуальная на сегодняшний день тема внедрения искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность современных организаций. Представлены ключевые возможности искусственного интеллекта применимые в аспекте маркетинговой деятельности. Изучены и проанализированы направления маркетинга, в которых используются технологии искусственного интеллекта с приведением конкретных примеров.

Ключевые слова: искусственный интеллект, маркетинг, маркетинговая деятельность, цифровизация, возможности.

MODERN APPROACHES TO THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE MARKETING ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION

Shchegoleva M. M. bachelor's degree of the 4th year

Supervisor: V. A. Akimenko, senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article considers the relevance of studying the issue of the introduction of artificial intelligence in the marketing activities of modern organizations. The key capabilities of artificial intelligence applicable in the aspect of marketing activities are presented. The directions of marketing in which artificial intelligence technologies are used are studied and analyzed with concrete examples.

Keywords: artificial intelligence, marketing, marketing activities, digitalization, opportunities.

В современных условиях экономики, главным трендом, задающим динамичные темпы глобальной трансформации мировой и национальной экономической системы, стала повсеместная цифровизация деятельности организаций. В рамках подобных трендовых изменений предполагается как частичная корректировка, так и полное видоизменение подавляющего большинства внутриорганизационных процессов, в том числе и маркетинговой деятельности. Ввиду того, с какой скоростью развиваются технологии искусственного интеллекта (ИИ), включая творческую и созидательную деятельность, успешное внедрение данных информационных возможностей в маркетинг организаций позволит не только оптимизировать многочисленные аспекты в работе маркетологов, но и повысить степень эффективности и результативности маркетинга как направления работы по продвижению и привлечению новой аудитории к конкретному продукту или услуге, что формирует актуальность рассматриваемой тематики и обуславливает необходимость изучения подходов к внедрению и методов применения искусственного интеллекта в рамках маркетинга российских организаций.

Основная сущность искусственного интеллекта сводится к моделированию человеческих навыков и интеллекта в рамках компьютерных технологий. Согласно Федеральному закону №123-ФЗ от 24.04.2020 искусственный интеллект имеет следующую теоретическую трактовку: «искусст-

венный интеллект – это комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека» [1]. В настоящее время внедрение искусственного интеллекта становится не только частной инициативой руководителей организаций, но и имеет значительную государственную поддержку и финансирование для осуществления разработки и внедрения информационных новшеств. При помощи искусственного интеллекта стало возможным:

1. «Компьютерное зрение» – возможность получения информации из изображений;
2. Обработка естественного языка – синтез естественных текстов и технологий компьютерного анализа;
3. Распознавание и синтез устной речи – возможность перевода устных речевых запросов в текстовый формат;
4. Поддержка принятия решений – предложение выборки потенциальных решений и анализов ситуации на основе массива входных данных. [3, с. 65-67]

Помимо обозначенных возможностей существуют и иные направления, которые также в той или иной степени связаны с необходимостью человеческого участия (написание музыкальных мелодий, генерация визуальных изображений и др.)

Возможность использования искусственного интеллекта в области маркетинговой деятельности, может стать новой перспективой дальнейшего развития отечественной маркетинговой практики.

Опишем некоторые направления использования искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности компаний.

1. Генерация контента.

Основными целями использования искусственного интеллекта в области создания контента является, во-первых, перераспределение функциональной нагрузки маркетологов в штате организации, во-вторых, сокращение затрат на производство контента.

Технологическая база искусственного интеллекта в рамках направления располагает возможностями автоматической генерации текстов на основе заданной информационной базы и определенной тематики, рерайта составленных вручную текстов, процессного анализа составленных текстовых документов, проецирование текстовых запросов в визуальные изображения (и наоборот) и т.д. Таким образом, с помощью искусственного интеллекта можно создавать небольшие рекламные тексты, структуру видеороликов и рекламных интеграций, проверять степень орфографической

и пунктуационной грамотности в текстах, оценивать соответствие тематики текста наиболее частым пользовательским запросам и др.

Особенно активно метод генерации контента используется в области коммерческой интернет-торговли. Например, китайская публичная компания «Alibaba Group», в состав которой входят известные всеми интернет-магазины «AliExpress», «Taobao», «Alibaba.com» и др., с помощью искусственного интеллекта создает интернет-страницы отдельных продуктов и магазинов, а также, на основании основных характеристик продукта/магазина, формирует их описание, публикуемое на искусственно созданных интернет-страницах. Также, многие продавцы, которые ведут деятельность на данных интернет-площадках используют искусственный интеллект для создания «карточек товара», используя возможность ИИ генерировать изображения из текстовых характеристик. Таким образом, искусственный интеллект позволяет, как минимум, сэкономить денежные средства на написание продающих слоганов для товаров, тем самым заманивая клиентов, и, как максимум, создавать визуализацию продаваемых продуктов, формируя привлекательную для потребителей картинку, что, положительно может влиять на дальнейший уровень продаж с минимальными затратами для продавцов.

2. Персонализация предложений.

Не менее актуальным направлением искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности организации является подбор релевантных предложений для клиентов, основывающийся на проводимом технологическом анализе предпочтений потребителей с помощью отслеживания наиболее востребованных категорий товаров/услуг, к которым конкретный пользователь проявляет больший интерес в сравнении с иными видами продукции. Основной функционал искусственного интеллекта в данном случае сводится к анализу совершаемых пользователями действий, выявлению определенной тенденции кликабельности по конкретным видам товаров/услуг, формированию отчетностей о наиболее актуальных для конкретного пользователя пунктах.

Примерами реализованных кейсов в рамках данного направления являются один из сервисов экосистемы ООО «Яндекс» «Яндекс Музыка» (используемые технологии искусственного интеллекта анализируют стили наиболее часто прослушиваемых музыкальных композиций у каждого отдельного пользователя, формируя персональные плейлисты на основании полученных и обработанных аналитических данных), крупнейшие российские маркетплейсы «Ozon» и «Wildberries» (анализируют кликабельность пользователей на определенные категории товаров и при дальнейшем использовании платформ пользователям показываются предложения, исходя из наиболее популярных запросов потребителей в прошлые перио-

ды). Так, искусственный интеллект позволяет повысить клиентоориентированность компаний путем выведения наиболее актуальных для покупателя товаров, что также может в определенной степени влиять на уровень продаж.

3. Развитие политики коммуникаций с клиентами.

На базе искусственного интеллекта разрабатываются чат-боты, с помощью которых пользователи могут оперативно получить ответы на ряд актуальных в данный момент времени для них запросов. С помощью внедренных в операционную программу линейные алгоритмы взаимодействий, подобные инструменты анализируют вопросы потребителей по ключевым словам и на основании загруженной в базу данных информации автоматически формирует ответы. В случае, если запрос является нестандартным и не может быть решен данным путем, автоматизированные механизмы искусственного интеллекта перенаправляют клиента на компетентного сотрудника, уведомляя его о сути вопроса и подключая в диалоговое окно с клиентом. Стоит отметить, что подобные «виртуальные помощники» могут обрабатывать сотни запросов одновременно, что позволяет значительно снизить нагрузку на сотрудников клиентской поддержки и оптимизировать ее работу.

Подобную практику используют многие компании, однако наиболее развитый уровень коммуникаций с помощью искусственного интеллекта можно выделить в ПАО «Сбер», где встроенные в мобильное приложение и систему СМС-оповещения чат-боты могут обрабатывать до 140 запросов в секунду и закрывать запросы клиентов за период от 1 до 5 минут, в зависимости от объема и сложности запроса.

4. Дополненная и виртуальная реальность.

Одним из дочерних проектов, реализуемых параллельно с искусственным интеллектом и, при этом, неразрывно связанным с ним, является воспроизведение интернет-объектов в цифровом формате в конкретный период времени. Так, потребитель, не имея возможность вживую оценить внешний вид и характеристики того или иного товара, может косвенно опробовать его с помощью инструментов VR (виртуальной реальности) и AR (дополненной реальности). В качестве примера использования виртуальной реальности можно привести китайскую автомобильную компанию «Voyah», специализирующуюся на выпуске и продаже премиальных гибридных и аккумуляторных автомобилей. На официальном сайте компании можно не только осмотреть автомобиль с помощью 360-градусной проекции с функцией детального увеличения каждой детали машины, но и пройти виртуальный тест-драйв, передающий динамику и маневренность автомобиля, по виртуальным онлайн-картам определенного района. Дополненная реальность реализуется в ООО «Ламода», крупном российском

интернет-магазине одежды и обуви, путем возможности осуществить виртуальную примерку вещей (как обуви, так и одежды). Так, при виртуальной примерке обуви клиент выбирает интересующую его модель, размер и цвет, а инструменты искусственного интеллекта в режиме камеры проецируют визуализацию обуви на ноге.

Таким образом, можно обозначить определенные итоги, которые были получены в ходе реализации мероприятий по внедрению искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность организаций:

1. Существенная часть от используемых в маркетинге текстовых данных и визуальных изображений создается при помощи искусственного интеллекта, однако пока еще требует проверки на корректность и соответствие заявленным требованиям;

2. Искусственный интеллект позволяет в значительной степени повышать клиентоориентированность российского бизнеса путем предложения релевантных предложений товаров и услуг конкретному клиенту, что не только повышает имидж организации в глазах конкретного потребителя, но и позволяет повышать уровень продаж;

3. С помощью искусственного интеллекта российские организации могут совершенствовать и масштабировать свои бизнес-коммуникации (как с клиентами, так и с иными юридическими лицами), что позволяет более детально понимать наиболее частые запросы покупателей и формировать то рыночное предложение, которое будет пользоваться наибольшим спросом на потребительском рынке;

4. Развитие технологических аспектов искусственного интеллекта оптимизирует не только деятельность организаций, но также и оптимизирует возможности покупателей, т.е. позволяет совершать привычные для покупателей действия перед покупкой в онлайн-формате, без личного обращения.

Стоит отметить, что российская практика цифровизации маркетинговой деятельности организации находится в стадии фрагментарной информатизации, т.е. многие инициативы внедрения искусственного интеллекта больше находятся в стадии разработки и тестирования, нежели полноценной реализации. Однако, несмотря на сравнительно небольшое количество успешно реализованных тематических кейсов, темпы цифровизации маркетинга можно смело назвать масштабными и достаточно перспективными, т.к. адаптация современных информационно-технологических тенденций в деятельность организаций позволяет значительно оптимизировать маркетинговые бизнес-процессы (соответственно, повысить эффективность их реализации), а также формирует потенциальную экономическую выгоду для компаний ввиду расширения влияния маркетинга и, как след-

ствие, увеличение степени лояльности клиентов и увеличения потребительской аудитории.

В конечном итоге, можно сказать, что искусственный интеллект постепенно становится неотъемлемой частью современного маркетинга, обеспечивая компаниям возможность адаптироваться к поведению и растущим запросам потребителей, повышать свою конкурентоспособность и развиваться в актуализированных направлениях экономики. Разработка и применение инструментов и механизмов искусственного интеллекта в маркетинге уже получила своеобразное признание у многочисленных российских компаний, что обуславливает потенциал искусственного интеллекта и однозначные преимущества его использования.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации - городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона «О персональных данных» № 123-ФЗ от 24.04.2020 (последняя редакция)

2. Указ Президента Российской Федерации «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» № 490 от 10.10.2019

3. Корольков Б.П., Термодинамические истоки самоорганизации. К построению систем искусственного интеллекта: монография / Б.П. Корольков. Москва: Русайнс, 2023. 130 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 001.891.57

СПЕЦИФИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*Афанасьева А.В., Прихожалова У.В., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Пономарев С.В., к.ф-м., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Статья рассматривает роль моделирования экономических процессов в условиях цифровизации и его применение для анализа и прогнозирования развития системы, оптимизации ресурсов и принятия обоснованных решений. В статье рассмотрены различные методы и инструменты моделирования, включая математическое моделирование, информационные технологии, системы управления предприятием, CRM и HRM.

Ключевые слова: моделирование, экономические процессы.

THE SPECIFICS OF MODELING ECONOMIC PROCESSES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

*Afanasyeva A.V., Prikhozhalova U.V., Bachelor of the 2nd year
Scientific supervisor: S.V. Ponomarev, Ph.D., Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article examines the role of modeling economic processes in the conditions of digitalization and its application for the analysis and forecasting of system development, resource optimization and informed decision-making. The article discusses various modeling methods and tools, including mathematical modeling, information technology, enterprise management systems, CRM and HRM.

Keywords: modeling, economic processes.

Начнем с того что же такое моделирование и какие бывают методы. Моделирование – это процесс создания упрощенной абстрактной модели реальной системы или процесса, с целью изучения и анализа ее характеристик и поведения. Модель может быть математической, статистической, компьютерной или физической.

Существует несколько методов моделирования, включая:

1. Математическое моделирование: основано на использовании математических уравнений и формул для описания и анализа системы или процесса. Этот метод позволяет выявить закономерности и взаимосвязи между различными переменными и предсказать поведение системы.

2. Статистическое моделирование: основано на использовании статистических методов и данных для описания и анализа системы или процесса. Этот метод позволяет выявить статистические закономерности, прогнозировать поведение системы и проверять гипотезы.

3. Компьютерное моделирование: основано на использовании компьютерных программ и алгоритмов для создания и анализа моделей системы или процесса. Этот метод позволяет создавать сложные и реалистичные модели, проводить численные эксперименты и симуляции.

4. Физическое моделирование: основано на создании физической модели системы или процесса, которая имитирует их поведение в реальном мире. Этот метод позволяет проводить физические эксперименты и тестирования, чтобы изучить различные аспекты системы.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и ограничения, и выбор конкретного метода зависит от целей и требований исследования или анализа [1].

В условиях цифровизации экономические процессы становятся все более сложными и требуют использования специализированных инструментов и методов для их моделирования. Моделирование экономических процессов позволяет анализировать и прогнозировать поведение системы, оптимизировать ресурсы и принимать обоснованные решения.

Математическое моделирование является одним из наиболее распространенных методов, позволяющих описывать экономические процессы с помощью математических уравнений и алгоритмов. Оно позволяет выявить закономерности и взаимосвязи между различными переменными в экономике, а также прогнозировать развитие системы.

Одной из особенностей моделирования экономических процессов в условиях цифровизации является использование больших объемов данных. В современном мире огромное количество информации генерируется

каждую секунду, и ее анализ и использование становятся ключевыми факторами успеха для организаций.

Также особенностями моделирования экономических процессов в условиях цифровизации являются:

1. Увеличение объема данных: Цифровизация приводит к экспоненциальному росту объема доступных данных. Это требует разработки новых методов и алгоритмов для обработки и анализа больших данных. Моделирование экономических процессов должно учитывать эту особенность и использовать методы машинного обучения и анализа данных для эффективного использования доступной информации.

2. Изменение структуры рынка: Цифровизация приводит к появлению новых игроков на рынке, таких как цифровые платформы и онлайн-рынки. Это меняет структуру рынка и требует моделирования взаимодействия между различными участниками рынка. Моделирование должно учитывать особенности цифровых платформ, такие как сетевые эффекты и масштабные экономии.

3. Быстрота изменений: Цифровизация приводит к ускорению темпов изменений в экономике. Новые технологии и инновации появляются все быстрее, что требует моделирования экономических процессов с учетом быстроты изменений. Моделирование должно быть гибким и способным адаптироваться к новым условиям.

4. Неопределенность: Цифровизация приводит к возникновению новых рисков и неопределенности. Например, появляются новые угрозы в области кибербезопасности и приватности данных. Моделирование экономических процессов должно учитывать эти риски и предлагать методы и инструменты для их управления [2].

Для моделирования экономических процессов в условиях цифровизации используются различные методы и инструменты. Одним из наиболее распространенных методов является математическое моделирование. С его помощью можно описывать экономические процессы в виде математических уравнений и алгоритмов, что позволяет анализировать и прогнозировать их развитие.

Важным аспектом моделирования экономических процессов в условиях цифровизации является использование информационных технологий. Современные программные средства позволяют обрабатывать и анализировать большие объемы данных, строить графики и диаграммы, проводить статистический анализ и прогнозирование.

Одним из примеров инструментов для моделирования экономических процессов в условиях цифровизации являются системы управления предприятием (ERP). Эти системы интегрируют все бизнес-процессы организации и позволяют автоматизировать их выполнение, а также

анализировать данные и принимать решения на основе полученной информации.

Другим примером инструментов для моделирования экономических процессов в условиях цифровизации являются системы управления отношениями с клиентами (CRM). Они позволяют организациям эффективно управлять клиентской базой данных, анализировать информацию о клиентах и проводить маркетинговые и продажные кампании.

Также для моделирования экономических процессов в условиях цифровизации используются системы управления человеческими ресурсами (HRM), которые позволяют организациям эффективно управлять персоналом, проводить рекрутинг и обучение, а также оценивать производительность сотрудников [3].

В целом, цифровизация меняет не только саму экономику, но и требует изменений в подходах к моделированию экономических процессов. Учет всех вышеперечисленных особенностей поможет создать более точные и релевантные модели, которые будут учитывать все изменения и вызовы, связанные с цифровизацией.

В заключение, моделирование экономических процессов в условиях цифровизации является неотъемлемой частью современного бизнеса. Оно позволяет организациям анализировать и прогнозировать развитие системы, оптимизировать ресурсы и принимать обоснованные решения. Для моделирования экономических процессов в условиях цифровизации используются различные методы и инструменты, такие как математическое моделирование, информационные технологии, системы управления предприятием, CRM и HRM.

Список литературы

1. Абрамова Е.А., Козлова И.В., Смирнова Е.А. Моделирование экономических процессов в условиях цифровизации: теория и практика. /Москва: Издательство Юрайт. 2018. С. 20–23.

2. Григорьев А.Ю., Лапин А.А., Степанов В.В. Моделирование экономических процессов в условиях цифровизации: методы и инструменты. Вестник Российского университета дружбы народов/ Серия: Экономика, 25(2). 2017. С. 275–285.

3. Яковлева Е.В., Королева А.А., Кузнецова И.В. Моделирование экономических процессов в условиях цифровизации: теория и практика. 2017. С. 119–125.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ML-ПЛАТФОРМЫ LOGINOM ДЛЯ АНАЛИЗА ДАННЫХ

*Винокуров И.В., к.т.н., доцент,
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе описаны основные возможности low-code ML-платформы Loginom. Приведён пример построения и исследования регрессионной нейросетевой модели для анализа стоимости недвижимости.

Ключевые слова: ML-платформа, Loginom, анализ данных, нейросетевая регрессия.

USING THE LOGINOM ML PLATFORM FOR DATA ANALYSIS

*Vinokurov I.V. Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper describes the main capabilities of the low-code ML platform Loginom. An example of constructing and researching a regression neural network model for analyzing the value of real estate is given.

Keywords: ML platform, Loginom, data analysis, neural network regression.

В настоящее время на рынке программного обеспечения существует достаточно большое количество программных продуктов, предназначенных для анализа данных. Одним из таких продуктов является российская low-code ML-платформа Loginom [1], предоставляющая широкие возможности для сбора, хранения, анализа и визуализации данных, а также для построения и тестирования моделей машинного обучения (ML). Loginom обладает простым и интуитивно понятным пользовательским интерфейсом, что делает её доступной даже для пользователей без специальных технических навыков.

Зарубежными аналогами Loginom являются известные платформы для интеграции и аналитики данных – Tableau, Power BI и QlikSense. Первая из них, платформа Tableau, предлагает обширные возможности для создания интерактивных и визуальных отчётов с помощью простого в использовании интерфейса. Подобными возможностями обладает и платформа Loginom, но её главное преимущество перед Tableau заключается в возможности проведения сложных аналитических расчётов и создания предикативных моделей. Power BI, разработанная Microsoft, обладает мощными функциональными

возможностями интеграции и визуализации данных. Loginom также поддерживает множество источников данных и предоставляет гибкие инструменты визуализации, но предлагает больше возможностей для аналитики и моделирования данных. QlikSense известна своими функциями интуитивного исследования данных. В Loginom также присутствует интуитивный интерфейс, в котором реализовано больше функциональности для создания продвинутых аналитических моделей, что делает её более подходящей платформой для решения сложных аналитических задач.

Практическое использование Loginom требует определённой подготовки в области статистики и Data Science [2] и заключается в последовательной реализации следующих основных этапов:

1. формирование наборов данных, их консолидация и интеграция;
2. трансформация данных;
3. разведочный анализ данных;
4. формирование модели и сценария обработки данных;
5. моделирование и прогнозирование;
6. визуализация и интерпретация результатов.

Подготовка наборов данных состоит из сбора или подготовки сырых, необработанных данных, отражающих особенности протекания некоторого процесса, результаты экспериментальных исследований, результаты социологического опроса или анкетирования и т.п. [2]. Чем больше информации будет содержать такой набор данных, тем более качественными будут результаты его анализа. Исходные данные в Loginom могут быть взяты из разных источников – из Excel-файла, текстового файла, таблицы базы данных и т. п. Для каждого типа источника данных в Loginom реализованы соответствующие компоненты, например, «Excel-файл», «Текстовый файл», «База данных» и другие. Извлечение и объединение данных из разных источников образуют этап её консолидация и интеграция.

Исходный набор данных может содержать пропуски, выбросы (аномально большие или аномально малые значения), дубликаты, неоднозначности и другие нежелательные составляющие. Устранение подобных элементов набора данных реализуется на этапе его разведочного анализа. Для этой цели используются компоненты Loginom с названиями, аналогичными реализуемым действиям – «Заполнение пропусков», «Редактирование выбросов» и «Дубликаты и противоречия» и аналогичные.

Очищенные от пропусков, выбросов и т. п. данные могут быть нужным образом трансформированы с использованием следующих компонент – «Дополнение данных», «Группировка» и «Разгруппировка», «Слияние», «Объединение», «Свёртка столбцов», «Калькулятор» и т.п.

Этап формирования модели данных заключается в создании сценария их обработки. Содержанием этого этапа может быть построение ли-

нейной или логистической регрессии, кластеризация, реализация корреляционного или факторного анализа, создание нейросетевого регрессора или классификатора и т.п. По аналогии с предыдущими этапами, для каждой из возможных моделей в Loginom реализован соответствующий компонент, например, «Линейная регрессия», «Кластеризация», «Корреляционный анализ», «Факторный анализ», «Нейросеть (классификация)», «Нейросеть (регрессия)» и другие.

На рис. 1 приведён пример сценария Loginom для прогнозирования стоимости недвижимости с использованием регрессионной нейронной сети [3]. Сценарий состоит из 3-х взаимодействующих подмоделей, предназначенных для считывания входной информации, очистки данных и их обработки.

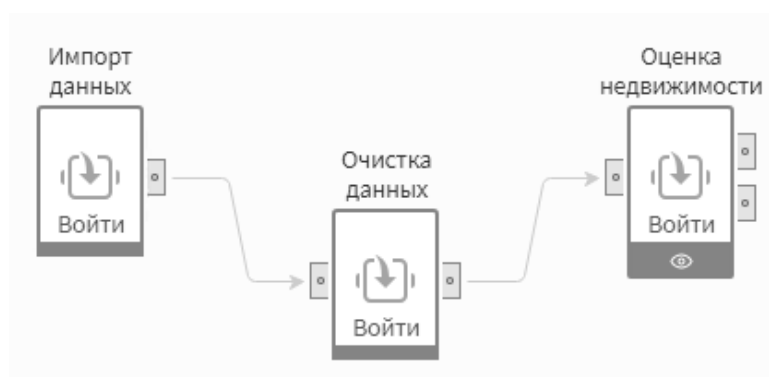


Рисунок 1. Сценарий Loginom для оценки стоимости недвижимости

Входной информацией является содержимое excel-файла, состоящего из нескольких тысяч записей. Входными и выходными данными этого набора являются «Район», «Тип планировки», «Количество комнат», «Первый/ Последний этаж», «Общая площадь», «Жилая площадь», «Площадь кухни», «Наличие агентства», «Состояние» и «Стоимость», рис. 2.

ab Район	district	⚙ Дискретный	➡ Входное
ab Тип планировки	type_plan	⚙ Дискретный	➡ Входное
12 Количество комнат	rooms	⚙ Дискретный	➡ Входное
0/1 Первый/Последний этаж	first_last	⚙ Дискретный	➡ Входное
9.0 Общая площадь (м2)	total	⊙ Непрерывн...	➡ Входное
9.0 Жилая площадь (м2)	live	⊙ Непрерывн...	➡ Входное
9.0 Площадь кухни (м2)	kitchen	⊙ Непрерывн...	➡ Входное
0/1 Наличие агенства	agency	⚙ Дискретный	➡ Входное
12 Состояние	condition	⚙ Дискретный	➡ Входное
12 Стоимость (т.руб.)	price	⊙ Непрерывн...	➡ Выходное

Рисунок 2. Набор данных для оценки недвижимости. Последний столбец определяет тип информации для нейросетевого регрессора

Чтение содержимого excel-файла реализуется в подмодели «Импорт данных» (см. рис. 1), состоящий из одного компонента “Excel-файл”. Ниже, на рис. 3, приведены результаты исследования входного набора данных, имеющего в ряде позиций нулевые значения (пропуски) и выбросы.

№		Тип	Метка	Вид	Проблемы	Виды проблем
9	✓	12	Состояние	⊗	2.25%	Выбросы - 2.25% (48)
10	✓	12	Стоимость (т.руб.)	⊙	1.27%	Экстремальные - 0.09% (2) Выбросы - 1.17% (25)
7	✓	9,0	Площадь кухни (м2)	⊙	0.98%	Экстремальные - 0.19% (4) Выбросы - 0.75% (16) Нули - 0.05% (1)
5	✓	9,0	Общая площадь (м2)	⊙	0.66%	Экстремальные - 0.14% (3) Выбросы - 0.52% (11)
6	✓	9,0	Жилая площадь (м2)	⊙	0.52%	Выбросы - 0.37% (8) Нули - 0.14% (3)
1	✓	ab	Район	⊗	✓	
2	✓	ab	Тип планировки	⊗	✓	
3	✓	12	Количество комнат	⊗	✓	
4	✓	0/1	Первый/Последни...	⊗	✓	
8	✓	0/1	Наличие агентства	⊗	✓	
0		12	ID объекта	⊗		

Рисунок 3. Качество входного набора данных

Подмодель «Очистка данных» реализует удаление пропусков и устранение выбросов с использованием компонентов с аналогичными названиями.

Собственно оценка стоимости недвижимости осуществляется подмоделью «Оценка недвижимости», состоящей из компонент Loginom, приведённых на рис. 4.



Рисунок 4. Компоненты подмодели «Оценка недвижимости»

Для обучения компонента «Нейросеть (регрессия)» использовались 90% исходных данных, на 10% осуществлялась валидация этого процесса методом “*K-fold* кросс-валидация” с использованием 10 колод. Нейросеть имеет 1 скрытый слой, состоящий из 10 нейронов. Метод семплинга – случайный. Критерием останова процесса обучения выбрано равенство минимального значения весов 0.005 [3, 4].

Графики разброса стоимостей недвижимости из набора данных и предсказаний её стоимости как результат работы нейросетевого регрессора приведены на рис. 5.

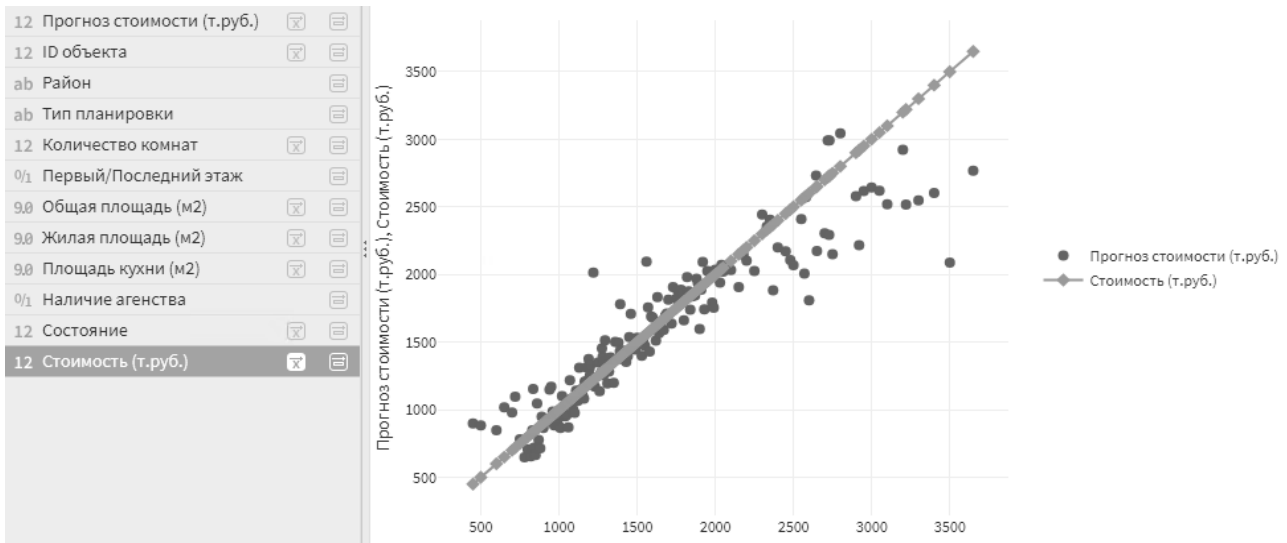


Рисунок 5. Результаты регрессионного анализа

На рис. 6 приведены результаты статистического анализа в виде гистограммы, диаграммы размаха, минимального, максимального и среднего значений, а также стандартного отклонения.



Рисунок 6. Статистический анализ стоимости недвижимости и результатов её прогнозирования

Как было отмечено выше, Loginom является low-code платформой, т. е. платформой, в которой могут быть использованы компоненты, позволяющие писать код. Основным назначением таких компонент является более тонкая настройка подмоделей или модели целиком. В Loginom реализованы два таких компонента – “Python” и “JavaScript”. Название компонента соответствует используемому в нём языку программирования.

Библиографический список

1. Яковлев В.Б. Эконометрика на платформе Lginom: учебное пособие / Яковлев В.Б. М.: КноРус, 2023. 244 с.

2. Грас Дж. Data Science. Наука о данных с нуля / Джоэл Грас. СПб.: БХВ-Петербург, 2020. 411 с.

3. Чару А. Нейронные сети и глубокое обучение. Учебный курс / А. Чару. СПб.: Вильямс, 2020. 752 с.

4. Хливненко Л.В. Практика нейросетевого моделирования: учебное пособие для вузов / Л.В. Хливненко, Ф. А. Пятакович. СПб.: Лань, 2021. 200 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/173811.html> (дата обращения 23.10.2023)

УДК:657.6

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Гренкова А.В., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В статье рассмотрены основные аспекты проведения аудита с использованием компьютерных технологий. Упомянуты основные проблемы и перспективы функционирования автоматизированного аудита в Российской Федерации и перспективы на ближайшее будущее. Актуальность данной темы в первую очередь обоснована процессом глобализации во всем мире и создание единого информационного пространства.

Ключевые слова: аудит, автоматизированный аудит, стандарт аудиторской деятельности, компьютерные программы.

FEATURES OF CONDUCTING AN AUDIT USING COMPUTER TECHNOLOGY

Grenkova A.V., bachelor's degree of the 4th year

Scientific supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics,

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article discusses the main aspects of conducting an audit using computer technology. The main problems and prospects of automated audit functioning in the Russian Federation and prospects for the near future are mentioned. The relevance of this topic is primarily justified by the process of

globalization throughout the world and the creation of a single information space.

Keywords: audit, automated audit, auditing standard, computer programs.

Цифровизация за последние несколько лет стала значимой силой, меняющей всю мировую экономику. Этот неизбежный процесс оказывает влияние на все сферы экономики, в том числе и на аудиторскую деятельность в России и за рубежом. Здесь свою немаловажную роль сыграл и COVID-19, который перевел огромное количество процессов в Интернет среду.

Цифровизация в наши дни очень прогрессивный процесс, который положительно влияет на развитие общественных отношений между физическими лицами, юридическими лицами и государством.

Применение компьютерных технологий создает дополнительные возможности для развития экономической деятельности. Следовательно, способствует повышению уровня организационно-технического оснащения информацией, в некоторых случаях помогает снизить часть статей расходов в следствии уменьшения затрат на маркетинг, логистику и транспортные расходы.

Аудиторские проверки являются неотъемлемой частью финансовой отчетности для ряда организаций. Они позволяют проверить документацию на достоверность и соответствие требованиям действующего законодательства.

Сильным недостатком аудита в России по сравнению с западными коллегами является низкий уровень технологической оснащенности. Западные компании в настоящее время активно пользуются вычислительной техникой, соответственно и уровень развития аудиторских технологий у них намного выше, что позволяет быстрее и качественнее выполнять аудиторские проверки.

В настоящее время в законодательно нормативной базе, связанной с аудиторской деятельностью, отсутствуют стандарты, связанные с компьютеризацией процессов аудита. Однако ранее осуществление аудита с использованием цифровых технологий регулировалось стандартом аудиторской деятельности «Проведение аудита с помощью компьютеров» (Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ от 11 июля 2000 г.).

Стандарт предполагает, что использование компьютера при проведении аудитором проверки не отменяет основной цели и элементов методологии аудита, при этом повышает эффективность процедур в процессе взаимодействия специалиста с компьютером [2].

Руководствуясь данным стандартом аудиторские организации могут составить собственный внутрифирменный стандарт, тем самым иметь перспективы к увеличению эффективности работы.

При проведении автоматизированного аудита используются следующие группы программ [3]:

- офисные программы, (к примеру «MS Excel», «Statistica», «SPSS Statistics», «STADIA»);
- справочно-правовые системы, (к примеру «Консультант Плюс», «ГАРАНТ», «Эталон»);
- бухгалтерские программы (к примеру «1С» (серия программ «1С: Бухгалтерия»), «АйТи» (семейство «БОСС»), «Атлант-Информ» (серия «Аккорд»), «Галактика-Парус»);
- программы финансового анализа (к примеру «Audit Expert», «ФинЭкАнализ», «Ваш финансовый аналитик»);
- специальное программное обеспечение для аудиторской деятельности.

Среди специального программного обеспечения для аудиторской деятельности можно выделить два класса:

- программы автоматизации аудиторских процедур (определяют аудиторский риск и выборки);
- аналитические программы (анализ и тестирование данных на основе компьютерных математических программ).

Среди используемых программ можно выделить следующие:

- отечественные – «Audit Expert»; «Экспресс Аудит: ПРОФ»; «AuditNET»; «ИНЭК Аналитик»; «IT Audit: Аудитор»; «AuditXP Professional»;
- зарубежные – Case Ware Working Papers; ACL; TeamMate; Audit Workstation.

Разберемся подробнее в действии одной из компьютерных программ для автоматизации аудиторской деятельности. Итак, программа «AuditXP Professional», включенная в Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных (Реестровой записью № 1765 от 06.09.2016 на основании приказа Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ от 06.09.2016 № 426) [1].

Среди основных особенностей данной программы стоит выделить:

- оригинальность методики проведения аудита, содержащую встроенные алгоритмы расчетов, планирования, формирования, и анализа выборки, выбора видов выявленных нарушений и автоматическое построение выводов по разделам аудита;

- в системе содержится полный пакет рабочих аудиторских документов по всем этапам поведения аудиторской проверки;
- содержит встроенный алгоритм сравнения данных бухгалтерской базы с данными бухгалтерской отчетности;

Кроме этого, разработчики отмечают следующие преимущества программы: простота работы с интерфейсом; отсутствие этапа самостоятельной настройки и доработки программы проверки, что часто бывает затруднительно для рядового аудитора; высокая производительность и увеличенное быстродействие системы; соответствие всем нормативно-правовым стандартам РФ; существенное сокращение сроков выполнения проверок [4].

При этом немаловажно учитывать, что аудитору для работы с компьютерно-вычислительными программами, кроме знаний в области самого учета и аудита, необходимо обладать определенным уровнем знаний в области пользования компьютерной техникой.

Важно отметить, что компьютерные технологии не смогут в ближайшем будущем полноценно заменить работу специалиста аудитора, а лишь смогут оказать немаловажную помощь, в процессе подробного сбора информации, поскольку окончательное заключение составляется в обычном порядке проверяющим аудитором.

Одной из особенностей компьютерного аудита является автоматизация процесса. Автоматизированные системы позволяют сократить время аудита и повысить его эффективность. Автоматизированные системы могут выполнять стандартные (рутинные) задачи, такие как сбор и анализ данных, проверка соответствия требованиям и обнаружение недостатков.

Еще одной особенностью компьютерного аудита является увеличение объема данных. Цифровые технологии позволяют обрабатывать и анализировать большие объемы данных в кратчайшие сроки, что особенно важно при аудите в крупных организациях. Автоматизированные системы могут быстро обрабатывать и анализировать большие объемы информации, что помогает выявлять потенциальные риски.

Компьютерный аудит также повышает точность и надежность аудиторских проверок. Автоматизированные системы могут выполнять сложные математические вычисления, проверять большие объемы данных на соответствие нормативным требованиям и выявлять возможные ошибки в имеющейся документации.

Стоит также отметить, что компьютерные системы позволяют держать финансовые данные под защитой от нежелательных лиц. Компьютерные программы позволяют контролировать целостность обрабатываемой информации и вовремя обнаруживать утечку информации.

Одной из ключевых особенностей аудита с использованием компьютерных технологий является расширение аналитических возможностей. Компьютерные технологии позволяют детально анализировать данные, выявлять скрытые взаимосвязи и измерения. Автоматизированные системы могут использовать алгоритмы машинного обучения и статистические методы для выявления аномалий и прогнозирования будущих тенденций.

Наконец, аудит с помощью компьютеров, позволяет повысить качество отчетности. Компьютерные технологии позволяют создавать более наглядные и информативные отчеты. Автоматизированные системы могут создавать отчеты, содержащие графики, диаграммы и другие визуально наглядные элементы, которые помогают представить результаты аудита в ясной, понятной и доступной для любого пользователя форме.

Однако следует иметь в виду, что использование компьютерных технологий в аудите требует больших знаний и навыков. Для того чтобы понять основные принципы информационной безопасности, аудиторы должны быть готовы использовать весь спектр программного обеспечения и аналитических инструментов.

Библиографический список

1. Приказ Минкомсвязи России От 06.09.2016 № 426 «О Включении Сведений о Программном обеспечении в Единый реестр Российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных и внесении изменений в Сведения о классах программного обеспечения» [Электронный ресурс] – Справочная система «Консультант Плюс» (Дата обращения 15.10.23)

2. Правило (стандарт) аудиторской деятельности «Проведение аудита с помощью компьютеров» (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 11.07.2000 Протокол № 1 [Электронный ресурс] – Справочная система «Консультант Плюс» (Дата обращения 15.10.23)

3. Информационные системы в экономике: учебное пособие / В.Н. Ясенов, О.В. Ясенов. Москва: КНОРУС, 2023. С. 169–180.

4. Официальный сайт Аудиторской программы AuditXP Professional [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.auditxp.ru/products/auditxp-professional/> (Дата обращения 15.10.23)

ESG-ПЕРЕХОД КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

*Давыдова А.В. бакалавр 3-го курса, Кузина Н.С. бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Губанова Е. В., к.э.н., доцент кафедры
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В данной статье рассматривается переход к принципам ESG (Экологический, Социальный, управленческий) как фактор, определяющий новый вектор развития российского бизнеса. В нем анализируются основные преимущества и проблемы, связанные с внедрением подхода ESG, а также рассматривается опыт успешной компании в этой области. Результаты исследования позволят нам оценить возможности и перспективы развития российского бизнеса с использованием принципов ESG.

Ключевые слова: ESG, инвестиции, экология, трансформация, зеленая экономика, ESG перехода, экологические аспекты, социальные аспекты, аспекты управления.

ESG TRANSITION AS A FACTOR IN THE FORMATION OF A NEW VECTOR OF DEVELOPMENT OF RUSSIAN COMPANIES

*Davydova A. V. bachelor of the 3st year, Kuzina N. S. bachelor of the 3st year
Scientific supervisor: Gubanova E. V., Candidate of Economics,
Associate Professor of the Department
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation: This article discusses the transition to the principles of ESG (Environmental, Social, managerial) as a factor determining the new vector of development of Russian business. It analyzes the main advantages and problems associated with the implementation of the ESG approach, and also examines the experience of a successful company in this area. The results of the study will allow us to assess the opportunities and prospects for the development of Russian business using ESG principles.

Keywords: ESG, investment, ecology, transformation, green economy, ESG of transition, environmental aspects, social aspects, management aspects.

Инвестиции ESG – это инвестиции, которые учитывают экологические, социальные и управленческие критерии (Environmental, social,

Governance). Это означает, что компании, которые активно занимаются сокращением выбросов парниковых газов, поддерживают социальные программы и имеют эффективную систему управления, считаются более привлекательными для инвесторов.

Подход ESG становится все более популярным в мировой экономике, и российские компании не являются исключением. В условиях изменения климата, растущего внимания к социальным вопросам и прозрачности управления многие компании понимают необходимость внедрения политики ESG для своего успешного развития.

17 принципов устойчивого развития ESG (экологический, социальный и управленческий) являются основными руководящими принципами, которые помогают компаниям достигать финансовой устойчивости [3].



Рисунок 1. Принципы устойчивого развития ООН [3]

Важность этих 17 принципов заключается в том, что они помогают компаниям создавать и управлять своей стратегией устойчивого развития, обеспечивая более эффективное использование ресурсов, уменьшая негативное воздействие на окружающую среду, развивая социальную ответственность и создавая более устойчивое и справедливое общество. Эти принципы также способствуют укреплению доверия со стороны инвесторов, потребителей, сотрудников и других заинтересованных сторон, что, в свою очередь, положительно влияет на успех бизнеса и устойчивость компании.

Российские компании обладают огромным потенциалом развития в рамках подхода ESG. Например, они могут активно внедрять экологиче-

ски чистые технологии, повышать энергоэффективность и сокращать выбросы вредных веществ. Это не только помогает уменьшить негативное воздействие на окружающую среду, но также позволяет компаниям снизить эксплуатационные расходы и повысить свою конкурентоспособность на мировом рынке. Кроме того, российские компании могут повысить свою социальную ответственность, поддерживая различные социальные программы и инициативы. Это может включать финансирование местных образовательных и медицинских учреждений, создание рабочих мест для людей с ограниченными возможностями и поддержку местных сообществ.

Наконец, эффективность управления и прозрачность также являются важными аспектами подхода ESG. Российские компании могут улучшить свои системы управления бизнесом, внедрить механизмы контроля и отчетности, повысить прозрачность своей деятельности. Это гарантирует доверие клиентов, инвесторов и всех заинтересованных сторон.

Переход ESG необходим российским компаниям не только с точки зрения экономического развития, но и для поддержания их стабильности в быстро меняющейся экономической среде. Компании, которые интегрируют подход ESG в свою стратегию развития, имеют больше шансов укрепить свой бренд, привлечь инвестиции и удовлетворить потребности Moderna Consumer.Moderna ESG Technologies оказывает влияние на ряд экономических показателей. Вот некоторые из них (рис. 1):

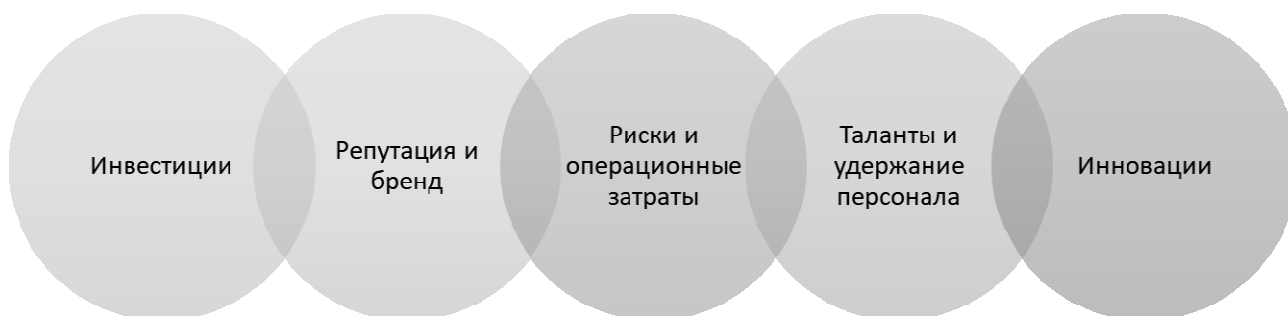


Рисунок 2. Экономические показатели, на которые влияют ESG-технологии

1. Инвестиции: Растущий интерес к критериям ESG приводит к увеличению инвестиций в компании и проекты, учитывающие факторы экологической, социальной ответственности и управления. Инвесторы все чаще принимают во внимание ESG-факторы при принятии решений об инвестировании своих средств. Компании, придерживающиеся принципов ESG, могут привлекать больше инвестиций и иметь более высокую стоимость на рынке капитала.

2. Репутация и бренд: Применение технологии ESG способствует созданию положительного имиджа компаний и укреплению их бренда. Потребители все чаще оценивают социально ответственную и экологически устойчивую практику и предпочитают приобретать товары и услуги у компаний, преследующих цели ESG. Бренды с высокой репутацией ESG могут иметь преимущество на рынке и привлекать больше клиентов.

3. Риски и операционные издержки: Технологии ESG помогают компаниям управлять рисками, связанными с окружающей средой, социальной ответственностью и менеджментом. Реализация инициатив ESG приводит к более эффективному использованию ресурсов, сокращению отходов, снижению затрат на энергию и воду и повышению операционной эффективности. Это может привести к снижению эксплуатационных расходов и повышению прибыли компании.

4. Таланты и удержание: молодые специалисты все чаще отдают предпочтение ценностям ESG при выборе работодателя. Компании с ответственным управлением, прогрессивными практиками ESG и сильной корпоративной культурой привлекают высококвалифицированный персонал и лучшие таланты в своей отрасли. Разработка стратегии ESG и внедрение соответствующих технологий могут способствовать удержанию талантов в компании.

5. Инновации: Разработка и применение технологий ESG стимулируют инновации и создание новых рыночных возможностей. Компании, разрабатывающие экологически чистые и социально ответственные решения, получают конкурентное преимущество и могут занять лидирующие позиции на рынке. Технологии ESG могут влиять на различные экономические аспекты, от финансовых показателей до операционной эффективности и привлечения талантов. Они помогают компаниям разрабатывать ответственные и устойчивые методы в своей бизнес-стратегии и быть более конкурентоспособными в долгосрочной перспективе.

Рейтинг российских организаций по уровню ESG-анализа является важным инструментом оценки уровня устойчивости и социальной ответственности предприятий. Это позволяет инвесторам и другим заинтересованным сторонам получать информацию об экологической, социальной и управленческой ответственности организаций. Этот рейтинг показывает, что несколько российских компаний уже активно участвуют во внедрении устойчивых практик и работают над улучшением своей деятельности в области экологии, социальной ответственности и менеджмента.

Таблица 1. ESG-рэнкинг российских компаний (октябрь 2023 года) [5]

№	НАЗВАНИЕ	Подотрасль	ESG-рейтинг
1	СБЕРБАНК	Банки	АА
2	«ФОСАГРО»	Агрохимикаты	АА
3	«ТАТНЕФТЬ», ГРУППА	Интегрированные нефтегазовые компании	АА
4	«ПОЛИМЕТАЛЛ»	Драгоценные металлы	АА
5	«ПОЛЮС»	Драгоценные металлы	А
6	«ЭЛ5-ЭНЕРГО»	Электроэнергетика	А
7	«УРАЛКАЛИЙ»	Агрохимикаты	А
8	«НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ», ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ	Добыча прочих полезных ископаемых	А
9	«СЕВЕРСТАЛЬ»	Чёрная металлургия	А
10	«МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	Банки	А

ПАО СБЕРБАНК занял первое место в рейтинге. Как крупнейший банк в России, Сбербанк принимает активное участие в социальной ответственности и устойчивом развитии. Банк активно финансирует проекты с низким углеродным следом и поддерживает социальные инициативы в области медицины, образования и культуры.

Поскольку Сбербанк занимает 1-е место в рейтинге за октябрь 2023 года, мы подробнее рассмотрим, как этот показатель был рассчитан с использованием методологии присвоения некредитных рейтингов, оценки подверженности компании экологическим и социальным рискам бизнеса, а также рискам корпоративного управления (ESG ratings).

Методология оценки распределения и дисконтирования ESG представляет собой структурированный подход к оценке компании с использованием различных показателей, сгруппированных в три основных блока:

Электронная экология;

S - Социальная политика;

G- Корпоративное управление (corporate governance)

В основе присвоения рейтинга ESG лежит модель с рейтинговой системой из трех блоков, упомянутых выше. Оценка предприятия в каждом блоке проводится в соответствии с определенным набором критериев [4].

Итоговая оценка модели, соответствующая рейтинговой оценке, рассчитывается как среднее значение рейтинговых оценок в блоках E, S и G. При расчете рейтинговой оценки в блоках E и S учитываются только соответствующие критерии компании. Актуальность критериев определяется в процессе анализа специфики деятельности компании, объясняется неуместность каждого критерия.

Рассчитанный рейтинг ESG определяется на основе итогового балла (рассчитанного как среднее арифметическое трех оценок ключевых блоков E, S и G) с помощью таблицы его соответствия рассчитанному рейтингу. Шкалы во всех трех блоках и итоговая шкала эквивалентны.

Рассчитанный рейтинг ESG определяется на основе итогового балла (рассчитанного как среднее арифметическое трех оценок ключевых блоков E, S и G) с помощью таблицы его соответствия рассчитанному рейтингу. Шкалы во всех трех блоках и итоговая шкала эквивалентны [4].

По ПАО «Сбербанк» имеются следующие данные, представленные в таблице 2 [6].

Таблица 2. ESG-карта оценок [6]

	Тема	Оценка
E	Природные ресурсы	74
	Загрязнение	97
	Изменение климата	76
	Общие экологические риски	76
	Портфель экологических активов	86
S	Человеческий капитал	90
	Корпоративная социальная ответственность	95
	Общие социальные риски	89
	Портфель социальных активов	82
G	Корпоративная структура	84
	Корпоративное поведение	99

Следуя методическим рекомендациям, найдем среднеарифметическое значение баллов по блоку E:

$$\frac{74 + 97 + 76 + 76 + 86}{5} = 81,8$$

Среднеарифметическое значение баллов по блоку S:

$$\frac{90 + 95 + 89 + 82}{4} = 89,0$$

Среднеарифметическое значение баллов по блоку G:

$$\frac{84 + 99}{2} = 91,5$$

Среднеарифметическое трех рейтингов ключевых блоков E, S и G:

$$\frac{81,8 + 89,0 + 91,5}{3} = 87,4$$

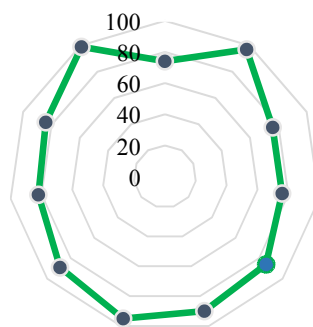


Рисунок 3. Рейтинговая оценка ESG-факторов ПАО «Сбербанк»
на основе таблицы 2

На основании предоставленных данных можно сделать следующие выводы:

1. Факторы, которые находятся на достаточно высоком уровне: Загрязнение окружающей среды (97) и Корпоративное поведение (99) имеют высокую оценку, что свидетельствует о том, что ПАО Сбербанк придерживается устойчивой политики и практики в области экологии и корпоративного поведения.

2. Факторы, подлежащие улучшению: Изменение климата (76) и общие экологические риски (76) имеют более низкий рейтинг по сравнению с другими факторами в экологическом блоке. Это может указывать на необходимость разработки и реализации более эффективных стратегий по снижению воздействия на климат и управлению экологическими рисками.

Портфель социальных активов (82) находится на нижней границе верхнего уровня. Возможно, ПАО Сбербанк может рассмотреть возможность расширения своих социальных программ и активов, чтобы улучшить этот фактор.

Корпоративная структура (84) имеет несколько более низкий рейтинг рейтинга, что может указывать на необходимость определенных изменений в структуре компании для повышения уровня прозрачности и эффективности.

В целом, ПАО Сбербанк имеет хороший рейтинг по большинству факторов ESG, но некоторые факторы требуют дополнительного внимания и улучшений для дальнейшего продвижения в области устойчивого развития и социальной ответственности.

Таким образом, для успешного перехода российских компаний на ESG необходима государственная поддержка, разработка соответствующих нормативных актов и стимулирование компаний к участию в инициативах в области ESG. Также важно обучать и обучать сотрудников, чтобы они могли адаптироваться к новым требованиям и вносить свой вклад в реализацию политики ASG.

Те, кто сможет успешно интегрировать подход ESG в свою стратегию и повысить ее устойчивость в условиях быстро меняющейся экономики и требований клиентов, смогут занять лидирующие позиции на рынке и обеспечить долгосрочное развитие компании.

Библиографический список

1. Парижское климатическое соглашение 2015 год [Электронный ресурс]. [Режим доступа]: https://unfccc.int/sites/default/files/russian_paris_agreement.pdf (Дата обращения 27.10.2023)

2. Захматов Д.Ю. Элементы учета ESG-факторов при предоставлении корпоративных кредитов // Региональная и отраслевая экономика. 2023. №1 (218). С.50-61.

3 Кузина Н.С. Зеленые финансы для зеленого роста. В сборнике: Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения В.Г. Шухова. Сборник докладов Международной научно-технической конференции молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова. Белгород, 2023. С. 580-587.

4. Методология присвоения ESG-рейтингов [Электронный ресурс] «Национальное Рейтинговое Агентство URL: https://www.ranational.ru/sites/default/files/ESG%20Rating%20Methodology%20NRA_2020.pdf?ysclid=loed194m9z530959988 (дата обращения 31.10.2023)

5. ESG рэнкинг российских компаний (октябрь 2023 года) [Электронный ресурс] –RAEX Rating, URL: https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2023.10/ (дата обращения 31.10.2023)

6. Сбер | Годовой отчет 2022 [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://shareholder.sberbank.com/AR22/esg/part-1/> (дата обращения 31.10.2023)

УДК 334.02

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЯДА ФАКТОРОВ НА ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НАСЕЛЕНИЯ РАЗНЫХ СТРАН

Демичева Е.А., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент кафедры
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: в работе представлен корреляционно-регрессионный анализ зависимости индекса человеческого развития разных стран от ряда экономических факторов.

Ключевые слова: качество жизни, индекс человеческого развития, уровень развития стран, регрессионный анализ, теснота связи.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF A NUMBER OF FACTORS ON THE HUMAN DEVELOPMENT INDEX OF THE POPULATION OF DIFFERENT COUNTRIES

Demicheva E.A., bachelor of the 3rd year

*Supervisor: Nikanorkina N.V., Candidate of Pedagogics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Financial, Kaluga*

Annotation: the paper presents a correlation and regression analysis of the dependence of the human development index of different countries on a number of economic factors.

Keywords: quality of life, human development index, level of development of countries, regression analysis, tightness of communication.

Главной целью любого современного социального государства является повышение качества жизни населения, так как от благосостояния граждан напрямую зависит экономическое благополучие страны.

Высокое качество жизни населения является не только целью социальной политики, но и индикатором успешности и устойчивости общества в целом. Оно способствует укреплению социальной солидарности и содействует развитию человеческого потенциала, что является важным фактором для достижения устойчивого экономического и социального развития.

Качество жизни населения – это общее понятие, которое описывает уровень благосостояния и удовлетворенности жизнью людей в определенном обществе. Качество жизни зависит от многих факторов, включая доступность и качество медицинского обслуживания, уровень доходов и занятости, качество жилья и окружающей среды, доступность образования и культурных возможностей, уровень безопасности и т.д.

Оценка качества жизни населения может проводиться на различных уровнях: глобальном, национальном, региональном и местном. Она может быть основана на различных показателях, таких как ВВП на душу населения, уровень безработицы, продолжительность жизни, уровень образования, экологические показатели и т.д.

Высокое качество жизни населения является одной из главных целей социальной политики государств и организаций по всему миру. Оно способствует улучшению здоровья, повышению уровня образования и культуры, укреплению социальной защиты и общественной безопасности, а также созданию благоприятных условий для экономического развития.

Индекс человеческого развития (ИЧР) – это международный показатель, разработанный в 1990 году и являющийся совместной разработкой ООН, ПРООН и Оксфордского университета, который оценивает уровень развития стран по таким показателям, как продолжительность жизни, образование и уровень жизни населения. Каждый из этих показателей оценивается по шкале от 0 до 1, после чего их значения усредняются для получения общего ИЧР.

Индекс человеческого развития позволяет сравнивать уровень развития разных стран мира и определять тенденции в их развитии. На основе этого индекса можно выявить проблемные области, которые требуют дополнительной помощи и поддержки со стороны мирового сообщества.

Продолжительность жизни отражает состояние здоровья населения и доступность медицинской помощи. Уровень образования оценивается по количеству лет обучения и уровню грамотности населения. Уровень дохода измеряется по ВВП на душу населения.

Индекс человеческого развития рассчитывается для каждой страны мира ежегодно и позволяет сравнивать уровень развития стран между собой.

ИЧР также используется для определения тенденций в развитии стран. Например, сравнение данных за разные годы позволяет выявить тенденции в улучшении или ухудшении качества жизни населения.

Однако, ИЧР не является идеальным инструментом для оценки развития стран. Он не учитывает такие факторы, как экономическая стабильность, политическая ситуация, экологические проблемы и другие аспекты, которые также важны для общего развития страны.

Кроме того, ИЧР не отражает все аспекты человеческого развития, такие как качество жизни, доступность медицинской помощи и т.д. Поэтому, необходимо использовать ИЧР в сочетании с другими показателями, чтобы получить полную картину развития страны.

В целом, ИЧР является важным инструментом для оценки уровня развития стран и определения тех областей, которые нуждаются в наибольшей поддержке. Однако, для получения полной картины развития страны необходимо использовать и другие показатели.

В зависимости от значения ИЧР страны мира ежегодно ранжируют и составляют список, по которому можно наглядно понять, на каком уровне социально-экономического развития находится то или иное государство. Данный показатель общепризнан и является определяющим при разработке социально-экономической политики страны, поэтому он будет особенно подробно рассмотрен.

Целью исследования является разработка эконометрической модели для оценки влияния различных факторов на индекс человеческого развития населения разных стран и использование этой модели для краткосрочного прогнозирования исследуемого показателя.

Для достижения поставленной цели необходимо: во-первых, осуществить выбор факторных признаков для построения линейной множественной регрессионной модели; во-вторых, оценить параметры построенной модели регрессии и дать экономическую интерпретацию коэффициентов данной модели; в-третьих, провести оценку качества модели; в-четвертых, нужно оценить по модели влияние факторов на зависимую переменную; и, наконец, в-пятых, проверить выполнение предпосылок метода наименьших квадратов (МНК).

Используя статистические данные за 2021 год по ряду стран проведем корреляционно-регрессионный анализ влияния ряда факторов на результативный признак y , в качестве которого выбран индекс человеческого развития. Для анализа индекса были отобраны следующие пять факторов:

Эндогенная переменная y – Индекс человеческого развития;

Экзогенная переменная x_1 – Ожидаемая продолжительность жизни, лет;

Экзогенная переменная x_2 – Индекс достигнутого уровня образования, лет;

Экзогенная переменная x_3 – Индекс ВВП на душу населения;

Экзогенная переменная x_4 – Индекс качества жизни;

Экзогенная переменная x_5 – Индекс здоровья.

Количество наблюдений $n = 20$.

Таблица 1. Статистические данные ИЧР разных стран по основным факторам за 2021 год

Место	Страна	Индекс человеческого развития (y)	Ожидаемая продолжительность жизни (x_1)	Индекс достигнутого уровня образования	Индекс ВВП на душу населения (x_3)	Индекс качества жизни (x_4)	Индекс здоровья (x_5)
1	Швейцария	0,962	83,97	0,896	78530	190,82	74,47
2	Норвегия	0,961	82,64	0,919	70825	173,77	75,5
3	Исландия	0,959	83,22	0,918	59792	179,1	65,69
4	Гонконг	0,952	85,03	0,86	66062	150,89	66,34
5	Австралия	0,951	83,64	0,923	56403	181,52	77,71
6	Дания	0,948	81,11	0,92	63946	190,01	79,96
7	Швеция	0,947	83,03	0,914	58962	171,4	68,8
8	Ирландия	0,945	82,51	0,918	112463	150,89	52,78
9	Германия	0,942	81,57	0,946	58378	176,76	73,77
10	Нидерланды	0,941	82,49	0,906	62841	183,31	75,76
11	Финляндия	0,940	82,14	0,915	53757	182,79	76,4
12	Сингапур	0,939	83,8	0,837	116487	143,82	70,88
13	Бельгия	0,937	81,86	0,893	57036	150,89	75,2
14	Новая Зеландия	0,937	82,5	0,923	46585	175,77	73,58
15	Канада	0,936	82,66	0,891	52985	159,99	71,8
16	Люксембург	0,930	82,47	0,802	131875	171,81	60,8
17	Великобритания	0,929	81,52	0,916	50338	158,99	74,93
18	Япония	0,925	84,79	0,85	44739	162,32	80,68
19	Республика Корея	0,925	83,21	0,862	48578	130,02	82,34
20	США	0,921	78,99	0,899	69231	166,98	69,03

Выбор факторных признаков для построения регрессионной модели осуществляется путем пошагового отбора методом «от противного» или методом исключения ненужных факторов. Далее для проведения регрессионного анализа используется инструмент «Регрессия» (настройка «Анализ данных» в Excel).

В результате применения метода последовательного исключения факторов можно прийти к выводу, что в модель необходимо включить три фактора: x_1 – ожидаемая продолжительность жизни; x_2 – индекс достигнутого уровня образования; x_3 – индекс ВВП на душу населения.

Таблица 2. Статистические данные ИЧР разных стран по итоговым факторам за 2021 год

Место	Страна	Индекс человеческого развития (у)	Ожидаемая продолжительность жизни (х1)	Индекс достигнутого уровня образования (х2)	Индекс ВВП на душу населения (х3)
1	Швейцария	0,962	83,97	0,896	78530
2	Норвегия	0,961	82,64	0,919	70825
3	Исландия	0,959	83,22	0,918	59792
4	Гонконг	0,952	85,03	0,86	66062
5	Австралия	0,951	83,64	0,923	56403
6	Дания	0,948	81,11	0,92	63946
7	Швеция	0,947	83,03	0,914	58962
8	Ирландия	0,945	82,51	0,918	112463
9	Германия	0,942	81,57	0,946	58378
10	Нидерланды	0,941	82,49	0,906	62841
11	Финляндия	0,940	82,14	0,915	53757
12	Сингапур	0,939	83,8	0,837	116487
13	Бельгия	0,937	81,86	0,893	57036
14	Новая Зеландия	0,937	82,5	0,923	46585
15	Канада	0,936	82,66	0,891	52985
16	Люксембург	0,930	82,47	0,802	131875
17	Великобритания	0,929	81,52	0,916	50338
18	Япония	0,925	84,79	0,85	44739
19	Республика Корея	0,925	83,21	0,862	48578
20	США	0,921	78,99	0,899	69231

На данном этапе, получив конечные данные регрессионного анализа, можем составить уравнение регрессии, которое будет иметь следующий вид:

$$\hat{y} = 0,1254 + 0,0063x_1 + 0,312x_2 + 2,56556E - 07x_3$$

Интерпретируем коэффициенты «чистой» регрессии в полученном уравнении. Так, $b_1=0,0063$ означает, что с увеличением индекса ожидаемой продолжительности жизни (x_1) на единицу при неизменном индексе достигнутого уровня образования (x_2) и неизменном индексе ВВП на душу населения (x_3) индекс человеческого развития (y) увеличится в среднем на 0,0063. Коэффициент $b_2=0,312$ показывает, что с увеличением индекса достигнутого уровня образования (x_2) на единицу при неизменном индексе ожидаемой продолжительности жизни (x_1) и неизменном индексе ВВП на душу населения (x_3) индекс человеческого развития (y) увеличился в среднем на 0,312. И, наконец, значение $b_3=2,56556E-07$ означает, что

с увеличением индекса ВВП на душу населения (x_3) на единицу при неизменном индексе ожидаемой продолжительности жизни (x_1) и при неизменном индексе достигнутого уровня образования (x_2) индекс человеческого развития (y) увеличился в среднем на $2,56556E-07$.

Выполнив отбор факторов и построив уравнение множественной линейной регрессии, проверим качество построенной трехфакторной модели.

Для этого сначала нужно оценить тесноту связи между факторами и результатом с помощью линейного коэффициента множественной корреляции R .

Коэффициент множественной корреляции показывает, как изменение одного или нескольких независимых переменных влияет на зависимую переменную в модели регрессии. Он позволяет оценить вклад каждой независимой переменной в объяснение изменений зависимой переменной и определить, какие из них являются значимыми для модели. Коэффициент множественной регрессии используется для прогнозирования значений зависимой переменной на основе значений независимых переменных. Другими словами, коэффициент множественной корреляции показывает тесную связь между зависимой переменной y и тремя включенными в модель объясняющими факторами, так как его значение достаточно близко к единице ($R=0,810077$).

Для оценки точности модели множественной регрессии вычисляют два показателя: коэффициент детерминации; средняя относительная ошибка аппроксимации.

В данном случае 66% вариации индекса человеческого развития объясняется вариациями ожидаемой продолжительности жизни, индексом достигнутого уровня образования и индексом ВВП на душу населения, остальные 34% не учтены в модели. Другими словами, коэффициент детерминации показывает долю вариации результативного признака по воздействию факторов, участвующих в модели. Средняя относительная ошибка аппроксимации представляет собой среднее относительное отклонение расчетных значений y от фактических. В данном случае в среднем расчетные значения для линейной модели отличаются от фактических значений на 0,59%, что находится в пределах нормы (меньше 8-10%) и означает, что модель точная и является хорошо подобранной по качеству.

Оценим статистическую значимость уравнения регрессии в целом с помощью F -критерия Фишера, где в качестве нулевой гипотезы H_0 выдвинуто предположение о том, что уравнения регрессии в целом статистически незначимо. Проведенная проверка показала, что фактическое значение F -критерия $F_{\text{факт}}$ равно 10,18, а табличное значение $F_{\text{табл}}$ со-

ставляет 3,24. Так как F факт больше F табл, то нулевая гипотеза H_0 отклоняется и уравнение регрессии следует признать статистически значимым с 95%-ной вероятностью. А это означает, что модель можно использовать для дальнейшего анализа и прогнозирования.

Таким образом, независимо от уровня социально-экономического развития общества, проблемы изучения уровня жизни населения, благосостояния нации являются актуальными для всех стран.

Проведенный регрессионный анализ позволяет сделать вывод о том, что основными факторами, среди выбранных для исследования, влияющими на динамику индекса человеческого развития в разных странах являются ожидаемая продолжительность жизни, индекс достигнутого уровня образования и индекс ВВП на душу населения.

Библиографический список

1. Никаноркина Н.В. Эконометрика: Введение в парный корреляционно-регрессионный анализ. Учебное пособие / Н.В. Никаноркина, Калуга: ИП Якунина Василиса Алексеевна (РИА «Калужский печатный двор»), 2023. 92 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 27.04.2023).

УДК 658.511

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

Есипенко И.В., бакалавр 3-го курса

Научные руководители: Рзун И.Г., к.физ.мат.наук, доцент

Новороссийский филиал Финуниверситета, г. Новороссийск

Аннотация. В данной работе рассматриваются основы функционально-стоимостного анализа, процесс заключения договора, посчитаны риски, а также выясняется необходимость визуализации полученных данных. Варианты заключения договора представлены с помощью нотации BPMN, а учёт и статистика согласий и отказов представлены в виде дашборда.

Ключевые слова: функционально-стоимостный анализ, бизнес-процесс, визуализация.

VISUALIZATION OF FUNCTIONAL-COST ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES OF THE SALES DEPARTMENT

Esipenko I.V., 3rd year bachelor

Scientific supervisors: Rzun I.G., candidate of physical and mathematical sciences, associate professor

Novorossiysk branch of the Financial University, Novorossiysk

Annotation. This paper discusses the basics of functional cost analysis, the process of concluding a contract, calculates the risks, and also clarifies the need to visualize the obtained data. Options for concluding a contract are presented using BPMN notation, and accounting and statistics of consents and refusals are presented in the form of a dashboard.

Key words: functional cost analysis, business process, visualization.

Функционально-стоимостный анализ (далее ФСА) – метод системного исследования деятельности компании с целью поиска баланса между себестоимостью и полезностью. Другими словами, это инструмент, с помощью которого принимаются самые эффективные решения, с точки зрения стоимости, функциональности и надёжности.

С помощью ФСА можно реорганизовать деятельность таким образом, чтобы достичь устойчивого снижения трудоёмкости и времени, а также высчитать риски. В данной работе рассматривается ФСА работы отдела продаж.

В процессе его деятельности, в компании целесообразно проводить учёт количества согласий и отказов на подписание договоров.

Для этого, сначала следует рассмотреть варианты заключения договора и представить их с помощью нотации BPMN. Различие заключается в последовательности действий данного бизнес-процесса.

Также, помимо возможности отказа, учитывалось, что договор подписывается обеими сторонами (нами, то есть, компанией, и покупателем).

Учитывая, что нам известна стоимость каждой задачи и время их исполнения, указываем их на схемах. Для компактности, буква *t* обозначает время в днях, а *n* – стоимость в рублях.

Можно пронаблюдать, что, следуя обеим схемам, в сумме получается 7 дней.

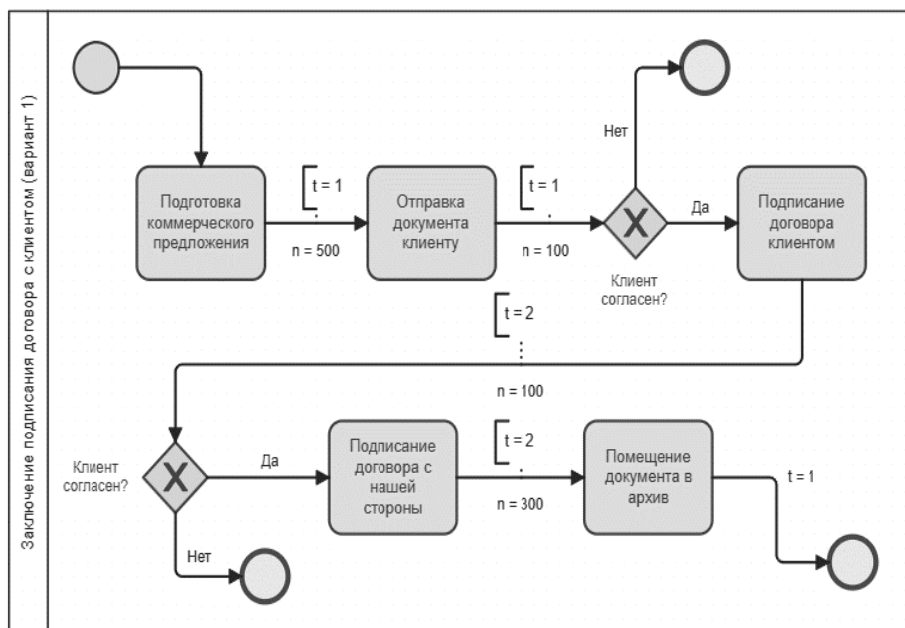


Рисунок 1. Первый вариант заключения договора

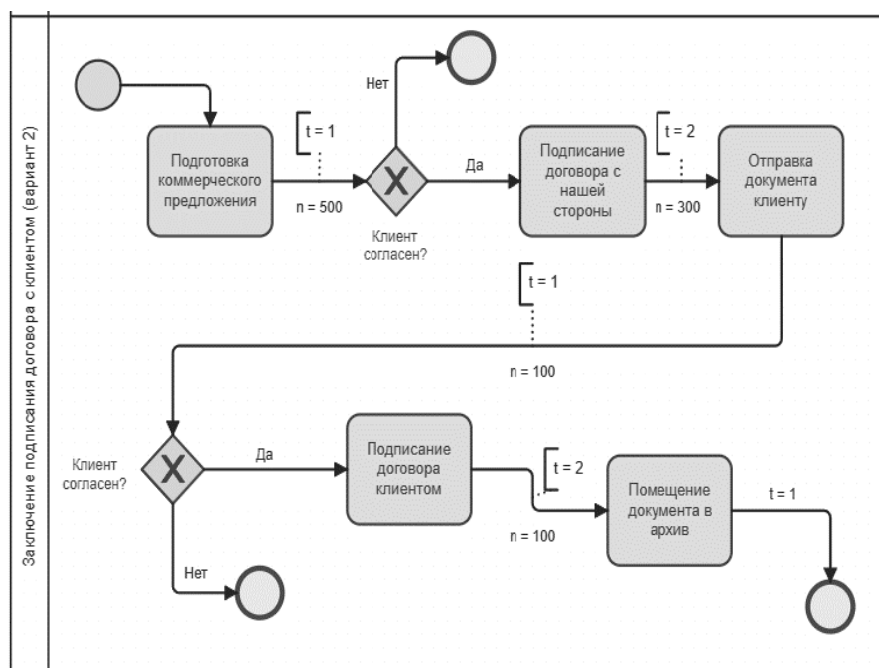


Рисунок 2. Второй вариант заключения договора

В среднем, компания может собрать следующие статистические данные: одобрив коммерческое предложение, клиенты в 60% соглашаются подписывать договор, а в 40% – нет. Следовательно, далее стоит подсчитать риски, с учётом стоимости каждого отдельного действия бизнес-процесса:

Для 1 варианта:

$500 + 300 + 100 + 100 = 1000$ руб. (по первому пути)

$500 + 300 + 100 = 900$ руб. (по второму пути).

Отсюда следует, вероятность будет равна $1000 * 0,6 + 900 * 0,4 = 960$ руб.

Аналогично, для 2 варианта:

$500 + 300 + 100 + 100 = 1000$ руб. (по первому пути)

$500 + 100 = 600$ руб. (по второму пути).

Следовательно, вероятность равна $1000 * 0,6 + 600 * 0,4 = 840$ руб.

Можно сделать вывод, что несмотря на одинаковую длительность, второй вариант подписания договоров для компании предпочтительнее.

Также необходимо ввести учёт и статистику подписания договоров. В связи с чем, можно применять технику визуализации бизнес-процессов.

Для этого используется дашборд. Его применяют для того, чтобы визуализация проанализированных данных выглядела более понятной, ибо дашборд представляет собой лаконично расположенные (чаще всего, на одном листе) графики, схемы, таблицы и прочее. При этом, такой отчёт регулярно обновляется, то есть, представляет точные показатели предприятия.

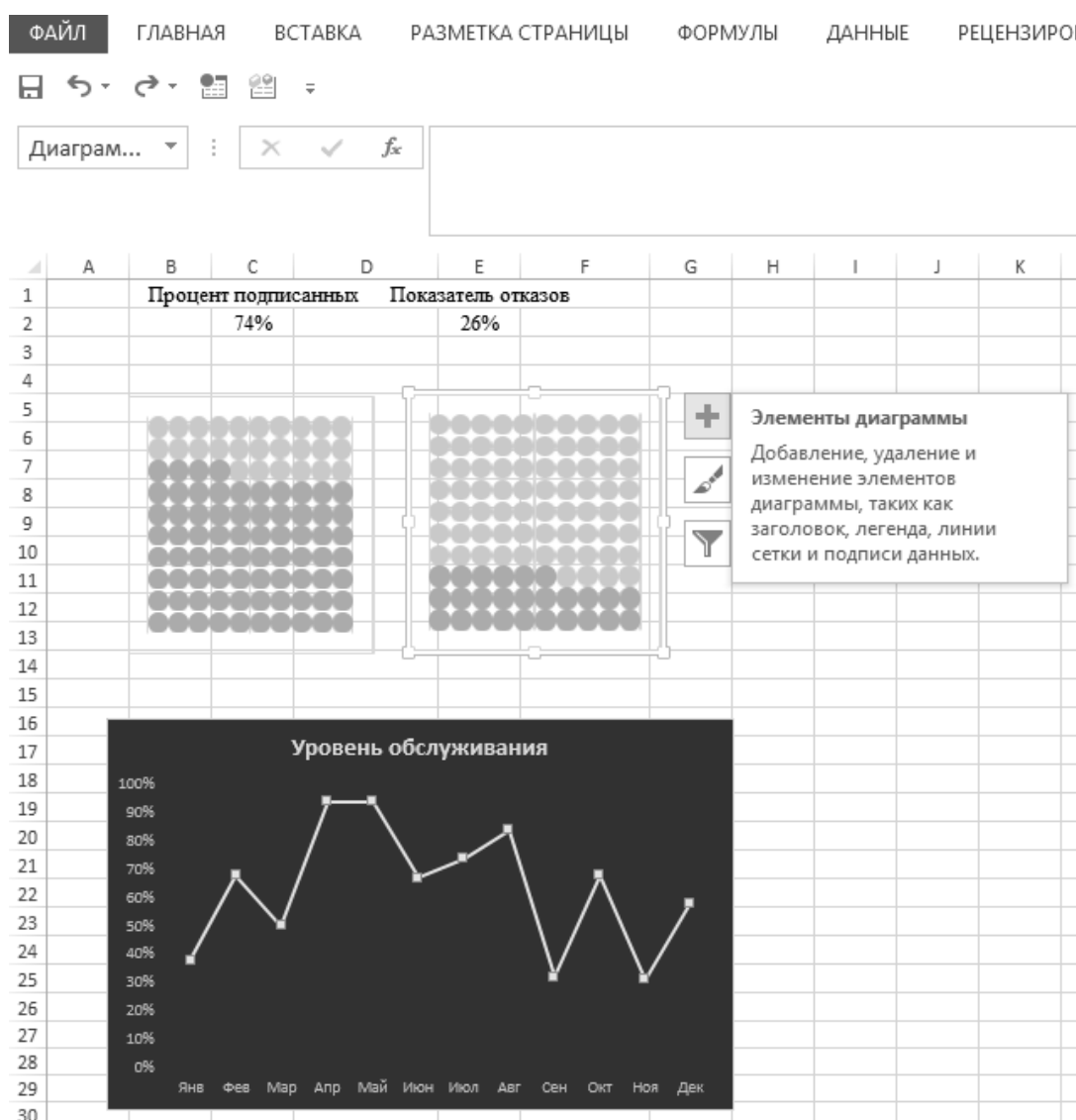


Рисунок 3. Дашборд

Также, к достоинствам дашборда относятся:

1. Упрощение работы с большими объёмами данных.
2. Возможность простого и быстрого обращения к выбранным показателям.
3. Вариативность представления данных: на дашборде может быть проиллюстрирован один и тот же показатель, но виде, например, и диаграммы, и графика.

Можно сделать вывод, что при помощи ФСА можно рассмотреть различные варианты реализации бизнес-процесса и выбрать из них наиболее эффективный. Также, для принятия более выгодного предложения, просчитываются риски. А полученные проанализированные данные, для простоты восприятия, и, в последствии, привлечения большего количества клиентов, используется дашборд.

Список литературы

1. Королев А.М. Методы рациональных решений в управлении стоимостью продукции. М.: Наука, 2006. 315 с.
2. Смирнов В.П., Белозеров В.Н., Петров К.А. Функционально-стоимостный анализ: учебник для вузов. М.: Издательский дом «Синергия», 2009. 336 с.

УДК 004.62

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ СЕКТОРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зозуля Д.С., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Пономарев С.В., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы внедрения блокчейн технологий в сферу образования Российской Федерации. Указаны основные преимущества блокчейна для образования. Изучены и проанализированы образовательные процессы, в которых используются блокчейн технологии на примере образовательных учреждений иностранных государств.

Ключевые слова: блокчейн, образование, образовательный процесс, преимущества, безопасность.

APPLICATION OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL SECTOR OF THE RUSSIAN FEDERATION

*Zozulya D.S. bachelor's degree of the 3th year
Supervisor: Ponomarev S.V., Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article discusses the implementation of blockchain technologies in the field of education of the Russian Federation. The main advantages of blockchain for education are indicated. Educational processes in which blockchain technologies are used have been studied and analyzed on the example of educational institutions of foreign countries.

Keywords: blockchain, education, educational process, benefits, security.

Во все времена образование являлось приоритетом в обществе, что остается неизменным и по сей день. Оно позволяет человеку сформировать набор личных и профессиональных компетенций. В связи с этим должно повышаться и качество образования.

Одна из современных технологий, которая способна повлечь изменения в образовательном секторе – это блокчейн. Блокчейн – децентрализованная цифровая «книга», в которой безопасным и прозрачным образом делаются записи; распределенная база данных, управляемая сетью компьютеров, которые совместно подтверждают и регистрируют записи, а также поддерживают ее целостность. Ключевым принципом блокчейна является неизменность. В любой момент, когда появляется новая запись в базе данных, она не подлежит изменениям или удалению без уведомления других участников сети. Таким образом, технология – идеальная инфраструктура для безопасного и прозрачного учета, хранения данных о деятельности и успеваемости обучающихся, а также открывает доступ к образовательным ресурсам всем интересующимся сторонам

Внедрение этой технологии поможет уменьшить количество проблем, которые имеются на данный момент в нынешних образовательных процессах России, именно поэтому тема данной научной статьи является актуальной.

Технология блокчейн (blockchain) – технология, позволяющая организовать информацию в цифровом формате в виде неразрывно связанного структурно цельного массива, получившего название «цепь данных» или «распределенный реестр». «Распределенный реестр» имеет преимущество в том, что вся информация дублируется и регулярно согласуется среди всех компьютеров сети, также без центрального посредника, а совокупными пользовательскими мощностями производится проверка и регистрация транзакций по объектам. Кроме того, при добавлении новых данных в реестр

проверяется и вся предшествующая «цепочка», что делает фактически невозможным вмешательство в историю операций и создание или удаление данных без ведома участников. Каждый объект при добавлении в реестр получает хеш – уникальный идентификатор-код доступа, благодаря которому имеется возможность проверить целостность и неизменность состояния объекта. Изначально все участники равны в праве осуществления и проверки транзакций, а руководство процессами происходит автоматически на основе открытых и четко структурированных правил алгоритмов. Все это позволяет снизить материальные и временные издержки хранения и обработки информации за счет перераспределения посреднических функций на всех участников сети. Доминирующим принципом организации работы блокчейн сети считается Proof-of-Work (доказательство работы). Его суть состоит в том, что для продолжения «цепи данных» и регистрации транзакций пользователи должны выполнить случайно генерирующиеся вычисления, сложность которых растет пропорционально росту сложности сети, количеству информации и участников. [1,12 с.]

Основной задачей блокчейна можно обозначить обеспечение безопасности данных, также блокчейн-технологии обладают следующими возможностями:

1. Устойчивость к DDoS-атакам и сбоям в системе – блокчейн, благодаря своим особенностям, способен сохранить данные, ведь они хранятся у множества пользователей сети, в отличие от централизованных баз данных.

2. Надежность – алгоритмы консенсуса обеспечивают надежность и согласованность данных в сети.

3. Защита авторских прав (АП) – благодаря устройству данной технологии, возможно обеспечить дополнительную безопасность и защиту прав на интеллектуальную собственность.

Из перечисленных возможностей, можно выделить некоторые перспективы блокчейн-технологий, которые могут положить хорошую основу в трансформации системы образования России.

1. Хранение информации в распределенной базе данных.

Блокчейн обладает следующими целями: уменьшение бюрократической нагрузки на сотрудников, а также повышение безопасности и срока хранения документов в реестре.

Соответственно упомянутая возможность будет достаточно перспективна в сфере образования, ведь это повысит эффективность и скорость обмена информацией между сотрудниками и учащимися, увеличит время хранения данных без возможности их утери.

Университет Никосии на Кипре первый ВУЗ, который внедрил данную технологию. Он стал использовать блокчейн для хранения данных об

обучающихся в учебном заведении. Реестр данных хранит в себе номера дипломов и выданных сертификатов. На сегодняшний день университет принимает оплату в криптовалюте. Была разработана собственная платформа онлайн-образования для студентов находящихся в других странах.

2. Снижение уровня коррупции в образовательном секторе.

С коррупцией борются многие страны, она проникла во многие сферы общественной жизни, в том числе и образование, использование блокчейна устанавливает прозрачность совершения транзакций и не дает возможность что-либо фальсифицировать, что дает перспективу на вытеснение коррупции из сферы образования.

В качестве примера можно привести ситуацию с выявлением коррупционной схемы в России. в Хакасии начальник отдела управления по контролю за оборотом наркотиков договорился с оператором одного из интернет-магазинов, занимавшимся сбытом запрещенных веществ, за взятку задержать и привлечь к уголовной ответственности лицо, которое похитило у взяткодателя наркотические средства. За что начальник отдела получил взятку в биткоидах и в которую через Qiwi-кошелек перевел в рубли и перечислил на банковскую карту. В итоге он был осужден на пять лет лишения свободы.

3. Улучшение карьерных перспектив.

Одна из главных проблем для работодателей является поиск хорошего кандидата на рабочее место. С помощью блокчейн-технологии можно организовать систему хранения информации о каждом студенте, т.е. его деятельность, успеваемости и др. Что позволит определить подходит ли кандидат на предложенное рабочее место или нет, ведь он может просмотреть все достижения кандидата. Данная возможность замотивирует обучающихся ответственнее подходить к учебной и внеучебной деятельности. Соответственно и работодателям значительно проще оценивать уровень образования кандидата, например диплом.

В качестве примера можно привести МФТИ – это первый вуз в стране принявший решение выдать блокчейн-дипломы. Магистратура ФПМИ МФТИ по блокчейну выпустила невзаимозаменяемые токены NFT для магистерских дипломов. Диплом в формате NFT представлен в виде графического видеообъекта, в который вшита информация о магистранте и годе выпуска. Сам NFT имеет электронные подписи участников аттестационной комиссии, что является дополнительной мерой по подтверждению подлинности. Вместе с дипломом выпускникам было передано право на владение данным дипломом, но автором остался ВУЗ. NFT-дипломы были выпущены с использованием Ethereum на платформе OpenSea.

Применение блокчейн-технологий в российском образовании только начинает набирать обороты, уже имеются первые шаги к трансформации

системы образования. Данная технология подтолкнула организации на переосмысление принципов хранения данных в архивах. Повышение надежности и защиты информации от кражи и фальсификаций – является их главными целями. К тому же блокчейн повышает скорость обмена информацией, а также уменьшает время ее обработки. Проблемы с внедрением в повседневную жизнь могут решиться только в том случае, когда государство создаст правовую основу, стандарт и сделает блокчейн одним из принципов создания единого информационно-образовательного пространства.

Библиографический список

1. Блокчейн в системе управления знанием: монография / М. А. Сажина, С.В. Костин. Москва: ИД ФОРУМ, 2022. 90 с.

УДК 330.43

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА КОТИРОВКИ АКЦИЙ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Чухрай А.А., Ицков А.Ю., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье представлены результаты эконометрического исследования с помощью методов корреляционно-регрессионного анализа воздействия различных экономических факторов на котировки акций одной из крупных российских компаний. На основе проведенного анализа выполнен прогноз исследуемого признака на ближайшую перспективу.

Ключевые слова: котировки акций, прогноз цен на акции, методы корреляционно-регрессионного анализа, эконометрическое моделирование.

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS ON STOCK QUOTES OF RUSSIAN COMPANIES

Chukhrai A.A., Itskov A.Yu., bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: Nikanorkina N.V., Candidate of Pedagogical, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article presents the results of an econometric study using the methods of correlation and regression analysis of the impact of various economic

factors on the stock quotes of one of the major Russian companies. Based on the analysis, the forecast of the studied feature for the near future is made.

Keywords: stock quotes, stock price forecast, methods of correlation and regression analysis, econometric modeling.

В современных нестабильных экономических условиях населению необходимо знать, куда можно вложить свои денежные сбережения для их сохранения и приумножения. Одним из таких вариантов является покупка акций. Однако, есть определенные ограничения. Например, не все физические лица могут приобрести акции иностранных корпораций. Поэтому, если имеется желание приобрести акции, то большинство сделает свой выбор в пользу российских компаний. Также при приобретении ценных бумаг необходимо понимать, выгодно совершить покупку сейчас или нужно подождать до лучших времен. Одним из критериев, который позволяет сделать выбор в пользу покупки или наоборот, является цена, по которой котируются акции выбранной компании. Знание того, какие показатели в наибольшей степени оказывают влияние на котировки акций, позволяет спрогнозировать, как изменится стоимость ценной бумаги под влиянием различных факторов. В связи с этим становится актуальным вопрос о том, какие независимые переменные наиболее существенным образом влияют на формирование цен акций российских компаний.

Целью проведенного нами исследования было построение регрессионной эконометрической модели для анализа и оценки влияния различных факторов на котировки акций одной из российских компаний и использование полученной модели для определения краткосрочного прогноза рассматриваемого показателя.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи:

1) проведение отбора регрессоров, которые оказывают существенное влияние на цены акций, что позволит построить модель множественной линейной регрессии;

2) проведение оценки параметров построенной регрессионной модели методом наименьших квадратов и истолкование их экономического смысла;

3) проверка качества построенной модели регрессии по наиболее важным показателям;

4) точечное прогнозирование котировок акций на краткосрочную перспективу.

Для построения эконометрической модели были выбраны котировки акций российской нефтегазовой компании Роснефть за период с января 2021 года по сентябрь 2023 года. Данная компания является лидером сре-

ди мировых нефтяных мейджоров по добыче нефти в миллионах баррелей в сутки. Также Роснефть занимает устойчивое положение среди мейджоров и по добыче природного газа. Роснефть занимает 6% мировой добычи нефти с выручкой в 9 триллионов рублей. В 2022 году добыча углеводородов составила 5,1 млн. баррелей нефтяного эквивалента в сутки, что на 2,3% больше показателя 2021 года. Это говорит о том, что компания держится стабильно даже в трудные времена. Этот факт обеспечивает определенную степень доверия к данной компании и позволяет с некоторой уверенностью вложиться в акции Роснефти. В качестве результативного признака были выбраны цены акций данной компании в рублях за одну акцию, а из большого разнообразия факторов, которые оказывают воздействие на формирование цен акций, выбраны:

- X1-цены на нефть марки Brent, доллар за баррель.
- X2-годовой уровень инфляции в России, %.
- X3-ключевая ставка в России, %
- X4-средний курс доллара, руб.
- X5-средний курс юаня, руб.

Первоначальный этап эконометрического исследования предполагает отбор факторов, на основе которых будет строиться модель. Из большого множества факторов, которые оказывают влияние на котировки акций, необходимо выбрать те, что в наибольшей степени влияют на результативный признак. Этот отбор можно проводить различными методами. Мы в своем исследовании применили процедуру последовательного отсеивания факторов, в результате которой были исключены статистически незначимые регрессоры. Указанный метод может быть реализован с помощью инструмента «Регрессия» в надстройке «Анализ данных» MS Excel.

В результате осуществления пошагового исключения факторов было обнаружено, что на котировки акций российской нефтегазовой компании в наибольшей степени оказывают воздействие три из пяти предварительно отобранных фактора, а именно:

- X1-цены на нефть марки Brent, доллар за баррель.
- X2-годовой уровень инфляции в России, %.
- X5-средний курс юаня, руб.

С надежностью 95% можно утверждать, что три оставшихся фактора являются статистически значимыми.

На данном этапе итогом проделанной работы стало построение уравнения зависимости цен акций компании Роснефть от цен на нефть марки Brent, годового уровня инфляции и среднего курса юаня, которое имеет следующий вид:

$$\hat{y} = 173,28 + 3,02x_1 - 15,12x_2 + 15,87x_5$$

Параметры регрессии в этом уравнении показывают, что увеличение цены на нефть марки Brent (x_1) на 1 доллар за баррель при неизменном уровне факторов x_2 и x_5 , приводит к росту цены на акции компании Роснефть в среднем на 3,02 рубля; увеличение годового уровня инфляции (x_2) на 1% при неизменных факторах x_1 и x_5 уменьшает в среднем цену на акции компании Роснефть на 15,12 рублей; а увеличение курса юаня на 1 руб. при неизменном уровне остальных факторов x_1 и x_2 увеличивает в среднем цены на акции компании Роснефть на 15,87 рублей.

Проверка качества построенной регрессионной модели – весьма важный и существенный этап эконометрического моделирования, результаты которого позволят сделать вывод о том, можно ли полученную модель использовать для практических целей и прогнозирования.

Прежде всего должна проведена оценка тесноты связи между всем набором входящих в модель факторов и ценами на акции компании Роснефть. Данную оценку возможно осуществить с помощью коэффициента множественной корреляции R . В нашем исследовании этот показатель оказался равным $R = 0,6376$, что показывает средний уровень связи между зависимой переменной и набором включенных в модель независимых переменных.

Расчёт и анализ таких показателей, как коэффициент детерминации и средняя ошибка аппроксимации, позволяет определить точность полученной регрессионной модели.

Коэффициент детерминации оказался равным $R^2 = 0,4065$. Этот коэффициент показывает, что 40,65% вариации котировок акций компании Роснефть зависит от изменений цены на нефть марки Brent, годового уровня инфляции и курса юаня. На влияние остальных факторов, не учтенных в модели, приходится остальные 59,35%.

В результате произведенных расчетов средняя относительная ошибка аппроксимации оказалась равной 13,87%. Этот показатель означает, что в среднем расчетные значения результативного признака отличаются от фактических на 13,87%. Это значение находится в пределах нормы, т.к. меньше 15%.

Таким образом, в результате расчетов мы выяснили, что построенная трехфакторная регрессионная имеет хорошие качественные характеристики.

Одним из наиболее важных этапов проверки качества модели регрессии является выяснение вопроса о статистической значимости уравнения регрессии в целом. Данную проверку осуществим с помощью F -критерия. Так как в нашем случае фактическое значение критерия $F_{\text{факт}} = 6,62$ оказалось больше табличного значения $F_{\text{табл}} = 2,93$, то с вероятностью 95% уравнение регрессии можно считать статистически значимым.

Полученный вывод позволяет нам использовать построенную модель для последующего анализа и прогнозирования.

Выше были интерпретированы значения «чистой» регрессии. Однако, факторы имеют различные единицы измерения, а также различные колеблемости. В связи с этим использовать показатели «чистой» регрессии для определения степени воздействия независимых переменных на котировки акций компании Роснефть не представляется возможным. Поэтому для осуществления оценки влияния каждого отдельного фактора при неизменном уровне остальных на зависимую переменную и для ранжирования факторов модели определяют коэффициенты эластичности и бета-коэффициенты.

Значения коэффициентов эластичности позволяют узнать, на сколько процентов увеличится или уменьшится величина результативного признака, если независимую переменную изменить на 1 процент. В нашем исследовании расчет коэффициентов эластичности позволил нам сделать следующие выводы:

1. При увеличении только цен на нефть марки Brent на 1%, при неизменном уровне остальных факторов, котировки акций компании Роснефть увеличатся в среднем на 0,54%.

2. Если уменьшить только годового уровня инфляции на 1% и оставить неизменными остальные факторы цены акций компании Роснефть увеличатся в среднем на 0,29%.

3. При увеличении только среднего курса юаня на 1% цены акций компании Роснефть увеличатся в среднем на 0,38%.

Сравнение значений коэффициентов эластичности показало, что наибольшее влияние на результативный признак оказывают цены на нефть марки Brent, а наименьшее – годовой уровень инфляции.

Расчет бета-коэффициентов позволяет сделать следующие выводы:

1. При увеличении цен на нефть марки Brent на 1 свое стандартное отклонение при фиксированном значении факторов x_2 и x_5 котировки акций Роснефть увеличатся в среднем на 0,46 своего стандартного отклонения.

2. Если провести уменьшение годового уровня инфляции на 1 свое стандартное отклонения при фиксированном значении x_1 и x_5 котировки акций Роснефть увеличатся в среднем на 0,67 своего стандартного отклонения.

3. При увеличении курса юаня на 1 свое стандартное отклонение цены акций компании Роснефть увеличатся в среднем на 0,26 своего стандартного отклонения при постоянном уровне x_1 и x_2 .

Таким образом, наибольшее влияние оказывают годовой уровень инфляции, а наименьшее - курс юаня.

Очень важным этапом эконометрического моделирования является осуществление проверки адекватности составленной модели. Оценка параметров уравнения регрессии была реализована с помощью метода наименьших квадратов (МНК). МНК позволяет получить такие оценки параметров, при которых сумма квадратов отклонений фактических значений от теоретических минимальна. Данный анализ предполагает исследование ряда остатков, то есть проведение анализа расхождений рассчитанных значений от фактических наблюдений. Этот этап называется проверкой предпосылок МНК. Для модели множественной регрессии необходимо проверить выполнение шести предпосылок:

- уровни ряда остатков имеют случайный характер;
- среднее значение уровней ряда остатков равно 0;
- дисперсия случайных возмущений постоянна для всех значений;
- значения уровней ряда остатков являются независимыми друг от друга (отсутствует автокорреляция остатков);
- остаточная последовательность распределена по нормальному закону;
- отсутствие между независимыми переменными мультиколлинеарности.

По итогу осуществления проверки было обнаружено, что основные из предпосылок выполняются. Это свидетельствует о том, что подобранная трехфакторная линейная модель регрессии является адекватной. Таким образом, данная модель может быть использована для прогнозирования котировок акций компании Роснефть.

На этапе прогнозирования сначала были определены прогнозные значения каждого фактора на два периода вперед. Для этого мы изобразили графики зависимости значений каждого фактора от номера месяца, добавили на каждую диаграмму разные линии трендов вместе с коэффициентами детерминации, по которым определяли достоверность аппроксимации, и выбрали наиболее подходящую линию тренда. В каждом случае это оказались полиномиальные модели второго или третьего порядка (рис.1).

По подобранным для каждого фактора регрессионным моделям были рассчитаны точечные прогнозные значения факторов на два месяца вперед. Затем с помощью построенной нами регрессионной модели был выполнен точечный прогноз значений результирующего признака на ближайшую перспективу. Проведенное исследование позволяет предположить, что цена акций компании Роснефть на два ближайших месяца составит 520,4 и 544 рублей за акцию соответственно.

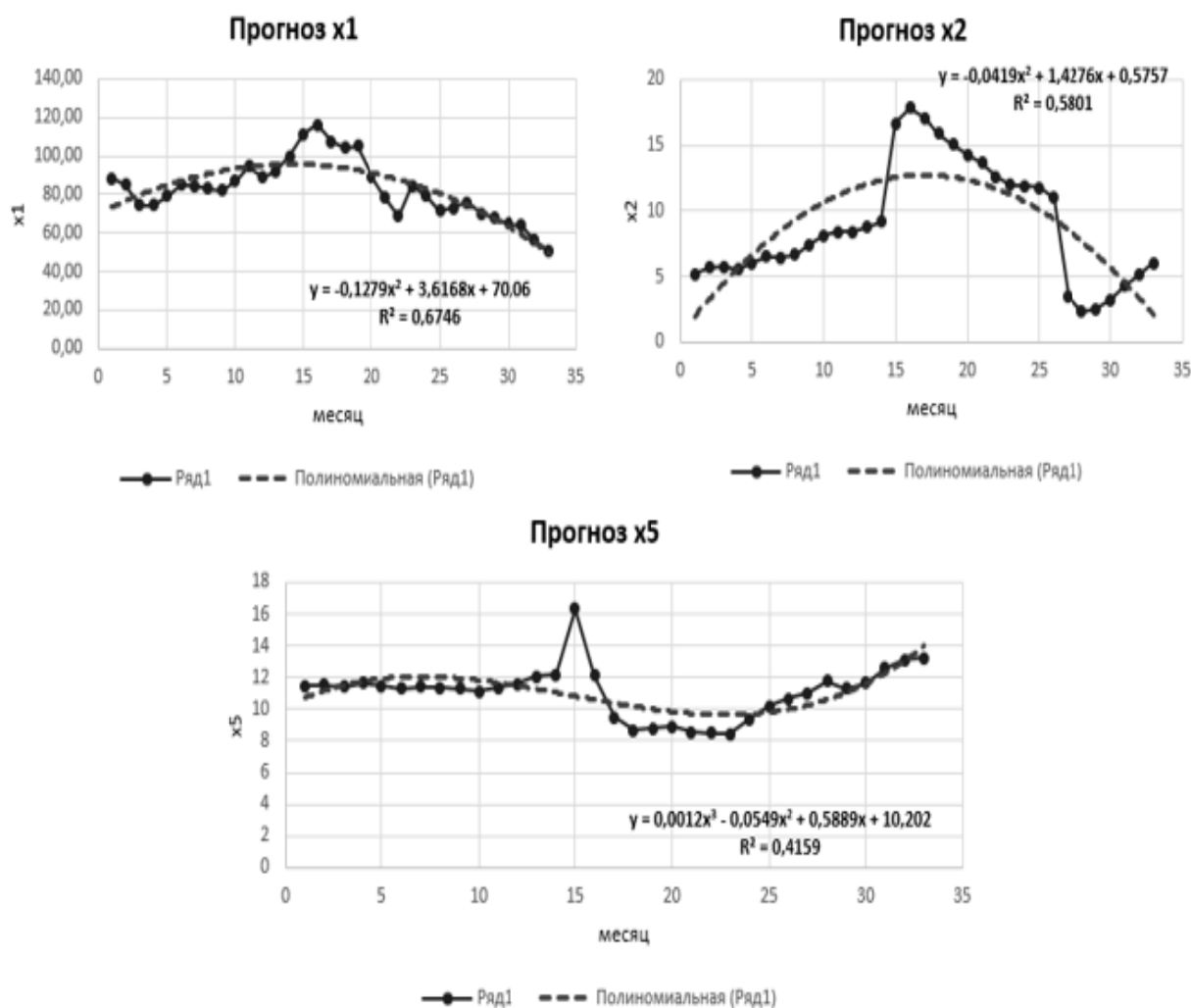


Рисунок 1. Прогнозирование значений факторов

Таким образом, в результате эконометрического моделирования было установлено, что на котировки акций компании Роснефть наибольшее влияние оказывают такие факторы, как цена на нефть марки Brent, годовой уровень инфляции в Российской Федерации, а также курс юаня. При этом наиболее существенное изменение котировок акций происходит за счет изменения цены на нефть марки Brent.

Далее были определены прогнозные значения каждого фактора на два месяца вперед и проведен точечный прогноз результативного признака. Цена акций компании Роснефть на два ближайших месяца составит 520,4 и 544 рублей за акцию соответственно, следовательно будет прослеживаться положительная динамика. А так как компания на протяжении последних двух лет держалась стабильно, можно с некоторой степенью уверенности рекомендовать инвесторам вкладываться в акции компании Роснефть.

Библиографический список

1. Айвазян С.А. Эконометрика - 2: продвинутый курс с приложениями в финансах: учебник / С.А. Айвазян. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 02.05.2022).
3. Яковлев В.Б. Эконометрика в Excel и Statistica: учебное пособие / В.Б. Яковлев. Москва: КНОРУС, 2022. 382 с.

УДК 311.42

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ИНДИКАТОРОВ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Костенко А.В., к.пед.н., доцент, доцент кафедры
«Бизнес-информатика и высшая математика»
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье выделены ключевые индикаторы для оценки эффективности развития высшего образования в России. Наиболее существенные из них: обучение в течении всей жизни, увеличение интерактивности, повышение цифровой грамотности, усиление междисциплинарных связей, расширение линейки дополнительного образования, цифровизация, повышение практикоориентированности. Результаты проведенного анализа показали их однозначное влияние на трансформацию финансово-экономического образования. Следовательно, данные индикаторы являются достаточно четкими критериями для оценки успешности трансформации высшего экономического образования. Анализ динамики каждого ключевого индикатора за 2020-2023 позволит выделить недостаточно проработанные направления изменений в образовании, а значит, более системно и эффективно осуществлять и внедрять нововведения на всех направлениях в комплексе.

Ключевые слова: экономическое образование, высшее образование, индикаторы, статистические данные, цифровая грамотность, непрерывное образование.

DYNAMICS OF KEY INDICATORS OF HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT AND THEIR IMPACT ON THE TRANSFORMATION OF FINANCIAL AND ECONOMIC EDUCATION

*Kostenko A.V., Candidate of pedagogics, associate Professor
of the Department «Business Informatics and Higher Mathematics»
Kaluga Branch of Financial University under the Government
of the Russian Federation, Kaluga*

Annotation. The article highlights the key indicators for assessing the effectiveness of the development of higher education in Russia. The most significant of them are: lifelong learning, increasing interactivity, increasing digital literacy, strengthening interdisciplinary ties, expanding the range of additional education, digitalization, increasing practice orientation. The results of the analysis showed their unambiguous impact on the transformation of financial and economic education. Consequently, these indicators are fairly clear criteria for assessing the success of the transformation of higher economic education. The analysis of the dynamics of each key indicator for 2020-2022 will make it possible to identify insufficiently developed areas of changes in education, which means to implement innovations in all areas more systematically and effectively in a complex.

Keywords: economic education, higher education, indicators, statistical data, digital literacy, continuing education. economic education, higher education, indicators, statistical data, digital literacy, continuing education.

Очередной этап трансформации системы высшего образования связывают, прежде всего, с последними вызовами, стоящими перед российским обществом. В глобальном мире по-прежнему лидируют тренды развития гуманитарного потенциала в условиях возрастающей неопределенности. Вузы должны реагировать не только на образовательные тренды, но и на тенденции экономики и рынка труда. На следующем Рис. 1 представим схему таких трендов, которые на наш взгляд наиболее важны и взаимосвязаны. Данная схема построена на основе данных, которые приводит «Институт статистических исследований и экономики знаний ВШЭ» [5].

Помимо этого, комплекс требований задает Министерство образования и науки РФ, в соответствии с Указами Президента РФ и стратегиями, сформулированными в национальных проектах, и проводя регулярный мониторинг эффективности деятельности вузов на основе 6 групп целевых показателей. Среди них, по нашему мнению, важно отметить:

- средний балл ЕГЭ студентов бюджета,
- доля студентов, обучающихся в магистратуре,

- доля доходов вуза, поступающих от научно-исследовательской деятельности,
- ранжирование числа публикаций вуза, индексируемых различных информационных системах на 100 преподавателей,
- показатели международного сотрудничества, такие как число иностранных студентов и объем иностранного финансирования, полученного вузом за образовательную деятельность,
- доходы вуза в расчете на одного преподавателя,
- соотношение средней заработной платы преподавателя в вузе и средней зарплаты по региону.

Кроме того, оценивается инфраструктура вуза, включая площадь учебных аудиторий, количество компьютеров и библиотечный фонд в расчете на одного студента. При анализе кадрового состава указывается доля преподавателей и научных сотрудников, кандидатов и докторов наук и доля штатных преподавателей. Ведущей, несомненно, должна являться роль университета в системе подготовки кадров для региона, которая оценивается, как доля студентов вуза от общего приведенного контингента студентов, которые обучаются по данной укрупненной группе специальностей в регионе. Таким образом, оценка эффективности включает свыше 100 показателей.



Рисунок 1. Схема трендов развития гуманитарного потенциала в условиях неопределенности

Конкретный комплекс индикаторов развития формулируют сами вузы в своих программах, в частности, Финансовый университет разработал «Программу развития Финуниверситета до 2030 года», согласно которой выстраивает стратегию активного освоения рынка финансово-экономического образования страны. Выделим ведущие тренды трансформации финансово-экономического образования, на которые упор делается именно в Финансовом университете.

Ректор Прокофьев С.Е., в ряде своих выступлений постоянно подчеркивает значимость: выстраивания новых контактов в сфере международного сотрудничества, совершенствование системы взаимодействия с работодателями и повышение практикоориентированности образования за счет расширения сотрудничества с лидерами рынка, развитие линейки программ дополнительного профессионального образования и применение инновационных технологий в образовательном процессе. Можно выделить ключевые тренды развития финансово-экономического образования страны, которые были сформированы в стенах вуза:

- образовательный проект вуза, который позволяет сочетать две специальности в дипломе, за счет объединения с вузами – лидерами в своей предметной области;
- сотрудничество с вузами Китая, с учетом необходимости смены векторов развития экономики;
- следования концепции обучения в течение всей жизни;
- совершенствованию практикоориентированного образования, научной и учебной инфраструктуры: в сотрудничестве с лидерами рынка (создание лабораторий, современных коворкингов и медиатек).
- стажировка в компаниях-лидерах рынка, знакомство с лучшими практиками управления регионов в ходе выездных проектов;
- увеличение в образовательных стандартах Финуниверситета более чем на 15% количества междисциплинарных проектов за последние 3 года;
- усиление междисциплинарной связи дисциплин.

«Актуальность проблемы модернизации профессиональной подготовки работников финансово-экономической сферы в сложившихся условиях сформулирована в приоритетном проекте «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации»: «Для цифровой экономики нужны компетентные кадры. А для их подготовки необходимо должным образом модернизировать систему образования и профессиональной подготовки, привести образовательные программы в соответствие с нуждами цифровой экономики, широко внедрить цифровые инструменты учебной деятельности и целостно включить их в информационную среду...» [4, с.315].

«Создание интегрированной системы подготовки, обеспечивающей междисциплинарную содержательно-результативную интеграцию, целесообразно проводить в три этапа. На первом этапе в результате анализа профессиональных стандартов высшего образования выявить группы дисциплин для междисциплинарной интеграции. В ходе следующего этапа разделить множество дисциплин, входящих в интегрируемые модули, по уровням, согласно последовательности их изучения, и получить разбиение множества интегрируемых дисциплин на подмножества, между которыми установлены вертикальные связи» [2, с.22].

Таким образом, возникает актуальная проблема количественного анализа динамики реализации трансформации высшего экономического образования. В статистических сборниках за 2022–2023 годы, посвященных образованию в целом «Индикаторы образования: 2022» [1], «Образование в цифрах: 2023» [3] приведены данные по достаточно большому числу показателей, относящихся, в том числе, и к высшему образованию. На наш взгляд, стоит задача выделить ключевые индикаторы, с помощью которых будет возможно количественно оценить результативность проводимых изменений. В результате, проведенного исследования были выделены следующие предварительные ключевые индикаторы, представленные в Таблице 1. Часть из них, относится к высшему образованию в целом, а часть учитывает специфику экономической направленности. Каждый индикатор представлен целым комплексом показателей, которые отражают его результативность.

Таблица 1. Ключевые индикаторы трансформации высшего экономического образования

Наименование ключевого индикатора	Количественные показатели, для оценки индикатора
1. Цифровизация высшего образования	1.1. Показатели количества персональных компьютеров в высших учебных заведениях
	1.2. Использование электронного обучения
	1.3. Использование дистанционных образовательных технологий
2. Обучение в течение всей жизни	2.1. Количество программ дополнительного профессионального образования
	2.2. Число специальностей СПО на площадках вузов
	2.3. Намерение населения продолжить обучение в вузе

	2.4. Участие в непрерывном образовании населения трудоспособного возраста
	2.5. Цели продолжения образования населением трудоспособного возраста
	2.6. Ранжирование по возрасту слушателей, завершивших обучение по дополнительным профессиям
3. Устранение дисциплинарной фрагментации образования, усиление междисциплинарных связей	3.1. Число междисциплинарных проектов в стандартах финансово-экономического образования
	3.2. Доля междисциплинарных проектов в общем числе проектов, в стандартах финансово-экономического образования
	3.3. Междисциплинарные связи дисциплин
	3.4. Доля выпускных, квалификационных работ, включающих 3 и более связующие дисциплины
4. Цифровая грамотность	4.1. Кадры для цифровой экономики
	4.2. Цифровые навыки студентов высшего образования
	4.3. Распределение онлайн-курсов вузов по образовательным платформам
	4.4. Ведущие образовательные платформы, используемые вузами
5. Изменение требований к компетенциям под влиянием новых технологий	5.1. Уровень занятости населения в зависимости от уровня образования и возраста
	5.2. Степень участия в составе рабочей силы выпускников с высшим образованием
	5.3. Число компетенций, расширенных с 2020 по 2023 в образовательных программах
	5.4. Связь основной трудовой деятельности с полученной специальностью выпускников
6. Увеличение интерактивности образования	
7. Развитие научной и учебной инфраструктуры: в сотрудничестве с работодателями	

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в статистическом анализе как выделенных отдельных показателей в динамике за 2020-2023 годы, так и комплексная оценка группы показателей для каждого ключевого индикатора. Это позволит выделить недостаточно проработанные направления изменений в образовании, а значит, более системно и эффективно осуществлять и внедрять нововведения на всех направлениях высшего финансово-экономического образования.

Библиографический список

1. Индикаторы образования: 2022: Статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Л.М. Гохберг, О.А. Зорина [и др.]. – Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2022.
2. Междисциплинарная интеграция как основа подготовки будущих экономистов к профессиональной деятельности / И.В. Дробышева, Ю.А. Дробышев, А.В. Костенко, Н.В. Никаноркина // Инновации в образовании. 2022. № 9. С. 10-24.
3. Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т.А. Варламова, Л.М. Гохберг, О.К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. 132 с.
4. Цифровизация и интеграция в подготовке бакалавров экономики к профессиональной деятельности / И.В. Дробышева, Ю.А. Дробышев, А.В. Костенко, Н.В. Никаноркина // Самоуправление. 2022. № 4(132). С. 314-317.
5. База глобальных трендов и вызовов, связанных с развитием человеческого потенциала. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. https://ncmu.hse.ru/chelpoten_trends.

УДК 311.42

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Лизун Е.И., Харитонова Е.А., бакалавр 2-ого курса
Научный руководитель: Костенко А. В., к.пед.н., доцент кафедры
«Бизнес-информатика и высшая математика»
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В данной статье проведен анализ показателей, позволяющий оценить уровень цифровизации в Российской Федерации за период с 2020 по 2022 год. Результаты данного анализа выявили неоднознач-

ные выводы об эффективности применения цифровых технологий в России. На протяжении исследуемого периода наблюдается как положительная, так и негативная динамика в различных сферах цифровизации. Анализ динамики цифровизации в России за указанный период подчеркивает необходимость более системного и сбалансированного подхода к развитию цифровых технологий, чтобы обеспечить их эффективное внедрение во всех сферах жизни и экономики страны.

Ключевые слова: цифровизация, высшее образования, анализ, динамика, статистические данные.

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF STATISTICAL INDICATORS OF DIGITIZATION OF HIGHER EDUCATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Lizun E. I., Kharitonova E. A., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Kostenko A.V., Candidate of Pedagogical Sciences, Professor
of the Department of «Business Informatics and Higher Mathematics»
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga.*

Annotation. This article analyzes the indicators that allow us to assess the level of digitalization in the Russian Federation for the period from 2020 to 2022. The results of this analysis revealed ambiguous conclusions about the effectiveness of the use of digital technologies in Russia. During the study period, both positive and negative dynamics in various areas of digitalization have been observed. The analysis of the dynamics of digitalization in Russia during this period highlights the need for a more systematic and balanced approach to the development of digital technologies in order to ensure their effective implementation in all spheres of life and the economy of the country.

Keywords: digitalization, higher education, analysis, dynamics, statistical data.

В последние несколько лет цифровизация стала одним из ключевых направлений развития высшего образования. Этот процесс представляет собой внедрение современных цифровых технологий и информационных ресурсов в систему образования, с целью улучшения качества обучения, сделав его более доступным и гибким. Цифровизация образования оказывает глубокое воздействие на образовательные учреждения, студентов и преподавателей, и вносит значительные изменения в образовательный процесс.

Цифровизация образования позволяет улучшить качество обучения, предоставляя студентам доступ к разнообразным образовательным ресур-

сам, онлайн-курсам, электронным библиотекам и другим средствам обучения. Это расширяет возможности самостоятельного обучения и исследования, что способствует более глубокому усвоению материала и развитию критического мышления. Одним из главных достоинств цифровизации является увеличение доступности образования. С использованием онлайн-платформ и дистанционных образовательных ресурсов студенты могут получать образование вне зависимости от местоположения, что снижает географические ограничения и способствует инклюзивности. Это также уменьшает затраты на обучение и делает образование более доступным для разнообразных категорий населения.

Анализ статистических показателей играет важную роль в понимании текущей ситуации развития цифровизации в высших учебных заведениях страны. Это позволяет оценить эффективность внедрения цифровых технологий, их влияние на качество образования, а также выявить проблемные области, которые требуют дополнительных усилий и ресурсов. Доступ к современным цифровым технологиям, таким как ноутбуки и компьютеры, играет ключевую роль в развитии цифровизации образования, и это имеет глубокое воздействие на процесс обучения. Статистика использования персональных компьютеров в образовательных целях демонстрирует растущую зависимость образования от цифровых средств.

Современные компьютеры и ноутбуки стали неотъемлемой частью образовательного процесса. Они предоставляют студентам и преподавателям мощные инструменты для обучения, исследований и обмена информацией. Использование цифровых устройств в учебных целях позволяет создавать интерактивные учебные материалы, участвовать в онлайн-классах и легко обмениваться знаниями.

Важным показателем развития цифровизации в образовании является статистика использования персональных компьютеров. По данным Росстата, за период с 2020 по 2021 год количество компьютеров, использованных в учебных целях, увеличилось на 3,2%. [1] Этот рост свидетельствует о растущей потребности в цифровых инструментах в образовании.

Еще одним важным показателем является процент компьютеров, используемых в свободное время от основных занятий. На 2022 год этот процент вырос на 3,6 по сравнению с ситуацией на 2020 год. Это свидетельствует о том, что студенты все больше используют компьютеры не только для выполнения учебных заданий, но и для дополнительного самообучения, исследований и развития навыков. Это является положительным индикатором, поскольку это позволяет студентам углубляться в темы, которые их интересуют, и развивать критическое мышление.

Таблица 1. Показатели количества персональных компьютеров в высших учебных заведениях за 2020–2022 года

Наименование показателей	Год	Всего	В том числе используемых в учебных целях	
			всего	из них доступных для использования студентами в свободное от основных занятий время
Персональные компьютеры	2020	1029317	661456	303261
	2021	1062284	664849	291608
	2022	1077961	685212	297068

Развитие цифровизации и применение электронного обучения играют ключевую роль в современном мире. Динамика анализа этих показателей позволяет нам понять, каковы тенденции в этой области. Важно отметить, что данные показатели не всегда имеют положительную динамику.

Сосредоточимся сначала на показателе применения электронного обучения. В последние годы наблюдается снижение этого показателя. С 2020 по 2021 год, мы видим небольшое снижение на 2%, что может быть связано с быстрым распространением пандемии COVID-19 и переходом к дистанционному обучению. Однако в 2022 году спад продолжился и составил уже 4,7% по сравнению с 2020 годом. Это может свидетельствовать о том, что интерес к электронному обучению снижается, возможно, из-за недостаточной эффективности или других факторов.

Динамика применения дистанционных образовательных технологий также не положительна. Если на 2021 год по сравнению с 2020 годом спад можно было назвать незначительным, так как он составлял всего лишь 0,7%, то с 2021 по 2022 год показатель упал еще ниже и достиг 7,7%. В общей сумме, за период с 2020 по 2022 год, спад составил 8,4% [1].

Такие тенденции могут вызвать беспокойство среди образовательных учреждений и общества в целом. Электронное обучение и дистанционные образовательные технологии имеют огромный потенциал для совершенствования образования и доступности знаний.

Отрицательная динамика в развитии электронного обучения и дистанционных образовательных технологий может быть обусловлена рядом факторов, которые заслуживают внимательного анализа и понимания.

Первым важным аспектом является доступность соответствующей инфраструктуры и оборудования для образовательных учреждений. Неко-

торые высшие учебные заведения могут столкнуться с трудностями в обеспечении достаточным количеством компьютеров и доступом к интернету для всех студентов. Это может сильно ограничивать возможности применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Неравномерное распределение ресурсов и технической инфраструктуры между различными учебными заведениями может привести к ухудшению доступности цифровых образовательных ресурсов.

Кроме того, важным фактором, влияющим на негативную динамику, может быть отсутствие желания или навыков у преподавателей внедрять в свои учебные программы цифровые ресурсы и технологии. Некоторые преподаватели могут испытывать сопротивление по отношению к изменениям в учебном процессе или не иметь достаточного обучения для эффективного использования цифровых средств обучения. Это может привести к недостаточному интегрированию цифровых методов в преподавательскую деятельность и, как следствие, к ухудшению качества обучения.

Таблица 2. Показатели применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в период с 2020 по 2022 года

Наименование показателей	Для высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) за 2020 год	Для высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) за 2021 год	Для высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) за 2022 год
Применение электронного обучения	578	567	551
Применение дистанционных образовательных технологий	742	737	680

Снижение динамики применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий оказывает влияние на несколько важных аспектов образовательной системы, включая доступность и распространение электронных ресурсов. Следствием такого снижения могут стать ухудшение показателей в области использования электронных версий учебных пособий, электронно-библиотечных систем и справочно-правовых электронных систем.

Чтобы справиться с этими последствиями, образовательные учреждения и организации могут рассматривать меры по стимулированию интереса к электронному обучению и дистанционным технологиям. Важно также активно работать над устранением преград, мешающих распространению электронных образовательных ресурсов, чтобы обеспечить широкий доступ к знаниям и информации для всех обучающихся.

В заключении данного анализа динамики статистических показателей цифровизации высшего образования в России следует подчеркнуть, что наблюдается сложное взаимодействие разнообразных факторов, приводящее как к снижению, так и к росту различных показателей. Эти изменения в динамике могут быть обусловлены как воздействием внешних факторов, так и внутренними характеристиками системы высшего образования.

Среди факторов внешней среды, оказывающих влияние на цифровизацию образования, особенно заметным является пандемия COVID-19. Она создала ряд вызовов, связанных с ограничениями доступа к оборудованию и интернету для студентов и преподавателей, что может сдерживать процесс цифровизации.

Внутренней средой, в свою очередь, могут быть факторы, такие как ограниченная инфраструктура и недостаточное наличие необходимого оборудования в учебных заведениях. Недостаточно развитая техническая база и отсутствие современных средств обучения могут замедлить процесс цифровизации высшего образования.

Следовательно, для успешного продвижения в направлении более активной цифровизации высшего образования в России, необходимо учитывать и балансировать как внешние, так и внутренние факторы, стремясь к созданию более гибких и доступных образовательных систем, способных адаптироваться к переменам в окружающей среде и обеспечивать качественное обучение с использованием современных технологий.

Библиографический список

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL:<https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 03.11.2023).
2. Экономическая статистика. Практикум: учебное пособие / Т.И. Чинаева, Э.Ю. Чурилова, Б.Ю. Левит и др.; под ред. В.Н. Салина, Е.П. Шпаковской. Москва: КноРус, 2022. 642 с.
3. Салин В.Н. Статистика для экономики и финансов: учебник / В.Н. Салин, Э.Ю. Чурилова. Москва: КноРус, 2021. 481 с.
4. Статистика: учебное пособие / Салин В.Н. под ред., Шпаковская Е.П. под ред. и др. Москва: КноРус, 2016. 504 с.

ИНТЕРАКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

*Метелева С.А. бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Уродовских В.Н., к.т.н., доцент
Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк.*

Аннотация. В статье рассмотрены функции интерактивного образования, его преимущества, плюсы и минусы.

Ключевые слова: Интерактивное обучение, интерактивные знания, цифровизация образования, профессиональные компетенции.

INTERACTIVE LEARNING AS A MEANS OF DEVELOPMENT PROFESSIONAL COMPETENCIES OF STUDENT IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION OF EDUCATION

*Metelleva S.A. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: Urodovskikh V.N. Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor
Lipetsk Branch of the University of Finance, Lipetsk.*

Abstract. The article discusses the functions of interactive education, its advantages, pros and cons.

Keywords: Interactive learning, interactive knowledge, digitalization of education, professional competencies.

Интерактивное обучение является эффективным средством формирования профессиональных компетенций в условиях цифровизации образования. В современном мире, где технологии играют все более важную роль, необходимо обеспечить студентам возможность освоить навыки работы с цифровыми инструментами и ресурсами.

Интерактивное обучение – это форма обучения, которая активно включает студентов в процесс обучения через использование интерактивных упражнений, игр, тестов и других методов, способствующих активному участию и вовлеченности студентов.

Интерактивное обучение предоставляет студентам возможность активно взаимодействовать с учебным материалом и применять полученные знания на практике. Оно позволяет создавать интерактивные задания, упражнения и симуляции, которые помогают студентам лучше усваивать материал и развивать навыки решения практических задач.

Основные виды методов обучения:

- пассивная (учащиеся выступают в роли «объекта» обучения, которые должны усвоить и воспроизвести материал, который передается им учителем-источником знаний. Основные методы – это лекция, чтение, опрос);

- активные (к основным методам обучения можно отнести: метод проекта, круглый стол, мозговой штурм, деловую игру, использование ИКТ).

К формам интерактивного обучения можно отнести: вебинары, онлайн курсы, интерактивные учебники, электронные тесты и опросы, симуляторы и виртуальные лаборатории, игровые приложения для обучения, видеоуроки с возможностью задавать вопросы преподавателю, образовательные мобильные приложения

Мультимедийные презентации Интерактивные задания и кейсы.

Вебинары предоставляют возможность обучаться из любой точки мира, получать доступ к экспертам, участвовать в интерактивном обучении, выполнять практические задания и возвращаться к материалу в любое время. Онлайн курсы дают возможность обучаться из любой точки мира, доступ к экспертам. Интерактивные учебники предоставляют собой обучающие материалы с использованием анимаций, видео, тестов и заданий. Они позволяют индивидуализировать обучение. Электронные тесты и опросы в образовании обеспечивают быструю и удобную оценку знаний учащихся. Симуляторы и виртуальные лаборатории в интерактивном обучении предоставляют учащимся возможность практического опыта в виртуальной среде. Они позволяют проводить эксперименты, моделировать реальные ситуации и изучать различные процессы без необходимости доступа к реальным оборудованию или лабораториям. Игровые приложения в интерактивном обучении предоставляют собой специальные игры, которые разработаны для обучения определенным навыкам или предметам. Мультимедийные презентации представляют собой учебные материалы, которые используют различные форматы мультимедиа, такие как видео, аудио, графика и анимация, для обучения определенным темам и навыкам. Интерактивные задания и кейсы в образовании представляют собой учебные материалы, которые требуют от учащихся активного участия и решения проблемных ситуаций.

Цифровизация способствует возникновению интерактивного обучения, так как она предоставляет возможности для создания и использования различных интерактивных образовательных инструментов и ресурсов. Благодаря цифровым технологиям, учащиеся могут получать доступ к

разнообразным интерактивным учебным материалам, которые позволяют им активно взаимодействовать с учебным процессом, проводить эксперименты, решать задачи, общаться с преподавателями и другими учащимися. Таким образом, цифровизация создает условия для развития интерактивного обучения и способствует более эффективному усвоению знаний.

Цифровизация образования предлагает широкий спектр возможностей для интерактивного обучения. С использованием цифровых технологий можно создавать виртуальные классы, где студенты могут общаться и сотрудничать друг с другом, а также с преподавателями. Также можно использовать онлайн-платформы и приложения, которые предоставляют доступ к разнообразным образовательным ресурсам и инструментам.

Интерактивное обучение в условиях цифровизации образования способствует развитию таких профессиональных компетенций, как навыки работы с цифровыми технологиями, критическое мышление, коммуникационные навыки, умение работать в команде и принимать решения. Оно также способствует развитию самоорганизации, самостоятельности и ответственности студентов.

Кроме того, интерактивное обучение способствует повышению мотивации студентов и улучшению их учебных результатов. Взаимодействие с учебным материалом через интерактивные задания и симуляции делает процесс обучения более интересным и увлекательным для студентов. Они активно участвуют в уроках, задают вопросы, обсуждают материал с другими студентами и преподавателями, что способствует более глубокому усвоению знаний.

Интерактивное обучение также позволяет адаптировать учебный процесс к индивидуальным потребностям и темпу обучения каждого студента. С помощью цифровых инструментов можно создавать персонализированные задания и материалы, которые подходят конкретному студенту. Это позволяет каждому студенту развиваться в своем темпе и достигать лучших результатов.

Однако, необходимо отметить, что интерактивное обучение не может полностью заменить традиционные методы обучения. Оно должно использоваться в сочетании с другими методами и стратегиями, чтобы достичь наилучших результатов. Преподаватели должны быть готовы к использованию цифровых технологий и обладать навыками и знаниями для эффективного применения интерактивных методов обучения.

Одним из дополнительных преимуществ интерактивного обучения является возможность непосредственного получения обратной связи. Студенты могут мгновенно узнать, правильно ли они выполнили задание или поняли материал, и в случае ошибок сразу же исправить их. Это помогает им лучше понять и запомнить учебный материал.

Также, интерактивное обучение способствует развитию навыков работы в команде и коллективного мышления. Студенты могут сотрудничать друг с другом при выполнении заданий, обмениваться идеями и решениями, что способствует развитию креативности и сотрудничества.

Интерактивное обучение также может быть более доступным для студентов с особыми образовательными потребностями. Цифровые инструменты могут быть адаптированы для работы с различными типами обучающихся, что позволяет им получить доступ к образованию и успешно учиться.

Наконец, интерактивное обучение может быть более эффективным с точки зрения времени. Студенты могут учиться в любое удобное для них время и темпе, без необходимости приходить на занятия в определенное время. Это особенно полезно для студентов, которые работают или имеют другие обязанности, которые могут мешать им посещать занятия в определенное время.

К плюсам интерактивного обучения можно отнести:

- возможность непосредственного получения обратной связи;
- развитие навыков работы в команде и коллективного мышления;
- доступность для студентов с особыми образовательными потребностями;
- эффективность с точки зрения времени.

Минусами интерактивного обучения являются:

- ограниченная возможность для индивидуальной работы и самостоятельного изучения материала;
- не всегда возможность установить личный контакт с преподавателем или другими студентами;
- ограниченный доступ к физическим ресурсам, таким как лаборатории или оборудование;
- возможные проблемы с интернет-соединением или техническими сбоями, которые могут привести к потере времени и прерыванию обучения.

В России интерактивное образование также активно развивается в условиях цифровизации образовательного процесса. Вузы и школы все чаще внедряют различные интерактивные методики и технологии, такие как онлайн-курсы, вебинары, видеолекции, интерактивные платформы и приложения.

Однако, как и в других странах, в России также существуют ограничения использования интерактивного обучения. Некоторые студенты могут испытывать трудности с самостоятельной работой и изучением материала без прямого контакта с преподавателем. Также ограниченный доступ к физическим ресурсам, таким как лаборатории или специализирован-

ное оборудование, может затруднять полноценное освоение некоторых профессиональных навыков.

Тем не менее, интерактивное образование имеет большой потенциал для развития профессиональных компетенций студентов в России.

Правильное сочетание онлайн и офлайн обучения, а также учет индивидуальных особенностей студентов, поможет достичь наилучших результатов в процессе обучения.

В целом, интерактивное обучение является неотъемлемой частью цифровизации образования и играет важную роль в формировании профессиональных компетенций студентов. Оно позволяет им развивать навыки работы с цифровыми инструментами, усваивать материал более глубоко, развивать критическое мышление и коммуникационные навыки. Интерактивное обучение способствует развитию самостоятельности и ответственности студентов, что является важным для успешной работы в современном цифровом мире.

Библиографический список

1. Иванова Е.И., Смирнова О.В. Интерактивное обучение: теория и практика. 2015.
2. Петрова Н.А. Эффективность интерактивных методов обучения в современной школе. 2016.
3. Козлова Л.И. Интерактивные технологии в образовании. 2017.
4. Соколова А.С. Интерактивное обучение: от традиционной педагогики к цифровой революции. 2018.
5. Иванов И.И., Петров П.П. Профессиональное образование в условиях цифровой экономики: вызовы и перспективы. 2019.

УДК 378.147

ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ МЕТОДА ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

***Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент**
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Происходящая в настоящее время цифровая трансформация всех сфер жизни и деятельности человека диктует необходимость преобразований в подготовке студентов разных направлений, в том числе

экономических. В статье на примере изучения дисциплины «Анализ данных» описан подход к решению проблемы таких преобразований, основой которого является идея интеграции цифровых технологий и содержания дисциплин математического модуля.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровые технологии, обучение математике студентов, подготовка бакалавров экономики, имитационное моделирование.

PREPARATION OF FUTURE ECONOMISTS TO USE THE METHOD OF SIMULATION MODELING IN THEIR PROFESSIONAL ACTIVITIES

*Nikanorkina N.V., candidate of pedagogical sciences, associate professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The digital transformation currently taking place in all spheres of human life and activity dictates the need for transformations in the training of students in various fields, including economics. The article describes an approach to solving the problem of such transformations, based on the example of studying the discipline "Data Analysis", which is based on the idea of integrating digital technologies and the content of the disciplines of the mathematical module.

Keywords: digital transformation, digital technologies, teaching mathematics to students, bachelor's degree in economics, simulation modeling.

Переход на новый технологический уклад – к цифровой экономике – и необходимость подготовки кадров для неё, усложнение связей и отношений в социально-экономической сфере, увеличение информационной базы определяют рост уровня требований к подготовке современного специалиста финансово-экономической сферы.

Современный период развития общества характеризуется стремительным внедрением цифровых технологий, которые играют весомую роль в повседневной жизни человека, делая её комфортнее, и в разных сферах деятельности человека, упрощая её, делая более эффективной и успешной.

В настоящий момент профессиональная деятельность специалистов многих областей требует применения цифровых технологий не только для поиска, передачи, хранения, обработки и анализа информации, но и для решения более сложных задач, связанных с построением и реализацией новых моделей. Поэтому в подготовке специалистов разных направлений происходят такие изменения, которые влияют на формирование необхо-

димых для успешной работы в современных условиях способностей и компетенций.

Естественная цифровая трансформация происходит и в самой системе образования, охватывая разные его стороны. В частности, цифровые технологии способствуют организации эффективного менеджмента учебного процесса, используются как средство и форма обучения (онлайн-обучение, использование онлайн-курсов как равноправной части образовательной программы), а также как цель обучения, поскольку владение цифровыми технологиями в профессиональной сфере облегчает решение многих задач.

Более подробно остановимся на третьем направлении использования цифровых технологий на примере изучения студентами-экономистами дисциплины «Анализ данных».

Прежде всего отметим, что Финансовый университет несколько лет назад начал внедрение инновационного подхода в преподавание дисциплин модуля математики и информатики. Основная идея состоит в интеграции математического содержания (понятий и методов) с современными популярными программными продуктами. Этот подход привел к трансформации всего процесса математической подготовки студентов, важнейшим итогом реализации которого должна стать подготовка кадров, адаптированных к цифровой экономической среде.

Математическая подготовка – весьма существенный и значимый компонент подготовки современного экономиста, поскольку для успешной профессиональной деятельности ему необходимо владеть глубокими математическими знаниями и навыками применения математического моделирования, экономико-математических и математико-статистических методов, позволяющих принимать обоснованные решения, формулировать выводы, строить прогнозы развития экономических явлений.

На занятиях по анализу данных на примере решения задач по теории вероятностей и математической статистике с помощью возможностей R и Excel студенты знакомятся с методом имитационного моделирования, который широко используется в различных сферах деятельности человека и позволяет решать широкий круг задач реальной действительности.

Имитационное моделирование – метод исследования некоторой системы (экономической, технической, социальной и т.д.) с помощью замены реальной ситуации на компьютерную модель и дальнейшего проведения экспериментов над полученной моделью.

Одним из популярных методов имитационного моделирования является метод Монте-Карло или метод статистических испытаний, который позволяет по известным законам моделировать функционирование систе-

мы или развитие процесса с помощью генерирования набора случайных чисел.

Суть метода состоит в моделировании исследуемого процесса путем многократных повторений его случайных реализаций для получения статистических результатов. Проведя достаточное количество раз испытание, вычисляют значение интересующей исследователя случайной величины, а затем усредняют результаты всех испытаний.

Необходимо отметить, что метод Монте-Карло позволяет находить лишь приближенное решение задач, но может быть применен к решению многих задач, имеющих вероятностную постановку (задачи оптимизации, численного интегрирования, анализа рисков в бизнесе и др.). Его точность напрямую зависит от количества испытаний.

Очевидно, что до появления компьютерных технологий этот метод не имел широкого применения, так как процесс моделирования случайной величины вручную – очень трудоемкая, а зачастую и невозможная работа. В связи с появлением компьютеров и инструментальных возможностей метод Монте-Карло получил широкое распространение как весьма универсальный численный метод.

На занятиях по анализу данных уже на первых занятиях можно познакомить студентов с сутью этого метода. В частности, при изучении первой темы «Вероятность события» после того, как рассмотрены разные виды определений вероятности, может быть организована работа по вычислению вероятностей событий аналитическими способами и методом статистических испытаний.

Приведем пример одной из таких задач, известной как «задача о встрече».

Задача 1. Оля и Дима должны прийти к преподавателю для сдачи зачёта по анализу данных с 9.00 ч до 10.00 ч. Они приходят в случайное время в указанном промежутке. Диме для сдачи зачёта потребуется 10 минут, Оле – 20 минут. Найдите вероятность того, что ни одному из этих студентов не придётся ждать, пока другой закончит отвечать.

Сначала эту задачу преподаватель совместно со студентами решает аналитическим способом по геометрическому определению вероятности, а затем происходит обсуждение того, как ситуацию, описанную в задаче, можно смоделировать на компьютере (в R и Excel), проиграть большое число раз, посчитать статистическую вероятность события, а после этого сравнить полученные разными способами результаты и сформулировать выводы.

Приведем фрагменты решения задачи в R и Excel (рис. 1–2).


```

> n <- 10**7 # число генерируемых опытов
> # Момент прихода димы и оли – случайное число в интервале (0;60)
> td <- runif(n, 0, 60) # массив длиной n моментов прихода димы
> to <- runif(n, 0, 60) # массив длиной n моментов прихода оли
> # вычисляем относительную частоту события А, т.е. стат.вероятность А
> pA <- length(td[td < to-10 | td > to+20])/n
> print(pA)
[1] 0.569554
> |

```

Рисунок 1. Решение задачи в RStudio

Следует отметить, что количество испытаний, которые можно провести в R может достигать 10^7 , а в Excel – только 10^4 . Однако в Excel решение задачи выглядит более наглядным, что позволяет студентам лучше понять суть выполняемых действий для достижения результата.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	t(Димы)	t(Оли)	t1=t(Оли)-10	t2=t(Оли)+20	t(Димы)<t1	t(Димы)>t2						
2	28,25769829	18,47590564	8,475905637	38,47590564	0	0						
3	31,32297739	34,27655873	24,27655873	54,27655873	0	0						
4	14,93820002	32,39417707	22,39417707	52,39417707	1	0						
5	47,64183477	51,22165593	41,22165593	71,22165593	0	0						
6	6,046327097	54,29059725	44,29059725	74,29059725	1	0						
7	53,13516648	10,70467238	0,704672384	30,70467238	0	1						
8	51,23447371	53,243202	43,243202	73,243202	0	0						
9	56,4476455	49,12137211	39,12137211	69,12137211	0	0						
10	4,317758721	8,803979614	-1,196020386	28,80397961	0	0						
11	25,90472121	30,55024873	20,55024873	50,55024873	0	0						
12	35,89526048	30,65828425	20,65828425	50,65828425	0	0						
13	18,04193243	38,66389966	28,66389966	58,66389966	1	0						
14	5,139927366	0,728782006	-9,271217994	20,72878201	0	0						
15	58,74935148	50,77120273	40,77120273	70,77120273	0	0						

Рисунок 2. Решение задачи в MS Excel

После того, как выполнены все расчеты, сформулированы выводы, студентам можно предложить ответить на вопрос: а если проводить данный опыт реально, сколько времени будет потрачено? Оказывается, что если необходимо организовать 10^4 испытаний ситуации, описанной в задаче, и проводить опыт каждый день, то понадобится более 27 лет. Поэтому преимущества компьютерного моделирования ситуации очевидны.

В заключение приведем несколько примеров задач из разных тем курса анализа данных, на примере решения которых можно продемонстрировать возможности метода Монте-Карло.

Задача 2. Определите вероятность того, что троллейбус, прибывающий на остановку каждые 20 минут, пассажиру придется ждать не больше 3 минут.

Задача 3. Время между приходом двух людей в туристическое агентство распределено по показательному закону (среднее значение вре-

мени появления клиента составляет 0,3 ч). Смоделируйте приход клиентов и определите, сколько клиентов обратиться в агентство за 8 часов.

Задача 4. Размер заказа клиента в интернет-магазине имеет дискретный закон распределения (таблица 1). Смоделируйте 5 заказов и определите выручку магазина, если стоимость заказа одного товара равна 1500 руб. Вычислите среднюю выручку за 10 случайных реализаций.

Таблица 1. Закон распределения размера заказа клиента

Размер заказа, x_i , тыс. руб.	1	2	3	4
Вероятность, p_i	0,5	0,3	0,15	0,05

В результате выполнения описанной деятельности при изучении математических дисциплин происходит не только математическая подготовка студентов, формируются новые знания, умения, навыки, но и появляются новые возможности для совершенствования у студентов различных навыков (технических, коммуникативных, навыков решения проблем и др.), формируется положительная мотивация изучения дисциплины, а также происходит знакомство с возможностями цифровых технологий и приобретается опыт их применения для достижения профессиональных целей.

Библиографический список

1. Грибанова Е.Б. Имитационное моделирование экономических процессов. Практикум в Excel: учебное пособие/ Е.Б. Грибанова, И.Н. Логвин. Москва: КНОРУС, 2022. 228 с.
2. Дробышева, И.В. Цифровизация и интеграция в подготовке бакалавров экономики к профессиональной деятельности / И.В. Дробышева, Ю.А. Дробышев, А.В. Костенко, Н.В. Никаноркина // Самоуправление. 2022. – № 4(132) С. 314–317.
3. Зайчикова И.В. Использование имитационного моделирования при формировании профессиональных компетенций студентов-экономистов // Современные проблемы науки и образования. 2023. № 3. С. 42.
4. Кораблев Ю.А. Имитационное моделирование: учебник/ Ю.А. Кораблев. Москва: КНОРУС, 2020. 146 с.
5. Никаноркина Н.В. Особенности организации самостоятельной работы студентов по математике в условиях цифровой трансформации / Н.В. Никаноркина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Серия «Естественные и технические науки». Калуга, 2021. С. 207–214.

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЯЗЫКА R и MS EXCEL ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОГО ПОТОКА В СЕТИ

*Новикова А.С. Архипова О.А., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Дробышев Ю. А., д.п.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Задача на пропускную способность и нахождение максимального потока является одной из наиболее востребованных при решении широкого класса прикладных задач. В работе представлены два подхода к составлению математических моделей решения данной задачи и их реализации средствами языка R и MS Excel.

Ключевые слова: линейное программирование, пропускная способность, поток, код.

ON USING THE CAPABILITIES OF THE R AND MS EXCEL LANGUAGE TO DETERMINE THE MAXIMUM FLOW IN THE NETWORK

*Novikova A. S., Arkhipova O. A. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: Y. A. Drobyshev, Doctor of Education Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The task of throughput and finding the maximum flow is one of the most popular when solving a wide class of applied problems. The paper presents two approaches to the compilation of mathematical models for solving this problem and their implementation by means of the R and MS Excel.

Keywords: linear programming, throughput, throughflow, code.

Математическое моделирование является инструментом познания, применение которого позволяет, абстрагируясь от реальной ситуации, описать объекты и связи, представленные в ней, в виде уравнений и их систем, неравенств, функций, алгоритмов. Эта особенность данного метода делает его универсальным при установлении идентичности ситуаций из разных сфер деятельности.

Если проанализировать такие задачи, как задачи о поиске максимально возможного числа деталей, движущихся по конвейеру, объема вещества (нефти), которое в единицу времени может быть перенесено потоком, числа автомобилей, проходящих по сети дорог, количества информа-

ции, проходящей по линиям связи, обрабатываемых заказов в интернет магазинах, максимальной производительности системы технологических операций, используемых для производства продукции при известной производительности каждого вида оборудования и др., то можно выявить такое общее их требование, как поиск максимального числа элементов, перемещенных за определённый промежуток времени из начальной точки следования в конечную.

Исходя из этого, вышеперечисленные задачи и многие другие, содержащие аналогичное требование, относят к группе задач о поиске максимального потока в сети.

Анализ условий и требований задач данной группы позволяет говорить о двух математических моделях их решения, в основу которых положены алгоритм Форда-Фалкерсона и теория линейного программирования. При значительном числе данных в условиях задач реализация каждой из моделей представляет трудоемкий процесс. Поэтому актуальной является проблема их реализации с использованием различных видов программного обеспечения.

Язык R является мощным инструментом для анализа данных и прогнозирования. Он широко используется в различных областях, включая экономику, финансы, маркетинг и другие области знаний. Так, в задачах, связанных с пропускной способностью, R может быть полезным инструментом для анализа и прогнозирования трафика, загрузки сети или других параметров, которые влияют на пропускную способность.

Кроме того, в нем достаточно легко реализуются алгоритмические конструкции цикла и ветвления, обеспечивающие процессы построения маршрутов, выбора из них тех, которые имеют наибольшую длину. Это позволяет сделать вывод о возможности создания на языке R кода, обеспечивающего поиск максимального потока.

Решение задачи поиска максимального потока на основе преобразования ее к задаче линейного программирования позволяет говорить о возможности использования двух видов программного обеспечения. Это MS Excel, инструмент «Поиск решения» которого ориентирован на решение задач линейного программирования, и язык R, пакет lpSolveAPI которого содержит функции, обеспечивающие процедуры ввода целевой функции, линейных ограничений и поиска решения задачи линейного программирования.

Исходя из этого, нами был разработан и описан алгоритм и код решения задачи на языке R, представлен процесс составления задачи линейного программирования, являющейся математической моделью задачи поиска максимального потока и ее реализация с использованием возможностей MS Excel.

На примере задачи об определении максимального объема жидкости/газа, транспортируемой по трубопроводу, представим особенности каждого из подходов.

В соответствии с алгоритмом Форда Фалкерсона решение задачи содержит три этапа. На первом из них осуществляется представление данных условия в матричной форме, а именно, составление квадратной матрицы n порядка, где n – число узлов трубопровода. Элемент x_{ij} – это пропускная способность участка трубопровода от узла i до узла j . Вторым этапом связан с определением последовательности узлов и соединяющих их труб, проход через которые обеспечивает движение потока. Третий этап предназначен для нахождения величины максимального потока.

Реализацию первого этапа решения на языке R обеспечивает фрагмент кода, назначение которого – ввод матрицы, строки которой – это векторы пропускных способностей от узла i к каждому из узлов трубопровода. Для ввода матрицы можно использовать одну из функций `cbind`, `rbind`, `matrix` или воспользоваться возможностью совместной работы с MS Excel, используя функцию `read.table` для чтения данных из буфера обмена. Вторым вариантом ввода данных является более эффективным с точки зрения временных затрат. Кроме того, замена при составлении кода команды ввода матрицы с данными конкретной задачи на команду чтения данных из буфера обмена делает его универсальным, т.е. реализуемым для любой задачи поиска максимальной пропускной способности в сети. Первая часть кода, предназначенная для чтения данных, имеет вид:

```
A=read.table("clipboard",h=FALSE, dec=".", sep="\t");A
A=data.matrix(A);A
```

Реализация второго этапа решения подразумевает построение различных вариантов пути и определение их пропускных способностей. В работе [1] представлен фрагмент кода, обеспечивающий поиск оптимального потока на одном из маршрутов.

Заключительный третий этап решения задачи нахождения максимального потока состоит в определении суммарной пропускной способности по всем маршрутам. Его результатом является матрица, содержащая максимально возможные пропускные способности каждого ребра, и соответствующая ей величина максимального потока.

В качестве примера реализации кода может быть рассмотрена ситуация поиска максимального потока по трубопроводу, состоящему из 6 узлов ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$) и 10 соединений. Начальный узел обозначен X_1 , конечный – X_6 . В таблице 1 представлены возможные максимальные пропускные способности каждого из 10 соединений трубопровода.

Таблица 1. Максимальные пропускные способности соединений

	X2	X3	X4	X5	X6
X1	100	60	40	30	
X2		50	30		
X3				70	
X4				50	40
X5					200

Для реализации первого этапа решения в MS Excel введена матрица шестого порядка, элементами которой являются максимальные пропускные способности соединений. Для импорта данных из MS Excel в R матрицу необходимо разместить в буфер обмена

Результатом выполнения первого фрагмента кода является импортированная из буфера обмена в R матрица A максимальных пропускных способностей соединений. Выполнение второго фрагмента кода связано с построением маршрута потока и его пропускной способности. Итогом этой работы является также преобразованная матрица A, которая в дальнейшем будет использоваться для построения второго, третьего и последующих маршрутов. Третий фрагмент кода, содержащий внешний цикл, обеспечивает поиск всех маршрутов, а также значения S1 величины пропускной способности потока и матрицы S суммарной пропускной способности потока.

Для составления математической модели решения задач, относящихся к группе задач поиска максимального потока в сети методами линейного программирования, необходимо ввести изменяемые переменные, линейные ограничения и целевую функцию, для которой будет осуществляться поиск максимума.

В соответствии с условием рассматриваемой задачи введем 10 переменных, соответствующих ненулевым элементам матрицы A. Это x_{12} , x_{13} , x_{14} , x_{23} , x_{24} , x_{35} , x_{45} , x_{46} , x_{56} . Они должны принимать целые неотрицательные значения.

Величина потока из начального узла равна сумме $x_{12}+x_{13}+x_{14}+x_{15}$. В конечный узел входит поток в размере $x_{46}+x_{56}$. Эти две суммы должны быть равны, следовательно, имеем ограничение

$$x_{12}+x_{13}+x_{14}+x_{15}=x_{46}+x_{56} \text{ или } x_{12}+x_{13}+x_{14}+x_{15}-x_{46}-x_{56}=0$$

Для каждого из оставшихся узлов (X_2, X_3, X_4, X_5) объем входящего потока равен объему исходящего. Это утверждение равносильно условиям:

$$\begin{aligned}x_{12} &= x_{23} + x_{24} \\x_{13} + x_{23} &= x_{35} \\x_{14} + x_{24} &= x_{45} + x_{46} \\x_{15} + x_{35} + x_{45} &= x_{56}\end{aligned}$$

Очевидно, что значения переменных не должны превышать значений максимальных пропускных способностей на каждом из участков. Исходя из этого, получаем еще одну группу условий: $x_{12} \leq 100$, $x_{13} \leq 60$, $x_{14} \leq 40$, $x_{15} \leq 40$, $x_{23} \leq 50$, $x_{24} \leq 50$, $x_{35} \leq 110$, $x_{45} \leq 50$, $x_{46} \leq 40$, $x_{56} \leq 200$.

По условию задачи величина потока должна быть максимальной. Это условие равносильно требованию, что $x_{12} + x_{13} + x_{14} + x_{15} \rightarrow \max$.

Таким образом, математической моделью рассматриваемой задачи о поиске максимального потока в сети является задача максимизации, в которой требуется найти значения переменных

$x_{12}, x_{13}, x_{14}, x_{15}, x_{23}, x_{24}, x_{35}, x_{45}, x_{46}, x_{56}$, удовлетворяющих ограничениям:

$$\left\{ \begin{array}{l} x_{12} + x_{13} + x_{14} + x_{15} - x_{46} - x_{56} = 0 \\ x_{12} - x_{23} - x_{24} = 0 \\ x_{13} + x_{23} - x_{35} = 0 \\ x_{14} + x_{24} - x_{45} - x_{46} = 0 \\ x_{15} + x_{35} + x_{45} - x_{56} = 0 \\ x_{13} \leq 60 \\ x_{14} \leq 40 \\ x_{15} \leq 40 \\ x_{23} \leq 50 \\ x_{24} \leq 50 \\ x_{35} \leq 110 \\ x_{45} \leq 50 \\ x_{46} \leq 40 \\ x_{56} \leq 200 \end{array} \right.$$

при которых функция $F(x) = x_{12} + x_{13} + x_{14} + x_{15}$ принимает максимальное значение.

Задачу линейного программирования можно решать не только в Excel, но и в R, используя функции пакета lpSolveAPI.

C13		fx =E4+F4+G4+H4												
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
											Ограничения			
											0	=	0	
											0	=	0	
		Труба	xi1	xi2	xi3	xi4	xi5	xi6			0	=	0	
		матрица пропускных способностей максимального	x1j	80	20	40	30				0	=	0	
			x2j	0	50	30					0	=	0	
			x3j				70				0	=	0	
			x4j				50	20			80	<=	100	
			x5j					150			20	<=	60	
			x6j								40	<=	40	
											30	<=	30	
											50	<=	50	
											30	<=	30	
		левая функция	170						→	max	70	<=	70	
											50	<=	50	
											20	<=	40	
											150	<=	200	

Рисунок 2. Применение инструмента «Поиск решения»

Сравнивая подходы к решению практико-ориентированных задач на нахождение максимального потока в сети, можно сделать вывод, что использование универсального кода на языке R значительно упрощает процесс вычисления и экономит время, поскольку достаточно ввести в матричной форме исходные данные.

Библиографический список

1. Новикова А.С., Архипова О.А. Алгоритм Форда-Фалкерсона и его применение при решении прикладных задач//Достижение национальных целей устойчивого развития страны как условие повышения качества жизни: сборник научных статей по материалам Всероссийской научной студенческой конференции (Калуга, 24 мая 2023 г.) / под редакцией В.А. Матчинова, И.Г. Моисеевой. Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»), 2023. С. 56–60.

УДК 331.545; 519.237

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Петрова К.Н., магистрант 1-го курса

Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе обобщены тенденции, сложившегося рынка рабочей силы, занятости, безработицы в России за период с 2015 г. по

2021 г. С использованием эконометрического инструментария проанализирован временной ряд по показателю «доля занятых в среднегодовой численности постоянного населения и построен прогноз с применением общепринятых методов: гипотезы постоянства коэффициентов, моделей аналитического выравнивания, двойного сглаживания Брауна, Хольта, целевых (нормативных) оценок коэффициентов. Выделены направления роста эффективного использования наличных трудовых ресурсов.

Ключевые слова: тенденции рынка труда в сельском хозяйстве; модель Брауна, Хольта; двухвыборочный F-тест для дисперсии и t-тест с одинаковыми дисперсиями.

ECONOMETRIC MODELING OF THE LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATIONS

Petrova K.N., master's student of the 1st year

*Supervisor: Nikanorkina N.V., Candidate of Pedagogics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Financial, Kaluga*

Abstract. The paper summarizes the trends of the current labor market, employment, unemployment in Russia for the period from 2015 to 2021. Using econometric tools, the time series is analyzed according to the indicator "the share of employed in the average annual permanent population and a forecast is made using generally accepted methods: the hypothesis of constancy of coefficients, models of analytical alignment, double smoothing Brown, Holt, target (normative) estimates of coefficients. The directions of growth of the effective use of available labor resources are highlighted.

Keywords: labor market trends in agriculture; Brown, Holt model; two-sample F-test for variance and t-test with the same variances.английский.

Современные тенденции изменения рынка труда, как наиболее конъюнктурного индикатора, подчинены влиянию различных процессов. Такие процессы, как глобализация, экологизация, изменение предпочтений потребителя характеризуют социальные интеграционные отношения.

Технологические процессы: автоматизация, появление новых технологий, внедрение их в производство создают информационно-технологические тренды.

Дуалистичность мнения о влиянии технологических процессов на тенденции рынка труда усугубляется наличием проблемы демографии трудовых ресурсов.

Анализ структуры занятости по различным видам деятельности за семь лет (2015-21 гг.) показал, что наблюдается незначительное увеличе-

ние показателей «доля занятых добычей полезных ископаемых и обрабатывающими производствами» и «доля занятых в прочих видах деятельности» на 0,4 п.п. по каждому, при сокращении доли занятых в сельском, лесном хозяйстве, охоте, рыболовстве и рыбоводстве на 0,8 п.п. В целом за этот период уровень занятости (по данным выборочных обследований рабочей силы) сократился на 5,9 п.п. (табл. 1). Причём, у женщин это сокращение происходит почти в два раза быстрее, чем у мужчин. По уровню безработицы имеется также сокращение (в целом на 0,8 п.п.), но прямо противоположно по полу: у мужчин на 1,1 п.п., а у женщин лишь на 0,4 п.п.

При этом женская часть трудоспособного населения в возрасте 15–24 года, всё-таки, более «ответственна». Тенденция сокращения женского населения по показателю «молодежь, которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков в возрасте 15–24 лет, в общей численности населения соответствующей возрастной группы» идёт быстрее.

Производительность труда имеет не стабильную тенденцию. Период с 2016 г. по 2019 г. характеризуется небольшим приростом показателя (в среднем около 2% в год), в 2020 г. он «проседает» на 0,4 п.п., а в 2021 г. возвращается к цифрам периода 2016 – 19 гг. Среднегодовой уровень роста производительности труда за исследуемый период равен всего 101,2%, что крайне недостаточно для роста устойчивости экономики.

Таблица 1. Показатели рабочей силы, занятости и безработицы в России [6, 9]

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Уровень занятости населения, %							
Всего	65,3	65,7	59,5	59,8	59,4	58,4	59,4
Мужчины	71,1	71,6	67,5	67,8	67,3	66,1	67,3
Женщины	60,1	60,4	52,8	53,2	52,9	52,1	52,8
Уровень безработицы, %							
Всего	5,6	5,5	5,2	4,8	4,6	5,8	4,8
Мужчины	5,8	5,7	5,4	4,9	4,8	5,8	4,7
Женщины	5,3	5,3	5,0	4,7	4,4	5,7	4,9
Молодежь, которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков в возрасте 15–24 лет, в общей численности населения соответствующей возрастной группы, %							
Всего	12,0	12,4	10,5	10,2	10,6	...	10,2*
Мужчины	9,6	10,3	9,1	9,0	9,2	...	9,0*
Женщины	14,5	14,6	12,0	11,5	12,0	...	11,4*

Занятость по видам экономической деятельности							
Доля занятых в сельском, лесном хозяйстве, охоте, рыболовстве и рыбоводстве, %	6,7	6,7	5,9	5,9	5,8	6,0	5,9
Доля занятых добычей полезных ископаемых и обрабатывающими производствами, %	16,1	16,2	16,4	16,4	16,6	16,5	16,5
Доля занятых в прочих видах деятельности, %	77,2	77,1	77,7	77,7	77,6	77,5	77,6
Производительность труда (к предыдущему году), %	98,7	100,1	102,1	102,8	102,4	99,6	102,8

С целью анализа и выделения тренда по показателю «доля занятых в среднегодовой численности постоянного населения» России за период 2010–2022 гг. была проверена гипотеза о его наличии, где в качестве критерия использован метод разности средних двух разных частей одного и того же ряда.

Изначально проверена гипотеза о равенстве дисперсий двух частей ряда с применением критерия Фишера. Правило вычисления фактического значения критерия Фишера:

$$F_{\text{факт}} = \frac{\sigma_{\text{max}}^2}{\sigma_{\text{min}}^2} = 1,868 \quad (1)$$

Табличное значение критерия Фишера ($F_{\text{табл}}$) при степенях свободы $\gamma_1 = n_1 - 1$ (число степеней свободы большей дисперсии); $\gamma_2 = n_2 - 1$ (меньшей дисперсии) и $\alpha = 0,05$ составляет 4,95 (табл. 2).

Если $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$, то гипотеза отвергается и делается вывод, что данный метод для определения наличия тренда ответа не дает и необходимо применение какого-либо другого метода. Если $F_{\text{факт}} < F_{\text{табл}}$ ($1,868 < 4,95$), то гипотеза о равенстве дисперсий обеих частей ряда принимается.

Следовательно, можно проверять гипотезу о наличии тренда с использованием критерия Стьюдента:

$$t = \frac{\bar{Y}_1 - \bar{Y}_2}{\sigma \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} = 2,566, \text{ где } \sigma = \sqrt{\frac{(n_1 - 1) \cdot \sigma_1^2 + (n_2 - 1) \cdot \sigma_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \quad (2), (3).$$

Табличное значение критерия Стьюдента при степени свободы $\gamma = n - k - 1$ и $\alpha = 0,05$ составляет 2,201. Так как $t_{\text{расч}} > t_{\text{табл}}$, то делается вывод о наличии тренда.

Для построения прогноза по показателю «доля занятых в среднегодовой численности постоянного населения» России на 2024 г. использованы общепринятые методы функциональных прогнозов: гипотеза постоянства коэффициентов, эконометрические модели (аналитического выравнивания, двойного сглаживания Брауна, Хольта), целевые (нормативные) оценки коэффициентов.

Разница в прогнозных величинах отличается начальными условиями: самый реальный прогноз получается при параметре сглаживания 0,3 и условии, что $y_0 = y_1$ (совпадающий с прогнозированием по среднему коэффициенту роста). Прогноз даёт практически идентичные результаты сокращения величины до 48,5 % (при использовании всех моделей).

Таблица 2. Двухвыборочный F-тест для дисперсии и t-тест с одинаковыми дисперсиями

Показатели	Переменная 1	Переменная 2
Среднее	49,60	48,96
Дисперсия	0,136	0,254
Наблюдения	6	7
df	5	6
F	1,868	
F критическое одностороннее	4,95	
t-статистика	2,566	
t критическое двухстороннее	2,201	
df	11	
Объединенная дисперсия	0,201	
P(T<=t) двухстороннее	0,026	
Гипотетическая разность средних	0	

Самый оптимистичный прогноз получается при параметре сглаживания, определяемом по формуле $\alpha = 2/(n+1)$ и условии, что $y_0 = y_1$, при котором возможен рост показателя в прогнозном периоде до 50,6%. Этот

прогноз подтверждается сообщением Министра труда и социальной защиты России А. Котяковым от 04.07.2023 г., где отмечено, что "... в России число занятых за год увеличилось на 1,5 млн до 73,4 млн человек" (это 50,1% от численности населения) [2].

При этом, если в качестве y_0 берётся среднее арифметическое первых 3 значений ряда, то прогноз сокращения величины показателя и ошибка прогноза получаются больше.

При краткосрочном прогнозировании (ряд динамики небольшой) и использовании адаптивных моделей существенным выступает не тенденция развития явления, сложившаяся в среднем за весь исследуемый период, а последние значения процесса, которые при параметре сглаживания 0,6 дают сокращение до 49,3%.

С учётом сложившейся демографической ситуации эта тенденция будет сохраняться и, следовательно, максимально полная занятость наличных трудовых ресурсов, их эффективное использование, широкое вовлечение в процесс производства лиц «серебряного возраста» и «молодёжи в возрасте 15–24 года» остаётся важной проблемой управления общественным воспроизводством.

Кроме того, на современном этапе управление трудовыми ресурсами включает в себя и проблему технико-экономической вооруженности живого труда. Рост уровня фондооборуженности производителей различного рода благ и услуг обеспечивает наиболее плодотворное использование рабочего времени, способствует повышению уровня и качества жизни населения.

Технологические тренды, то есть направления развития технологий в различных областях деятельности способствуют росту производительности труда, что является важной задачей для решения проблемы дефицита на рынке труда.

Согласно данным Росстата производительность труда в 2021 году выросла на 3,7%. Однако, итоги 2022 года показывают «... сокращение производительности труда на 3,6%, что является самым резким падением за 14 лет (с 2009 года)» [11]. По аналитическим данным Росстата отмечается, что «... наибольшее падение зарегистрировано в области оптовой и розничной торговли, ремонте автотранспортных средств и мотоциклов (-12,9%), научной и технической деятельности (-7,7%) и сфере водоснабжения, организации сбора и утилизации отходов (-7%). При этом, рост производительности замечен в трёх отраслях промышленности, в том числе в сельском хозяйстве (+8,7%), строительстве (+1,8%) и энергетике (+0,8%)» [11], что можно считать (при прочих равных условиях) положительным аспектом.

Согласно трёхлетнему прогнозу Минэкономразвития ожидается «... рост производительности труда в России в 2023 году на 1,7%, в 2024 году на 1,6%, в 2025 году также на 1,6%, в 2026 году на 1,9%» [10].

От внедрения технологических инноваций, которые способствуют решению вопросов подготовки и переподготовки кадров, следует ожидать:

- вытеснения работников искусственным интеллектом;
- развития быстрого и дешевого образования;
- расцвета предпринимательства;
- изменения сферы персональных финансов [5].

Развитие искусственного интеллекта, появление Интернета вещей и прочих технологий создают потребность общества в высококвалифицированных специалистах. У населения появляется интерес к изучению нововведений и освоению новых знаний в различных областях деятельности. Так называемые профессии-пенсионеры со временем утратят свое значение или будут заменены современными технологиями. Например, в будущем компьютерные программы смогут полностью заменить труд бухгалтера; библиотекари и архивариусы в их нынешнем виде исчезнут, а деятельность по управлению архивами перейдет в сетевые решения; экскурсоводов заменят виртуальные гиды и специальные туристические программы и приложения, позволяющие сориентироваться на местности и узнать всю необходимую информацию по темам, интересующим конкретного пользователя; заменяя работу обычного курьера, на рынок в обиход выходят дроны-курьеры [7].

Огромную роль играет трудовой потенциал населения, под которым понимают совокупность физических и духовных качеств, определяющих возможность и границы его участия в трудовой деятельности, способность достигать в заданных условиях определенных результатов, а также совершенствоваться в процессе труда [1]. Кадровое обеспечение необходимо на всех этапах инновационного развития отраслей современной экономики, особенно в сельском хозяйстве. Данная отрасль играет важнейшую роль в социально-экономическом развитии государства, отвечая главным образом за обеспечение продовольственной безопасности. В ближайшем будущем в АПК будут востребованы следующие профессии:

- агроном-экономист – специалист, обеспечивающий конкурентоспособность выпускаемой продукции и экономическую эффективность работы сельскохозяйственного предприятия;
- оператор автоматизированной сельхозтехники – специалист, управляющий системами датчиков, беспилотниками и агроботами;

- сити-фермер – специалист по обустройству и обслуживанию агропромышленных хозяйств на крышах и в зданиях небоскребов крупных городов;

- гмо-агроном – специалист по использованию генно-модифицированных продуктов в сельском хозяйстве;

- агроинформатик/агрокибернетик – специалист по внедрению новых технологий, который занимается информатизацией и автоматизацией сельскохозяйственных предприятий;

- сельскохозяйственный эколог – специалист по утилизации отходов, разрабатывающий принципы утилизации последствий ведения сельского хозяйства и занимающийся восстановлением почв [8].

Достижения в области искусственного интеллекта позволяют, при необходимом уровне развития, удовлетворить возрастающие потребности населения. Однако, с развитием технологий в процессе производства и в сфере оказания услуг появляется ряд новых задач, требующих непосредственного участия человека. Именно это создает условия для зарождения новых профессий – профессий будущего, спрос на которые с каждым днем увеличивается. В сельском хозяйстве Калужской области будут востребованы такие профессии, как:

- сельскохозяйственный диетолог – специалист, разрабатывающий и настраивающий индивидуальные схемы питания для животных, повышающий качество продукции;

- разработчик цифровых моделей АПК – специалист, который занимается созданием и управлением цифровых копий сельскохозяйственных экосистем, обеспечивающих ресурсосбережение предприятия;

- агрогенетик – специалист по генетической селекции и модификации растений и животных;

- мобильный ветеринар – ветеринар, который работает на аутсорсе и при необходимости выезжает в небольшие фермерские хозяйства или консультирует онлайн, дистанционно получая информацию о состоянии животных с датчиков биологической обратной связи [8].

Перечень профессий быстро обновляется, а это значит, что трудоспособное население должно быть готово к постоянному переобучению. Повысить эффективность профессиональной деятельности позволят такие надпрофессиональные навыки, как системное и экологическое мышление, программирование, работа в условиях неопределенности и межатраслевая коммуникация. Высшим учебным заведениям необходимо не только адаптировать под потребности рынка уже существующие учебные программы, но и создавать новые в соответствии с перечнем специальностей, которые будут востребованы в будущем.

Библиографический список

1. Блажко А.А. Оценка трудового потенциала //Известия СПбГЭУ.2018. № 5(113). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-trudovogo-potentsiala> (дата обращения: 16.10.2023)
2. В России число занятых за год увеличилось на 1,5 млн – URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2023/07/04/20807540.shtml?ysclid=lo1sbcc8oa720324708>
3. Гореева Н.М. Динамическая модель и прогнозирование тенденций производительности труда в сельском хозяйстве / Н.М. Гореева, Л.Н. Демидова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2020. № 2. С. 44-48.
4. Гореева Н.М. Институциональные преобразования в России и их развитие в статистике / Н.М. Гореева, Л.Н. Демидова // Калужский экономический вестник. 2016. № 1. С. 66-72.
5. Деревень А.С. Особенности HR в gig-экономике//HumanProgress. 2018. № 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-hr-v-gig-ekonomike> (дата обращения: 16.10.2023).
6. Неблагополучную молодежь зовут на работу URL.: <https://www.vedomosti.ru/career/articles/2022/11/01/948279-neblagopoluchnuyu-molodezh-zovut-na-rabotu>
7. Профессии-пенсионеры [Электронный ресурс]. URL: <https://atlas100.ru/future/>
8. Профессии сельского хозяйства [Электронный ресурс]. URL: <https://atlas100.ru/future/>
9. Российский статистический ежегодник. 2022: Стат.сб./Росстат. Р76 М., 2022. 691 с.
10. Росстат сообщил о падении производительности труда в стране в 2022 году на 3,6% URL: <https://www.interfax.ru/business/9245785>. Сельское хозяйство [Электронный ресурс]. URL: <http://kaluga.atlas100.ru/catalog/selskoe-khozyaystvo/>
11. Производительность труда в России показала самое резкое падение за 14 лет URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/10/09/21462031.shtml?ysclid=lo3963qqnn220651310>
12. Эконометрика в схемах и таблицах / Н.М. Гореева, Л.Н. Демидова, Л. М. Клизогуб [и др.]. Москва: Издательство «Эксмо», 2008. 224 с.
13. Goreyeva N.M., Demidova L.N., Chernyaev S.I. Modern problems of science education no.1.Impact of the global crisis on the economic stability of Russia// Science & Education. 2013. Т. 5. С. 485.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ В СФЕРЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Сахарова Н.С., бакалавр 2 курса

Научный руководитель: Уродовских В.Н., к.т.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ (ЛФ), Липецк, Россия

Аннотация. Без нормативно-правовых документов развитие цифровизации в образовании, в том числе в финансово-экономическом образовании, становится сложным и непредсказуемым процессом. Нормативно-правовые документы устанавливают правила и стандарты для использования цифровых технологий в учебном процессе, что обеспечивает качество образования и защиту интересов учащихся и преподавателей.

Ключевые слова. Цифровизация, Математическое моделирование, Экономика, Финансы, Образование, Трансформация, нормативно-правовые документы

IMPLEMENTATION OF REGULATORY DOCUMENTS IN THE FIELD OF DIGITALIZATION IN THE TRANSFORMATION OF FINANCIAL AND ECONOMIC EDUCATION

Sakharova N. S. Bachelor of the 2nd year

*Scientific supervisor: Urodovskikh V.N., Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor*

*Financial University under the Government of the Russian Federation (LF),
Lipetsk, Russia*

Abstract. Without regulatory documents, the development of digitalization in education, including in financial and economic education, becomes a complex and unpredictable process. Regulatory documents establish rules and standards for the use of digital technologies in the educational process, which ensures the quality of education and protects the interests of students and teachers.

Keywords. Digitalization, Mathematical modeling, Economics, Finance, Education, Transformation.

Нормативно-правовые документы играют важную роль в цифровизации и трансформации финансово-экономического образования, по-

скольку они устанавливают правила и стандарты для внедрения новых технологий и методов обучения. В частности, законы и постановления могут определять требования к использованию цифровых образовательных платформ, защите данных студентов, квалификации преподавателей в области цифровых технологий и другие аспекты, влияющие на процесс цифровизации образования. Такие документы оказывают влияние на будущее следующим образом: путем регулирования цифровой сферы, содействием инновациям, защиты прав и свобод граждан, созданием благоприятной среды для цифровизации. Нормативно-правовые документы помогают установить правила и законы, которые регулируют использование цифровых технологий, защищают права потребителей и предпринимателей, и обеспечивают безопасность и конфиденциальность данных. Правовые нормы могут способствовать развитию инноваций в цифровой сфере, создавая стимулы для развития новых технологий и поддерживая конкуренцию на рынке. Также они обеспечивают защиту прав и свобод граждан в цифровом пространстве, предотвращая злоупотребление данными, цензуру и другие формы нарушения прав человека. Хорошо разработанные нормативно-правовые документы могут способствовать созданию благоприятной среды для развития цифровых технологий, привлекая инвестиции и обеспечивая стабильность в сфере цифровизации.

Таким образом, нормативно-правовые документы в сфере цифровизации имеют большое значение для определения будущего развития цифровых технологий, обеспечивая их устойчивость, безопасность и эффективное использование. Кроме того, нормативно-правовые документы могут также способствовать улучшению доступности цифровых технологий для всех слоев населения, включая людей с ограниченными возможностями, меньшинства и другие уязвимые группы. Они могут предусматривать меры по обеспечению доступности и инклюзивности цифровых ресурсов, что способствует социальной справедливости и равенству возможностей в цифровой сфере.

Более того, нормативно-правовые документы могут также способствовать развитию цифровой инфраструктуры для образования, например, путем выделения финансовых средств на закупку оборудования и программного обеспечения, создание специальных центров цифрового образования и т.д. Цифровизация финансовой сферы означает использование новых технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект, большие данные и машинное обучение, для улучшения качества услуг и оптимизации процессов. Это в свою очередь приводит к изменению требований к специалистам в этой области.

Нормативно-правовые документы в сфере цифровизации и трансформации финансово-экономического образования охватывают широкий спектр

вопросов, начиная от установления стандартов цифрового образования и защиты данных до финансирования и развития цифровой инфраструктуры.

Одним из главных документов является «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Данная Стратегия определяет цели, задачи и меры по реализации внутренней и внешней политики Российской Федерации в сфере применения информационных и коммуникационных технологий, направленные на развитие информационного общества, формирование национальной цифровой экономики, обеспечение национальных интересов и реализацию стратегических национальных приоритетов.

Исходя из Приказа Минкомсвязи России от 01.08.2018 № 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», под цифровизацией (Цифровое развитие) понимается процесс организации выполнения в цифровой среде функций и деятельности (бизнес-процессов), ранее выполнявшихся людьми и организациями без использования цифровых продуктов. Цифровизация предполагает внедрение в каждый отдельный аспект деятельности информационных технологий.

Использование цифровизации в обучении имеет множество преимуществ. Цифровые технологии позволяют создавать интерактивные образовательные материалы, которые делают учебный процесс более увлекательным и эффективным. Они также способствуют развитию навыков работы с современными технологиями, что является важным для будущей профессиональной деятельности студентов.

Математическое моделирование также играет важную роль в финансовой сфере, поскольку позволяет предсказывать результаты финансовых операций и принимать решения на основе анализа данных. Однако, с появлением новых технологий, возможности математического моделирования значительно расширились. В Приказе Минэкономразвития России от 30.06.2016 № 417 «Об утверждении Методических рекомендаций по разработке и корректировке долгосрочного прогноза социально-экономического развития Российской Федерации» затрагивается данная тема.

Математическое моделирование – это исследование явлений, процессов, систем или объектов путем построения и изучения их моделей и использования последних для определения или уточнения характеристик и рациональных способов построения вновь конструируемых технологических процессов, систем и объектов.

Одним из примеров применения математического моделирования в финансовой сфере является модель Black-Scholes, которая используется для оценки цены опционов на акции. Эта модель позволяет определить цену оп-

циона на основе таких параметров, как цена акции, процентная ставка и волатильность. Математическое моделирование может помочь студентам лучше понимать экономические процессы и разрабатывать свои собственные модели. Например, студенты могут использовать математические методы для анализа финансовых отчетов компаний или для оценки рисков инвестиций. Это помогает им развивать свои навыки и знания в экономике.

Кроме того, математическое моделирование используется для прогнозирования экономических показателей, таких как ВВП, инфляция и безработица. Это позволяет предсказать будущее состояние экономики и принимать соответствующие решения в сфере финансов. Однако, использование математических моделей в финансовой сфере также имеет свои ограничения. Например, модели могут не учитывать некоторые факторы, которые могут повлиять на рынок или экономику в целом. Кроме того, некоторые модели могут быть слишком сложными для понимания и использования в повседневной практике.

Использование искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет создавать более точные и сложные модели, которые могут прогнозировать поведение рынков и клиентов. Большие данные позволяют анализировать огромные объемы информации и выявлять скрытые закономерности. В связи с этим, финансово-экономическое образование приобретает новую значимость. Специалистам желательно обладать знаниями в области цифровых технологий и уметь применять их в своей работе.

Искусственный интеллект и машинное обучение также играют важную роль в цифровизации финансовой сферы. Они позволяют создавать более точные и сложные модели, которые могут прогнозировать поведение рынков и клиентов, а также оптимизировать процессы внутри компаний. Например, алгоритмы машинного обучения могут использоваться для анализа больших объемов данных и предсказания поведения рынка. Такие модели могут помочь инвесторам принимать более обоснованные решения и уменьшить риски потерь.

Большие данные (Big Data) являются еще одним важным фактором в цифровизации финансовой сферы. Большие данные позволяют анализировать огромные объемы информации и выявлять скрытые закономерности, которые могут быть использованы для принятия более эффективных решений.

Важно также учитывать, что цифровизация и использование новых технологий в финансовой сфере могут привести к изменению требований к профессионалам. Некоторые задачи могут быть автоматизированы, что может привести к сокращению некоторых должностей. В то же время, появятся новые возможности для специалистов, которые смогут адаптироваться к новым условиям. Но цифровизация и математическое моделирование могут привести к новым возможностям в реальной жизни.

Не стоит забывать, что цифровая трансформация приводит к «четвертым» индустриальным революциям. В сфере промышленности это: продвинутые работы, адаптивное производство, цифровые двойники и моделирование. Сельское хозяйство: точное земледелие и животноводство, роботизация операций, прозрачность операций и принятие решений на основе данных. Транспорт и логистика: беспилотные автомобили и электронные диспетчеры, общее использование ресурсов (UBER), оптимизация операций в режиме реального времени. Потребительский сектор: онлайн-взаимодействие с потребителем и доставки, индивидуализация и таргетированность, рост числа поставщиков и взаимодействие потребитель-потребитель.

Необходимо учитывать этические и правовые аспекты использования новых технологий в финансовой сфере. Например, использование искусственного интеллекта может привести к возникновению проблем с защитой персональных данных и дискриминации клиентов. Поэтому нормативно-правовые документы регулируют сферу цифровизации в образовании путем установления стандартов и правил для использования цифровых технологий не только в учебном процессе, но и в жизни. В частности, они определяют требования к качеству образовательных материалов, безопасности информации, защите данных людей, а также права и обязанности учащихся и преподавателей при использовании цифровых ресурсов. Доктриной информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации», определены основные направления обеспечения информационной безопасности в области государственной и общественной безопасности, к числу которых отнесено противодействие использованию информационных технологий для пропаганды экстремистской идеологии, распространения ксенофобии, идей национальной исключительности в целях подрыва суверенитета, политической и социальной стабильности, насильственного изменения конституционного строя, нарушения территориальной целостности Российской Федерации, а также повышение эффективности профилактики правонарушений, совершаемых с использованием информационных технологий, и противодействие таким правонарушениям. А Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ (последняя редакция) 27 июля 2006 года № 152-ФЗ регулирует отношения, связанные с обработкой персональных данных, осуществляемой федеральными органами государственной власти, органами местного самоуправления, иными муниципальными органами, юридическими лицами и физическими лицами с использованием средств автоматизации, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, или без использования таких средств, если обра-

ботка персональных данных без использования таких средств соответствует характеру действий (операций), совершаемых с персональными данными с использованием средств автоматизации, то есть позволяет осуществлять в соответствии с заданным алгоритмом поиск персональных данных, зафиксированных на материальном носителе и содержащихся в картотеках или иных систематизированных собраниях персональных данных, и (или) доступ к таким персональным данным.

Нормативно-правовые документы в сфере математического моделирования играют важную роль в определении правил и стандартов для использования математических моделей в различных областях, таких как наука, технологии, экономика, медицина и т.д. Они могут устанавливать требования к качеству моделей, их верификации и валидации, а также этические и юридические аспекты использования моделей. Такие документы могут способствовать развитию стандартов и методологий для создания и применения математических моделей, что в свою очередь может повысить качество и точность прогнозов и принимаемых на их основе решений. Они также могут способствовать защите прав потребителей информации, получаемой на основе математических моделей, и предотвращению злоупотреблений с их использованием.

Кроме того, нормативно-правовые документы могут содержать положения о финансировании цифровизации образования, организации обучения преподавателей в области цифровых технологий, а также оценке эффективности использования цифровых ресурсов в учебном процессе.

В целом, цифровизация и математическое моделирование являются ключевыми факторами в трансформации финансово-экономического образования и финансовой сферы в целом. Однако, для успешной реализации новых технологий необходимо учитывать различные аспекты, включая этические и правовые. Цифровизация и математическое моделирование приводят к новым возможностям в реальной жизни. Это помогает студентам получать качественное образование и готовиться к будущей карьере в экономике, а также улучшает принятие финансовых решений. Без нормативно-правовых документов развитие цифровизации в финансово-экономическом образовании будет затруднено из-за отсутствия четких правил, стандартов и поддержки со стороны государства. Нормативно-правовые документы играют важную роль в регулировании процесса цифровизации образования, обеспечивая его качество, безопасность и эффективность.

Библиографический список

1. Цифровая трансформация в финансовом образовании: систематический обзор. Журнал образовательных технологий и общества. 2018.

2. Математическое моделирование и симуляция в финансовом образовании. Международный журнал образования и исследований. 2019.
3. Приказ Минкомсвязи России от 01.08.2018 № 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». КонсультантПлюс
4. Роль математического моделирования в финансовом образовании. Журнал бизнеса и экономики. 2020.
5. Указ Президента РФ «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». КонсультантПлюс
6. Математическое моделирование для принятия финансовых решений. Журнал математических финансов. 2021.
7. Цифровые технологии в финансовом образовании: обзор текущих тенденций и будущих направлений. Труды 2021 года Международной конференции IEEE по вычислительному интеллекту в финансовой инженерии и экономике.
8. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ (последняя редакция) 27 июля 2006 года № 152-ФЗ. КонсультантПлюс
9. Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». КонсультантПлюс

УДК: 004.896

ПРИМЕНЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ РЕГРЕССИИ В ML-ПЛАТФОРМЕ LOGINOM ДЛЯ РАСЧЕТА КОЭФФИЦИЕНТОВ СКОРИНГОВОЙ КАРТЫ

*Семенова Э.А., Цепкова С.М., бакалавр 4-ого курса
Научный руководитель: Винокуров И.В., к.т.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ Калуга, Россия*

Аннотация. Логистическая регрессия представляет собой широко используемый в наши дни статистический инструмент анализа данных. В данной статье дано краткое описание работы логистической регрессии в ML-платформе Loginom, а также рассмотрен пример её применения для расчёта коэффициентов скоринговой карты.

Ключевые слова: логистическая регрессия, независимые и зависимые переменные, коэффициенты регрессии, скоринг.

APPLICATION OF LOGISTIC REGRESSION IN THE LOGINOM ML PLATFORM FOR CALCULATING SCORING CARD COEFFICIENTS

Semenova E.A., Tsepikova S.M., bachelor's degree of the 4th year

Supervisor: I.V.Vinokurov, Candidate of Engineering Sciences,

Associate Professor

Financial University under the Government of Russian Federation,

Kaluga, Russia

Abstract. Logistic regression is a widely used statistical data analysis tool nowadays. This article gives a brief presentation of the work of logistic regression in the Loginom ML platform, and also considers an example of its application for calculating the coefficients of a scoring card.

Keywords: logistic regression, independent and dependent variables, regression coefficients, scoring.

Логистическая регрессия, являясь разновидностью множественной регрессии, имеет следующее общее назначение – анализ связи между зависимой переменной и несколькими независимыми переменными [1, 2]. При помощи логистической регрессии проводится оценка вероятности наступления события для конкретного объекта испытания. Главным преимуществом логистической регрессии является её наглядность.

На сегодняшний день повышенное внимание уделяется технологии скоринга – автоматической оценке уровня кредитоспособности физических лиц. Для расчета коэффициентов скоринговой карты традиционно применяется логистическая регрессия, за основу расчёта берется накопленная кредитная история заёмщиков. Всех потенциальных кредитующих можно разделить на два класса – благонадежные и неблагонадежные, принадлежность к определённому классу будет использоваться в регрессии как зависимая переменная. Роли независимых переменных будут исполнять анкетные данные заёмщиков, в рассматриваемом случае это будут: возраст, пол, количество иждивенцев, количество лет опыта работы, семейное положение (состоит ли заёмщик в браке: да или нет), рыночная стоимость недвижимости в собственности, количество лет проживания в регионе, подтверждённый совокупный располагаемый доход и планируемый ежемесячный платёж по кредиту.

Логистическая регрессия в наши дни может быть реализована на разных платформах, в данной статье приведен пример её использования в Loginom [3]. Российская ML-платформа Loginom, предоставляет широкие возможности для построения и тестирования моделей машинного обучения (ML) и обладает простым и интуитивно понятным пользовательским интерфейсом, что делает её максимально удобной для использования.

Практическое использование Loginom требует наличие знаний в области статистики и Data Science [4] и заключается в выполнении следующих основных этапов:

1. формирование наборов данных;
4. формирование сценария обработки данных;
5. реализация моделирования;
6. визуализация и интерпретация результатов.

По результатам проведённых исследований формируются рекомендательные предложения и осуществляются соответствующие им действия.

Сценарий действий будет включать импорт исходных данных из текстового файла и собственно компонент логистической регрессии, рис. 1.

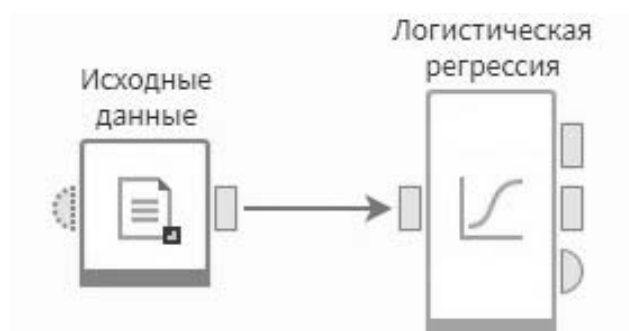


Рисунок 1. Сценарий Loginom

В текстовом файле содержится информация о зависимой и независимых переменных. При импорте данных необходимо указать назначение столбцов таблицы, чтобы определить, что будет подаваться на вход и выход регрессии. Статус «Активное» означает входные данные, «Выходное» – выходные, рис. 2. После выполнения импорта исходных данных, в компоненте логистической регрессии на этапе настройки входных данных столбцам будет присвоено соответствующее назначение автоматически.

☒ Таблица ☐ Связи

Входные	Выходные	Имя	Вид данных	Назначение
12 Возраст	12 Возраст	Vozrast	Непрерывн...	Активное
ab Пол	ab Пол	Pol	Дискретный	Активное
ab Состоит в браке	ab Состоит в браке	Sostoit_v_brake	Дискретный	Активное
9.0 Иждивенцы	9.0 Иждивенцы	Izhdiventsy	Непрерывн...	Активное
9.0 Доход	9.0 Доход	Dokhod	Непрерывн...	Активное
9.0 Опыт работы	9.0 Опыт работы	Opyt_raboty	Непрерывн...	Активное
9.0 Срок проживания	9.0 Срок проживания	Srok_prozhivaniya	Непрерывн...	Активное
9.0 Недвижимость	9.0 Недвижимость	Nedvizhimost	Непрерывн...	Активное
9.0 Месячный платеж	9.0 Месячный платеж	Mesyachniy_platezh	Непрерывн...	Активное
ab Благонадежный заемщик	ab Благонадежный заемщик	Blagonadezhniy_zaemshchik	Дискретный	Выходное

Рисунок 2. Настройка столбцов исходной таблицы

Настройка компонента «Логистическая регрессия» состоит из следующих групп параметров: настройки нормализации, разбиение на множества, настройка логистической регрессии и детальные настройки. Окно настройки нормализации представлено на рис. 3.

Состояние входа Вход активирован Активировано

Разрешить пропущенные значения ☐

Поле	Нормализатор	Множитель	Неудаляемое
Входные			
12 Возраст	Нет	1	☐
ab Пол	Индикатор	1	☐
ab Состоит в браке	Индикатор	1	☐
9.0 Иждивенцы	Нет	1	☐
9.0 Доход	Нет	1	☐
9.0 Опыт работы	Нет	1	☐
9.0 Срок проживания	Нет	1	☐
9.0 Недвижимость	Нет	1	☐
9.0 Месячный платеж	Нет	1	☐

Параметры нормализации

Не выбран нормализатор

Рисунок 3. Настройки нормализации

Логистическая регрессия использует метод обучения с учителем. Разбиение на множество в настройках узла дает возможность поделить множество исходных данных на обучающую и тестовую выборки. В приведенном примере обучающее множество будет составлять 80% от исходного, а тестовое остальные 20%, разбиение будет происходить случайным методом. Доступны три метода разбиения на множества: случайный, последовательный и по столбцу. Также на данной странице настроек доступен выбор метода валидации, их всего три (без валидации, K-fold кросс-валидация и Монте-Карло).

Параметры настройки компонента логистической регрессии можно условно разделить на следующие блоки: настройка событий (тип события и индекс заданного события), настройка метода (автоматическая настройка, приоритет автоматической настройки, денормализация коэффициентов модели) и настройка параметров (отбор факторов и защита от переобучения, приоритет точность/скорость, приоритет меньше/больше факторов, приоритет точные/недостовверные данные и использование детальных настроек). В рассматриваемом примере не применяются детальные настройки, однако при их использовании будут доступны следующие группы параметров: настройки метода, настройки расчета статистики, настройки регуляризации и настройки отбора факторов.

Статистические параметры и результаты статистических тестов, необходимые для анализа регрессионных моделей можно рассмотреть в специальном визуализаторе «Отчёте по регрессии» компонента «Логистическая регрессия» [5]. Данный визуализатор показывает информацию о самой модели, коэффициенты регрессии и шаги построения. Коэффициенты регрессии можно по желанию отобразить в одном из доступных видов (таблица или дерево). Шаги построения целесообразно использовать в случае, если ранее на этапах настройки узла логистической регрессии в отборе факторов и защите от переобучения был выбран алгоритм, подразумевающий некоторый режим обработки фактов. Отчёт по регрессии для рассматриваемой задачи показан на рис. 4.

Информация о модели		Шаги построения						
Таблица		Дерево						
Нулевые значения								
Модель		Финальная модель						
Показатель		Значение						
Константа		Включена						
Deviance нулевой модели		1 107,647943						
Deviance		416,170533						
Псевдо-R ² Макфаддена		0,624275						
Псевдо-R ² Макфаддена (скорр.)		0,606219						
Число степеней свободы ошибки		789,00						
Число степеней свободы модели		9,000000						
Хи-квадрат		691,477410						
Р-значение модели		4,698594e-143						
Критерий Акаике		0,545896						
Критерий Акаике (скорр.)		0,546245						
Критерий Байеса		0,604511						
Критерий Ханнана-Куинна		0,568414						
Атрибут		Коэфф...	Станд...	Статист...	Р-зна...	Отно...	Нижн...	Верхн...
9.0 Константа		-3,222673	0,766857	17,660516	0,000026			
12 Возраст		0,007573	0,022605	0,112215	0,737636	1,007601	0,963933	1,05324
ab Пол (женский)		-0,728507	0,267374	7,423846	0,006437	0,482629	0,285775	0,81508
ab Состоит в браке (Нет)		0,139973	0,258668	0,292823	0,588417	1,150243	0,692805	1,90971
9.0 Иждивенцы		-1,768325	0,189762	86,837470	0,000000	0,170619	0,117625	0,24748
9.0 Доход		0,000692	0,000057	148,176865	0,000000	1,000693	1,000581	1,00080
9.0 Опыт работы		0,001656	0,030299	0,002985	0,956426	1,001657	0,943905	1,06294
9.0 Срок проживания		0,011542	0,012266	0,885468	0,346708	1,011609	0,987579	1,03622
9.0 Недвижимость		0,014022	0,006234	5,058343	0,024508	1,014121	1,001804	1,02658
9.0 Месячный платеж		-0,000907	0,000097	88,236671	0,000000	0,999094	0,998905	0,99928
ab Благо...		Значение	Кол-во					
Событие		Да	492					
Не-собы...		Нет	507					

Рисунок 4. Отчёт по регрессии

Таким образом, в статье описано использование логистической регрессии в ML-платформе LogiNot для расчета коэффициентов скоринговой карты. Полученное распределение зависимой переменной следующее: 492 благонадежных и 507 неблагонадежных заёмщиков. Рассчитанные в ходе выполнения компонента логистической регрессии на основе накопленной кредитной истории коэффициенты скоринговой карты можно посмотреть в Отчете по регрессии (см. рис. 4).

Полученные в результате исследований коэффициенты логистической регрессии (см. столбец «Коэффициенты» на рис. 4) могут быть использованы для оценки уровня кредитоспособности новых физических лиц.

Библиографический список

1. Логистическая регрессия: подробный разбор. URL: <https://habr.com/ru/companies/skillfactory/articles/714244/> (дата обращения 26.10.2023)
2. Логистическая регрессия. URL: <https://help.loginom.ru/userguide/processors/datamining/logistic-regression/> (дата обращения 26.10.2023)
3. Яковлев, В.Б. Эконометрика на платформе Loginom: учебное пособие / В.Б. Яковлев. М.: КноРус, 2023. 244 с.
4. Грас, Дж. Data Science. Наука о данных с нуля / Дж. Грас. СПб: БХВ-Петербург, 2020. 411 с.
5. Отчёт по регрессии. URL: <https://help.loginom.ru/userguide/visualization/regression/> (дата обращения 26.10.2023)

УДК 338.1

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В РОССИИ И МИРЕ: АНАЛИЗ И СРАВНЕНИЕ

*Семушкин Д.Ю., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губанова Е. В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматриваются тенденции цифровизации в России и мире. Приведены статистические данные по ключевым аспектам цифровой трансформации. Статья показывает, как экономика и другие сферы жизни общества переходят в цифру, какие этапы они при этом проходят.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, инновации, технологии, искусственный интеллект, электронное правительство, блокчейн.

TRENDS OF DIGITALIZATION IN RUSSIA AND THE WORLD: ANALYSIS AND COMPARISON

*Semushkin D. Y., bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: E. V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article discusses the trends of digitalization in Russia and the world. Statistical data on key aspects of digital transformation are presented.

The article shows how the economy and other spheres of society turn into a figure, what stages they go through at the same time.

Keywords: digitalization, digital transformation, innovation, technology, artificial intelligence, e-government, blockchain.

Про цифровизацию чего бы то ни было люди слышат каждый день. Сегодня это явление затрагивает буквально все сферы жизни: образование, энергетика, экономика и многие другие. Цифровизация выступает общемировым трендом, за которым следуют все страны. Переход в цифру является инструментом увеличения конкурентоспособности страны, увеличения комфорта и качества жизни граждан, а также ведёт к созданию нового прогрессивного общества. Именно поэтому стратегически важно анализировать достижения цифровой трансформации разных стран, сравнивать их с достижениями России и делать объективные выводы.

В широком смысле, цифровизация представляет собой внедрение достижений цифровых и информационно-коммуникационных технологий в различные сферы деятельности человека и общества в целом. Поэтому главной целью цифровизации является улучшение качества жизни граждан страны. Объективными показателями качества жизни могут выступать следующие [4]:

- личная и национальная безопасность;
- чистая окружающая среда;
- политические и экономические свободы;
- право на труд, карьерный рост, профессиональное и интеллектуальное развитие;
- демографический рост общества;
- жилищные условия;
- совершенствование системы здравоохранения;
- обеспечение населения продовольствием.

Несложно заметить, что цифровизация априори должна затрагивать все сферы жизни общества, чтобы положительно влиять на показатели качества жизни в стране.

Какие же тенденции цифровой трансформации существуют в мире? Первоначально, почти любая цифровизация страны начинается с экономики. Крупные компании, дабы оставаться конкурентоспособными на своём рынке, внедряют новейшие информационно-коммуникационные технологии. Они также тратят огромные финансовые ресурсы на исследования и разработки собственных уникальных цифровых продуктов, что даёт толчок к цифровой трансформации по всей стране. Это подтверждает

и статистика валовых затрат на создание и использование цифровых технологий в России, представленная на рисунке 1 [5, с. 12].

Анализируя гистограмму, видно, что с 2017 по 2021 год валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики РФ выросли в 1,6 раза. Рост продолжался все 5 лет, за исключением 2020 года, где затраты составили чуть менее уровня 2019 года.

Стоит отметить, что финансовые и страховые компании в 2021 году занимали 13% (384 млрд. руб.) объема внутренних затрат организаций на создание, распространение и использование цифровых технологий, товаров и услуг, ИТ-отрасль 12,8% (378 млрд. руб.), сфера телекоммуникаций 12,5% (369 млрд. руб.), профессиональная, научная и техническая деятельность 10,4% (307 млрд. руб.).

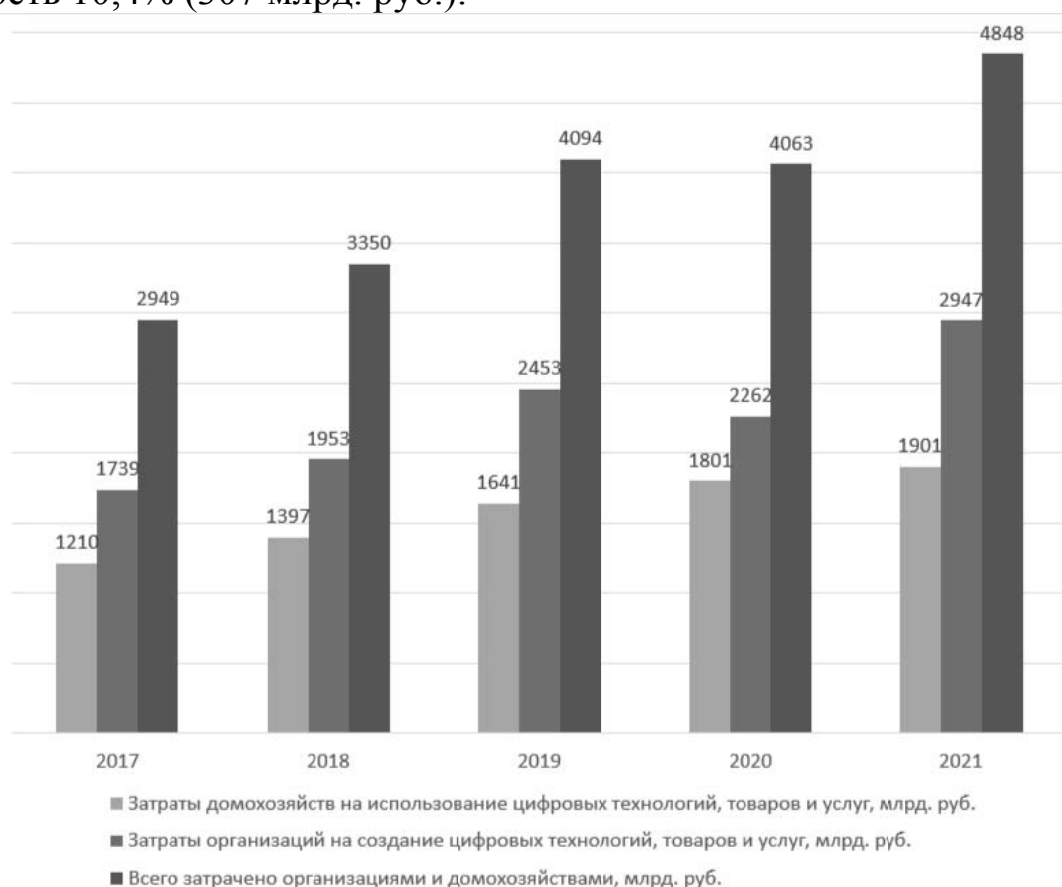


Рисунок 1. Вклад организаций и домохозяйств в развитие цифровой экономики России

Из представленных данных ясно, что одним из главных двигателей цифровизации экономики являются частные организации, которые благодаря внедрению телекоммуникационных и цифровых технологий успешно конкурируют друг с другом, а также домохозяйства, которые эти цифровые продукты и услуги используют.

Немалую роль играет государство в цифровизации. Так, процент населения России, получающий государственные и муниципальные услуги в

электронной форме, увеличился с 42,3% в 2017 году до 68,2% в 2021 году. Это рост в 1,6 раз [5, с. 66]. К этому ещё предстоит вернуться.

В мире цифровые тенденции в большей степени связаны с достижениями в области ИКТ: ИКТ становятся технологиями широкого применения; глобализация коммуникаций; биотехнологии, квантовые технологии, нейротехнологии; роботизация труда; усиление роли технологий децентрализованных реестров (блокчейн) как в частном секторе экономики, так и в государственном; искусственный интеллект и технологии нейросетей; цифровые денежные средства и цифровые валюты стран; взаимодействие граждан стран и бизнеса с помощью Интернета и взаимодействия через онлайн и многое другое [2]. Основные из трендов можно представить в виде графа (рисунок 2).

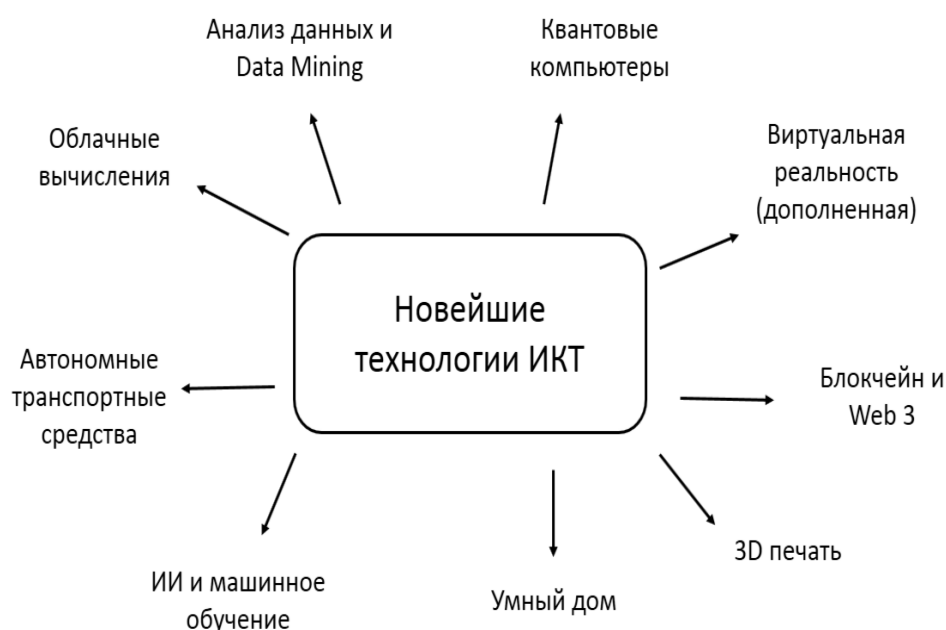


Рисунок 2. Новейшие информационно-коммуникационные технологии

В мире есть примеры использования ИКТ в различных сферах. Одним из них является вживление нейрочипа компанией Илона Маска Neuralink в мозг обезьяны. Этот чип соединялся с компьютером. Эксперимент с нейрочипом проводился для дальнейшего исследования его возможностей для парализованным людям. Предполагается, что в будущем на основе такой технологии парализованные люди смогут управлять телефонами и компьютерами силой мысли.

Ещё одним примером из США станет переход компании IBM на квантовые вычисления. Квантовые компьютеры имеют вычислительный потенциал намного больше, чем даже современные суперкомпьютеры. Благодаря квантовым вычислениям можно получить реальную пользу в области финансов, химии, искусственного интеллекта и многих других областях, где требуется точная работа с большим объемом данных и

сложными вычислениями. Квантовые компьютеры в разы ускорят и облегчат эти процессы.

Технологии искусственного интеллекта исследуются и изучаются достаточно давно, но настоящей сенсацией стало создание компанией Open AI языковой модели ИИ ChatGPT. Компания преследует миссию улучшить человечество с помощью AI-систем. И можно сказать, что у неё это получается. Новая модель ChatGPT – GPT4 может не только выдавать точную и полезную информацию по запросу, писать тексты, как человек, но и даже писать код на различных языках программирования. Есть примеры создания простых игр, когда человек не написал ни строчки кода. Всё сделал ИИ. После публикации 30 ноября 2022 года в открытом доступе ChatGPT начался бум создания приложений с искусственным интеллектом. Его применяют в 3D моделировании, в создании картинок по текстовому описанию пользователя, помощи в учёбе и многих других сферах.

Стоит сказать и про Web3 – общем термине для технологий блокчейна и схожих на неё, которые децентрализуют владение и управление данными в интернете. В целом у блокчейн-технологий есть большой потенциал. Они могут использоваться как компаниями, так и государствами, что на данный момент и происходит. Большое количество стран находятся в процессе исследования, разработки и внедрения национальных цифровых валют, работающих на основе децентрализованных реестров, а компании используют данную технологию для снижения затрат, увеличения доходов, в работе с клиентами и документооборотом.

Мировым трендом цифровизации стал и массовый переход на удалённый формат работы и обучения в следствии вспышки Covid-19 в 2020 году. Пандемия привела к кратному увеличению спроса на цифровые технологии и продукты, многие из которых остаются актуальными и по сей день.

Таким образом, можно выделить следующие основные мировые тенденции цифровой трансформации:

- 1) блокчейн и облачные технологии;
- 2) Data Mining, и анализ данных;
- 3) ИИ и нейросети;
- 4) вычислительная биология;
- 5) нейрочипы.

Вернёмся к России, где тренды и тенденции цифровизации в некоторой степени будут отличаться от общемировых в силу особенностей развития и других факторов. В 2023 году на Российскую Федерацию наложено около 14 тысяч различных санкций, что «привело» к первому месту в списке стран по количеству введенных против неё ограничений. Такое положение дел привело к новой экономической реальности в РФ, а, следова-

тельно, к особенным путям и целям цифровизации как экономики, так и других сфер жизни.

Рассматривая тенденции цифровизации в нашей стране, обратимся к Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации», в состав которой входят проекты [8]:

- Нормативное регулирование цифровой среды;
- Кадры для цифровой экономики;
- Информационная инфраструктура;
- Информационные технологии;
- Искусственный интеллект и др.

Эти проекты характеризуют направления цифровой трансформации России на период с 2019 по 2024 гг.

Цели устойчивого развития играют не последнюю роль в развитии цифровых технологий и их распространении в различных странах мира. Так, существуют 17 целей устойчивого развития, разработанные ООН в 2015 году. Несмотря на то, что Россия приняла данные цели, наша страна не придерживается строгого их достижения. Она больше использует их как ориентир, создавая свои собственные национальные проекты с учетом ЦУР. В период сильных и множественных санкций со стороны Запада стратегически важно прокладывать свой путь развития.

Цифровизация содействует в достижении ЦУР. Цифровые технологии становятся инструментом при выполнении странами целей устойчивого развития. Наиболее явно цифровизация помогает в достижении этих целей по 3 направлениям:

- зеленая экономика и устойчивое экологическое развитие;
- социальная интеграция, сокращение неравенства;
- электронные правительства и электронные государственные услуги, эффективное государственное управление.

Так, несложно понять, что цифровизация неразрывно связана и с ESG-трансформацией. Ссылаясь на исследование в книге «Новые тренды цифровизации: Россия и мир» [1, с. 53–68] о взаимосвязи индекса цифровизации по каждому отдельному региону России и ESG-рэнкинга (в целом по ESG и по отдельно взятой букве), больше всего цифровые технологии и их внедрение повлияли на качество управления (G). Это объясняется тем, что индикаторы, на основе которых составлялся рейтинг по качеству управления и индикаторы индекса цифровизации напрямую связаны друг с другом.

Поэтому, следует рассмотреть развитие электронного правительства РФ. Его формирование и развитие началось в 2002 году с публикации федеральной целевой программы «Электронная Россия 2002-2010». Уже в 2009 году был создан портал Госуслуг, который и по наши дни является

основным инструментом создания цифрового правительства. Сейчас платформа Госуслуг набрала большую популярность, государство очень активно продвигает её, делает интеграции с различными организациями, упрощает регистрацию в различных сервисах и многое другое.

Россия находится на 4 этапе из 5 возможных по развитию электронного правительства. Он называется «Транзакционное присутствие» и означает, что страна перешла к оказанию государственных услуг полного цикла ежедневно и круглосуточно: оплата штрафов, работа с документами, оплата услуг с помощью разных платежных систем и др. Стоит отметить, что на 5 этапе «Интегрированное присутствие» полностью не находится ни одна страна мира.

В 2022 году Россия занимала 42 место по индексу развития электронного правительства (EGDI). В тройке лидеров Дания, Финляндия и Южная Корея. РФ занимала 27 место в рейтинге в 2014 году. Данный факт показывает высокую вовлеченность большинства стран в процесс разработки цифровых правительств.

Коммерческие организации в России, особенно технологические гиганты, такие как Сбер и Яндекс, занимаются разработкой собственных систем искусственного интеллекта. Более 85% крупных российских компаний уже используют ИИ [7], с помощью него они совершенствуют бизнес-процессы в организации, уменьшают издержки, проводят исследования и многое другое. Крупные компании нацелены на разработку технологий ИИ потому, что это, конечно, принесёт им большую прибыль в будущем от продажи готовых решений для бизнеса и людей.

Исследования и разработки в области блокчейн-технологий также имеют место быть в РФ. С 1 августа 2023 года вступил в силу закон о внедрении цифрового рубля. Центральный Банк разработал специальную платформу для использования цифровых рублей, а пилотный проект в данной сфере уже действует. Технологий цифрового рубля полностью построена на распределенных реестрах (блокчейн) и криптографии. Новая форма национальной валюты даст ещё один толчок к дальнейшему переходу в цифру. В пилот-проекте цифрового рубля участвуют 13 банков и ограниченный круг их клиентов. Большой потенциал данная технология имеет и для международных расчётов и обхода санкций недружественных стран, что как никогда актуально в наши дни.

В России полным ходом идёт развитие открытых инноваций. Данная концепция залучается в том, что организации могут использовать внешние источники инноваций вместо долгой и дорогостоящей разработки своих. Данный подход российские компании начали применять с 2015 года. В целом затраты организаций на инновационную деятельность увеличивались в течение последних пяти лет. В 2018 году их объем составил 1 трлн.

472 млрд. руб. Каждый год они увеличивались и в 2022 году достигли 2 трлн. 663 млрд. руб. (рост в 1,81 раза) [9]. Государство также стимулирует инновационную деятельность и открытые инновации с помощью различных субсидий, государственных программ, государственными заказами. Так, период с 2022 по 2031 года назван Десятилетием науки и технологий в России. Целью является усиление роли инноваций, технологий и науки в решение общественно-социальных и национальных проблем, при том ключевую роль в данном процессе будет играть государство.

Таким образом, можно выделить 4 основных и самых крупных направления цифровизации России:

- 1) электронное правительство;
- 2) искусственный интеллект;
- 3) блокчейн-технологии;
- 4) открытые инновации.

Тенденции цифровой трансформации в РФ, как говорилось ранее, отличаются от тенденций в мире. Это можно объяснить особенностью исторического развития России, тем, что рыночная экономика и высокая конкуренция бизнеса существуют относительно недавно других развивающихся и развитых стран. Некоторые технологии не сильно развиты в силу данных обстоятельств, но благодаря усилиям государства и крупных компаний, Россия способна не только догнать, но и обогнать в технологическом и цифровом развитии другие страны.

Библиографический список

1. Новые тренды цифровизации: Россия и мир: монография / под ред. Е.В. Пономаренко, А.Ю. Вереникиной. Москва: ИНФРА-М, 2023. 209 с.
2. Осипова Ю.А. Тренды и перспективы цифровизации в мире и Беларуси / Ю.А. Осипова [Текст] // Наука, инновации и технологии: от идей к внедрению. Минск: Право и экономика, 2022. С. 538–545.
3. Юсупова О.А., Глебова П.Д. Современные цифровые технологии в банковской сфере: зарубежный и отечественный опыт / О.А. Юсупова, П.Д. Глебова [Текст] // Наука, инновации и технологии: от идей к внедрению. Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2022. С. 186–189.
4. Зенина О.Н. Цифровизация как глобальный тренд (на примере г. Москвы) [Текст] / О. Н.Зенина // American scientific journal. 2021. № 49-1. С. 46–48.
5. Цифровая экономика 2023: Краткий статистический сборник 2023, НИУ ВШЭ / [Электронный ресурс] // Национальный портал в сфере Искусственного интеллекта: [сайт]. URL: <https://ai.gov.ru/wiki/komponenty/>

infrastruktura-ii/2023_cifrovaya_ekonomika_kratkiy_statisticheskiy_sbornik_2023_niu_vshe/ (дата обращения: 05.11.2023).

6. Инвестиции в инновации в России / [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики": [сайт]. URL: <https://issek.hse.ru/news/448683222.html> (дата обращения: 04.11.2023).

7. Исследование: проникновение решений на базе искусственного интеллекта в российских компаниях / [Электронный ресурс] // Tadviser: [сайт]. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Исследование: Проникновение решений на базе искусственного интеллекта в российских компаниях> (дата обращения: 04.11.2023).

8. Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ: официальный сайт. URL: <https://digital.gov.ru/ru/> (дата обращения: 03.11.2023).

9. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 03.11.2023).

УДК 339.138

НЕОБХОДИМОСТЬ АНАЛИЗА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

Сериденко В.В., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Рзун И.Г. к. физ.-мат. наук, доцент

Новороссийский политехнический институт (филиал)

ФГБОУ ВО «КубГТУ»

Аннотация. В данной статье пойдет речь о методах визуализации бизнес-процессов строительной компании. Предложена типовая модель бизнес-процессов верхнего уровня строительной компании. С помощью языка моделирования IDEF0 сформирована модель этапов строительства произведена декомпозиционная диаграмма. Показана необходимость детального моделирования стадий строительства с целью контроля и обеспечения эффективности управления этапами.

Ключевые слова. Бизнес-процессы, моделирование деятельности, цепи бизнес-процессов, этапы строительства, бизнес-процессы верхнего уровня, декомпозиция IDEF0.

THE NEED TO ANALYZE THE BUSINESS PROCESSES OF A CONSTRUCTION COMPANY FOR MANAGEMENT EFFICIENCY

Seridenko V.V. 3rd year bachelor

Scientific supervisor: Rzun I.G. Candidate of Physics and Mathematics.

Sciences, Associate Professor

Novorossiysk Polytechnic Institute (branch)

FSBEI HE "KubSTU"

Annotation. This article will discuss the methods of visualization of business processes of a construction company. A typical model of top-level business processes of a construction company is proposed. With the help of the IDEF0 modeling language, a model of the construction stages was formed and a decomposition diagram was made. The necessity of detailed modeling of construction stages in order to control and ensure the effectiveness of stage management is shown.

Keywords. Business processes, activity modeling, business process chains, construction stages, top-level business processes, IDEF0 decomposition.

В современном мире бизнеса успех предприятия во многом зависит от того, насколько эффективно организованы и оптимизированы его бизнес-процессы. В данной статье мы рассмотрим необходимость анализа бизнес-процессов и почему это является важным шагом на пути к росту и развитию любой компании.

Необходимо определение и понимание бизнес-процессов. Бизнес-процесс – это последовательность действий, направленных на достижение определенной цели. Это может быть, например, производство товара, оказание услуги или реализация проекта. Понимание того, как функционирует ваша компания, помогает выявить слабые места и возможности для улучшения.

На втором этапе анализа следует проводить оптимизацию процессов. Анализ бизнес-процессов позволяет выявить их слабые места, определить возможные потери и оптимизировать процессы для повышения эффективности и снижения затрат. Например, можно сократить время выполнения операций или снизить затраты на ресурсы.

Оптимизация бизнес-процессов также способствует улучшению качества продукции или услуг, так как она позволяет сократить количество ошибок и улучшить контроль качества.

Знание своих сильных и слабых сторон, а также возможностей для улучшения позволяет компании занять более выгодную позицию на рынке и укрепить свои конкурентные преимущества.

Целью анализа бизнес-процессов является оптимизация работы компании, повышение ее эффективности и конкурентоспособности. Это достигается путем выявления проблем и недостатков в работе, а также разработки мер по их устранению. Также анализ бизнес-процессов помогает определить наиболее перспективные направления развития компании и выбрать наиболее эффективные методы управления.

Функциональное информационное моделирование (ФИМ) – это процесс создания модели информационной системы, которая отражает ее функциональность и взаимодействие с другими системами. Одним из наиболее распространенных методов ФИМ является IDEF (Integrated DEFinition), который представляет собой набор стандартов и методик для создания функциональных моделей.

Рассмотрим этапы строительства объекта капитального строительства.

IDEFO (Function Modeling) – метод, который используется для описания основных функций системы и их взаимодействия. IDEF1 (Information Modeling) – метод для описания информационных потоков в системе и их взаимосвязи. IDEF2 (Simulation Model Design) – метод для создания имитационных моделей систем. IDEF3 (Process Description Capture) – метод для документирования процессов и их характеристик.

Преимущества ФИМ IDEF0. Улучшение понимания системы: ФИМ позволяет наглядно представить функциональность системы и ее взаимодействие с другими компонентами. Это помогает понять, как система работает и какие проблемы могут возникнуть.

Стандартизация описания: ФИМ использует стандартизированные методики и терминологию, что облегчает понимание моделей и их сравнение. Поддержка принятия решений: ФИМ помогает принимать решения о том, какие функции следует добавить или удалить из системы, а также как улучшить взаимодействие между различными компонентами.

После утверждения проекта начинается этап подготовки к строительству. На этой стадии проводятся земляные работы, осуществляется прокладка инженерных коммуникаций и подготовка строительной площадки. Затем начинается непосредственно строительство объекта, которое включает в себя возведение несущих конструкций, монтаж ограждающих элементов и установку инженерных систем.

Завершающим этапом является сдача объекта в эксплуатацию. На этом этапе проводятся испытания всех систем здания, проверяется соответствие объекта требованиям строительных норм и правил, а также оформляется необходимая документация. После сдачи объекта в эксплуатацию начинается его эксплуатация и обслуживание. То есть, проект разрабатывается для согласований.

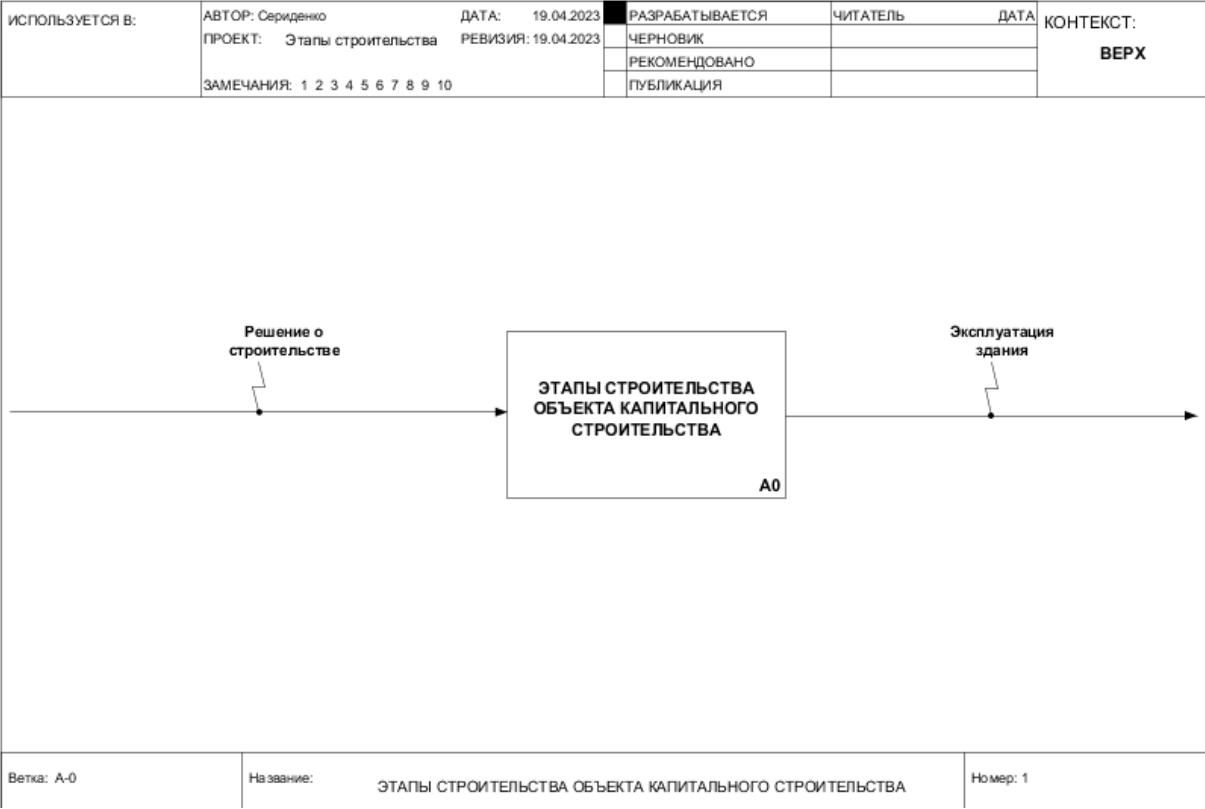


Рисунок 1. Этапы строительства (Ramus)

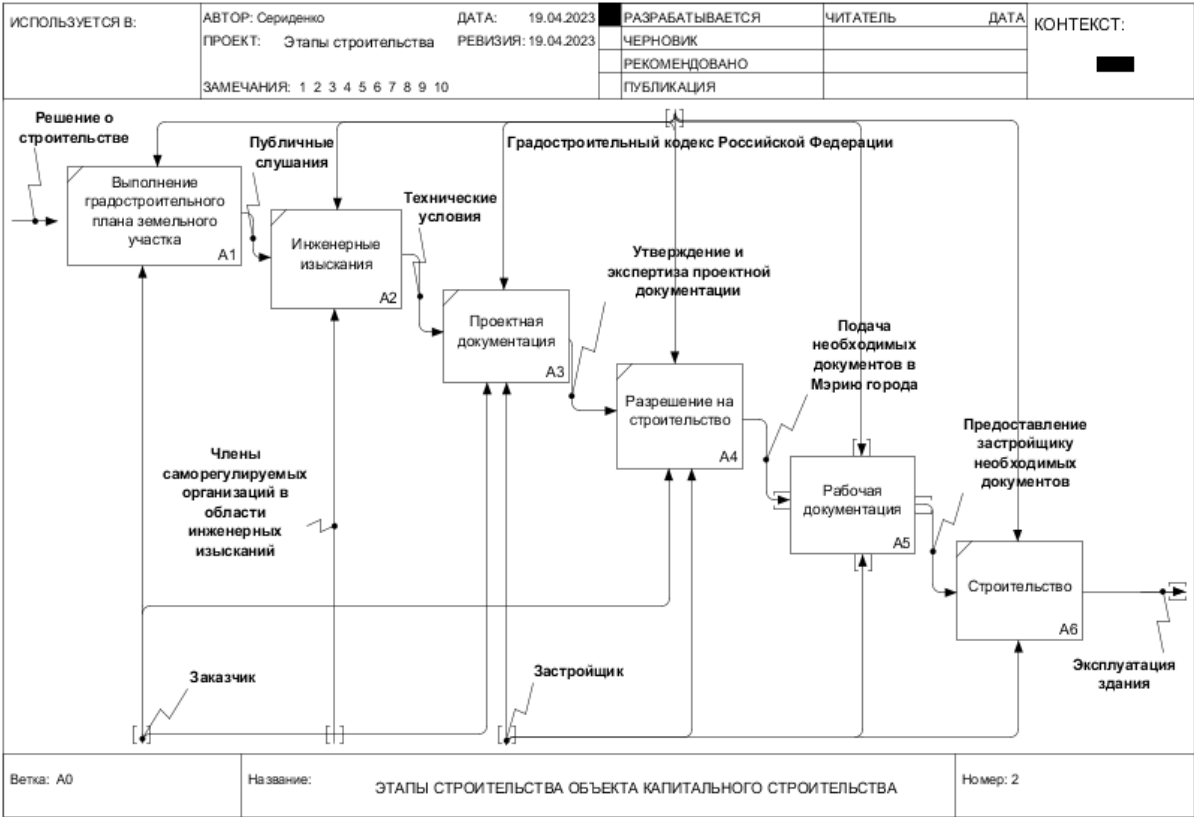


Рисунок 2. Этапы строительства (Ramus)

Строительство любого объекта начинается с идеи. На этом этапе важно определиться с назначением здания, его размерами и требованиями к качеству работ. Затем следует этап проектирования, на котором разрабатывается техническая документация и выбирается оптимальный вариант реализации проекта. На рисунке 3 смоделирован процесс формирования рабочей документации.

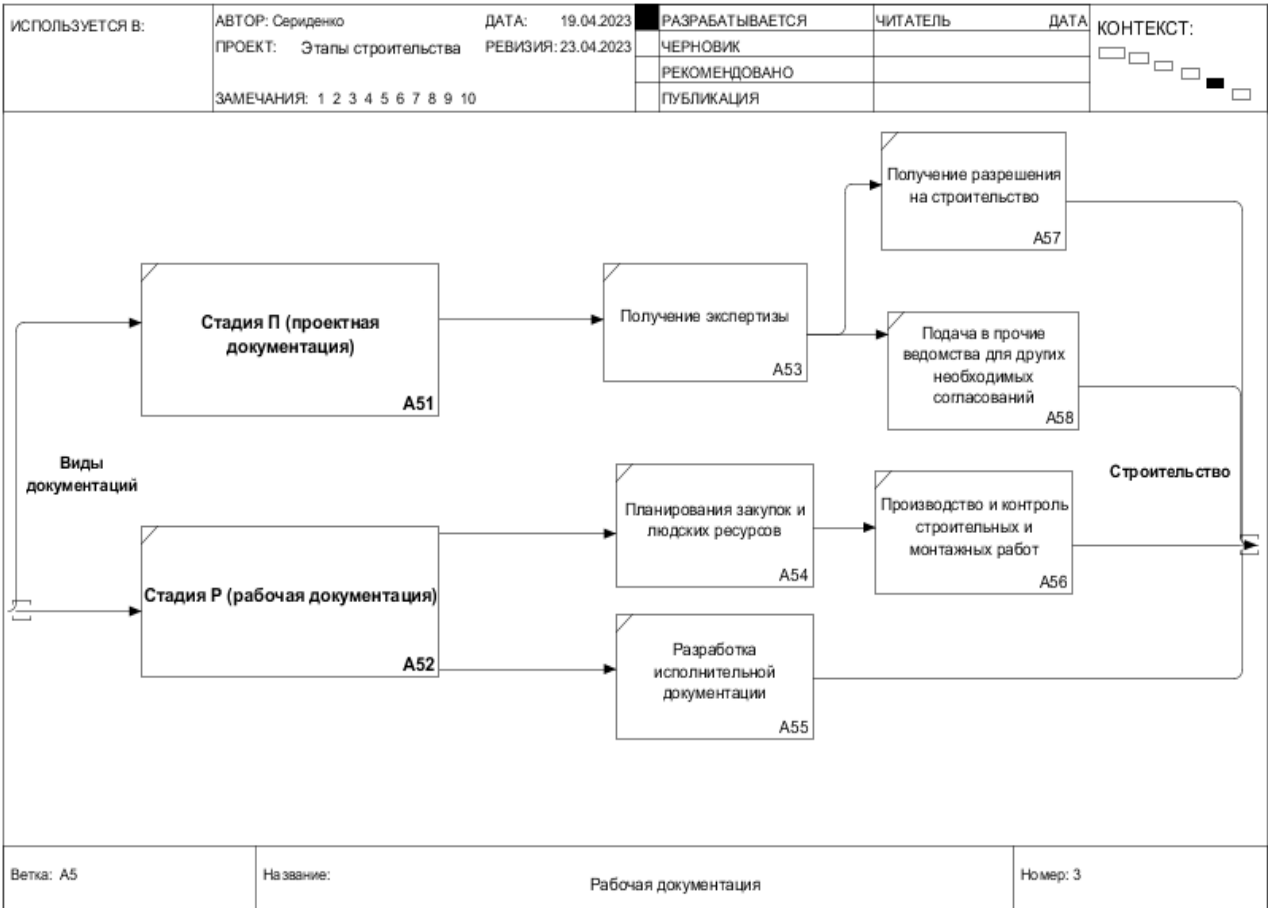


Рисунок 3. Этап «Рабочая документация» (Ramus)

По окончании строительства объекта выдаётся разрешение на ввод в эксплуатацию – документ, подтверждающий соответствие построенно/реконструированного объекта проектной документации, а также разрешению на строительство, градостроительному плану и разрешенному использованию земельного участка, и прочим требованиям. Эксплуатация здания. В первую очередь отметим, что любое здание или сооружение должно эксплуатироваться в строгом соответствии с его назначением (разрешенным использованием) и проектной документацией, с периодическим проведением эксплуатационного контроля, технического обслуживания и текущего ремонта. В ином случае эксплуатация объекта может быть приостановлена.



Рисунок 4. Бизнес-процессы верхнего уровня

На рисунке 4 применен метод моделирования верхнего уровня. Метод моделирования верхнего уровня (также известный как метод UML) представляет собой подход к созданию визуальных моделей, которые описывают основные функции и взаимодействия между различными элементами системы или процесса. Этот метод является одним из ключевых инструментов в области разработки программного обеспечения и управления проектами, позволяя разработчикам и менеджерам создавать подробные схемы, иллюстрирующие структуру и поведение системы.

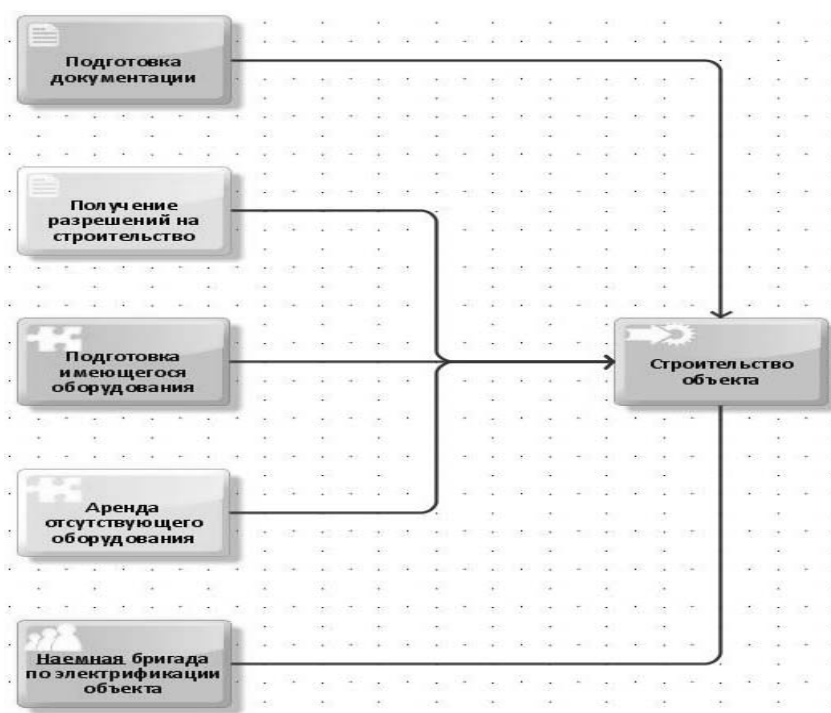


Рисунок 5. Вспомогательные процессы (ARIS Express)

Для дальнейшего анализа бизнес-процессов компании проведем анализ существующей архитектуры предприятия. Анализ предприятия включает себя ряд операций по исследованию деятельности выбранного предприятия. Зачастую он направлен на выявление сильных и слабых черт фирмы, которые в последствии будут решаться предложенными методами. Существует несколько видов анализа предприятия: финансовый, анализ хозяйственной деятельности предприятия (микроэкономические анализы), а также анализ экономической деятельности (макроэкономический анализ).

Вспомогательными процессами являются подготовка полной документации для строительства, подготовка имеющегося оборудования, оформление аренды отсутствующего оборудования, наем бригады по электрификации объектов.

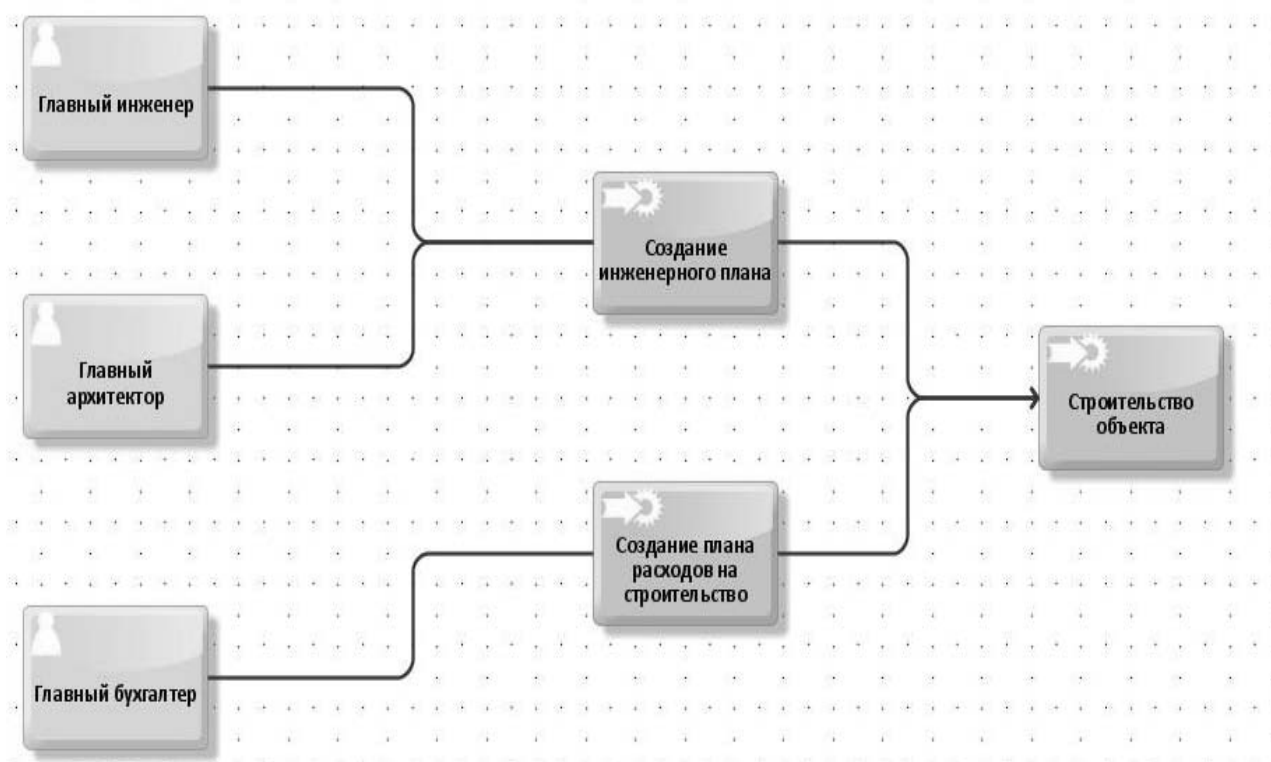


Рисунок 6. Управляющие процессы (ARIS Express)

Процессами управления являются инженерный (строительный) план объекта, который составляется главным инженером и главным архитектором. В нем имеются все необходимые для строительства расчеты, необходимая техника и этапы строительства. Именно благодаря созданию данного плана и осуществляется дальнейшее строительство.

Анализ бизнес-процессов позволяет проанализировать не только, как работает предприятие в целом, как оно взаимодействует с внешними организациями, заказчиками и поставщиками, но и как организована дея-

тельность на каждом отдельно взятом рабочем месте. Главной целью анализа предприятия было выявление текущих проблем и предложение вариантов по их устранению и усовершенствованию бизнес – процессов предприятия.

Необходимость применения анализ к обуславливает постоянное усложнение уже существующих бизнес – процессов, производственно – технических и организационно – экономических систем с целью совершенствования и улучшения функционирования и повышения эффективности деятельности предприятия. В настоящий момент времени, эта проблема является актуальной с появлением автоматизированных систем производства и компьютеризированных учетов деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Долганова О.И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для вузов / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова; под редакцией О.И. Долгановой. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 289 с.
2. Каменнова М.С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / М.С. Каменнова В.В. Крохин, И.В. Машков. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 282 с.
3. Каменнова М.С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / М.С. Каменнова, В.В. Крохин, И.В. Машков. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 228 с.

УДК 004.9

РАЗРАБОТКА УЧЕБНОГО МАКЕТА ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ ПРОГРАММИРОВАНИЮ НА МИКРОКОНТРОЛЛЕРЕ ARDUINO UNO

Тараканов Д.В. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Пономарев С.В., к. ф.-м. н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе описана работа учебного макета для практического обучения программированию на микроконтроллере Arduino Uno.

Ключевые слова: микроконтроллер Arduino UNO, Arduino IDE, C++, Python, учебный макет.

DEVELOPMENT OF A TRAINING LAYOUT FOR PRACTICAL TRAINING PROGRAMMING ON THE ARDUINO UNO MICROCONTROLLER

Tarakanov D.V. Bachelor of the 3rd year

*Scientific supervisor: S.V. Ponomarev, Ph.D., Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper describes the work of a training layout for practical programming training on an Arduino Uno microcontroller.

Keywords: Arduino UNO microcontroller, Arduino IDE, C++, Python, educational layout.

Жизнь современного человека в быту и в повседневной деятельности в настоящее время невозможно представить без использования микроконтроллеров. Они используются практически во всей современной радиоэлектронной аппаратуре. По программам, которые записаны в микроконтроллерах, работают многие устройства, используемые в быту (телевизоры, микроволновые печи, компьютеры и т.д.). На производстве, в промышленности и на транспорте они используются для управления различными технологическими процессами.

Существует множество видов микроконтроллеров на различных платформах. Но самой простой для первоначального обучения является использование микроконтроллерной платформы Arduino и модуля Arduino Uno.

Для программирования используется интегрированная среда Arduino IDE.

Все основные проекты на платформе Arduino делаются с использованием макетных плат и могут рассматриваться как теоретические и оторванные от реальной практики. Для практического применения был выбран часто в настоящее время используемый на практике и реализуемый в различных исполнениях «Умный дом».

Умный дом (англ. *smart home*) – система домашних устройств, способных выполнять действия и решать определенные повседневные задачи без участия человека.

Цель разработки проекта макета:

практическое использование микроконтроллеров на основе платформы Arduino в учебном макете «Умный дом».

Задачи разработки учебного макета:

- изучить электронный конструктор Arduino и возможность подключения различных датчиков, сенсоров;

- изучить среду программирования Arduino IDE, язык C++ и запрограммировать датчики и сенсоры;
- спроектировать модель «Умный дом», встроив автоматическую систему контроля и управления;
- проанализировать работоспособность датчиков, сенсоров, светодиодов [1].

При изучении программирования на микроконтроллерах с использованием платформы Arduino есть множество различных пособий и программ по обучению. Но применение на практике вызывает на начальном этапе множество трудностей.

Разработанный учебный макет для практического обучения программированию на микроконтроллере Arduino может использоваться в качестве учебного пособия для учителя ИКТ при дополнительном образовании по программе информатики во внеурочное время. Также для учебных заведений, изучающих программирование на микроконтроллерах с использованием языка программирования C++ и Python.

В проекте «Умный дом» используется макет дома, состоящий из прихожей, кухни и ванной с установленной мебелью. В доме в различных местах размещены 5 датчиков, с которых поступают данные различных видов на микроконтроллер Arduino Uno [2].

По программе, загруженной в микроконтроллер Arduino Uno, происходит выполнение различных вариантов реагирования на изменение ситуации в доме.

1. Исходное положение. Входная дверь закрыта, горит зеленый светодиод над входной дверью. При открывании входной двери с «Датчика открытия двери» поступает сигнал в Arduino Uno. Работая по загруженной программе, Arduino Uno выдает сигнал для выключения зеленого светодиода и включения красного светодиода над входной дверью.

2. При наличии движения в прихожей происходит срабатывание «Датчика движения Pir Pin», и в Arduino Uno поступает цифровой сигнал. Работая по программе, Arduino Uno выдаёт управляющий сигнал на реле 2 (relay2) для включения «Визуального сигнализатора срабатывания датчика движения» (красная LED лента) в прихожей.

3. Установленный в кухне «Датчик газа MQ-135» производит измерение уровня загазованности в воздухе. Значения с «Датчика газа MQ-135» поступают на Arduino Uno и сравниваются с заданным пороговым уровнем. При превышении порогового уровня Arduino Uno выдаёт управляющий сигнал на реле 1 (relay1) для включения «Визуального сигнализатора превышения допустимой концентрации газов» (красная LED лента) и включения «Вентилятора удаления вредного воздуха» из помещения кухни.

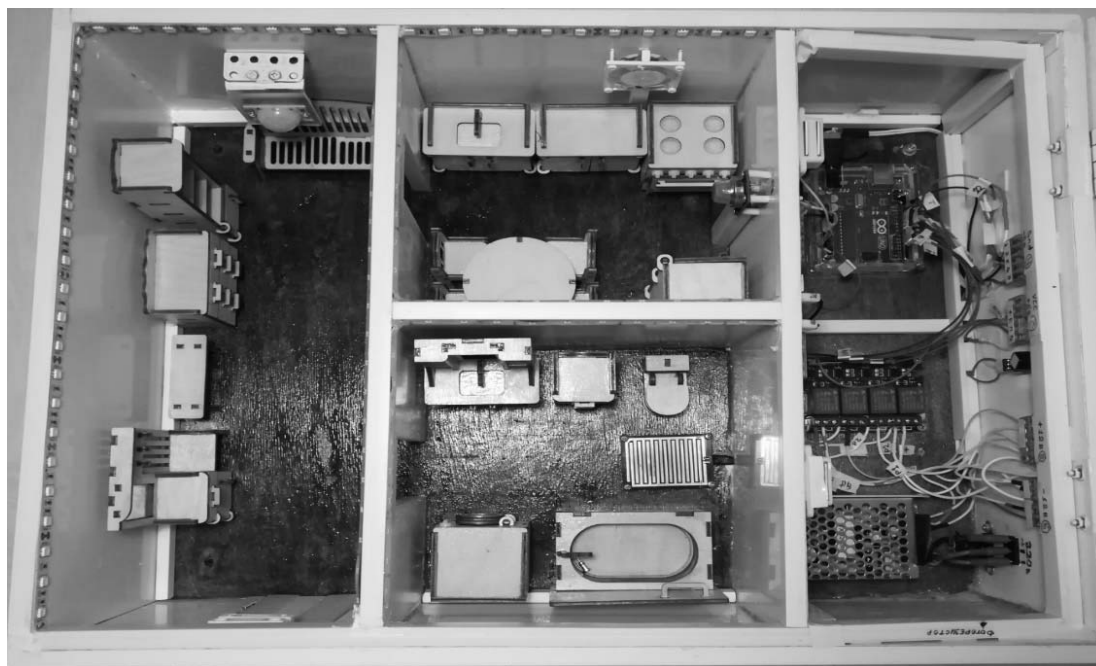


Рисунок 2. Общий вид макета

Для работы макета в среде разработки Arduino IDE была написана основная программа работы «Умного дома». Блок-схема работы алгоритма программы представлена на рисунке 3.

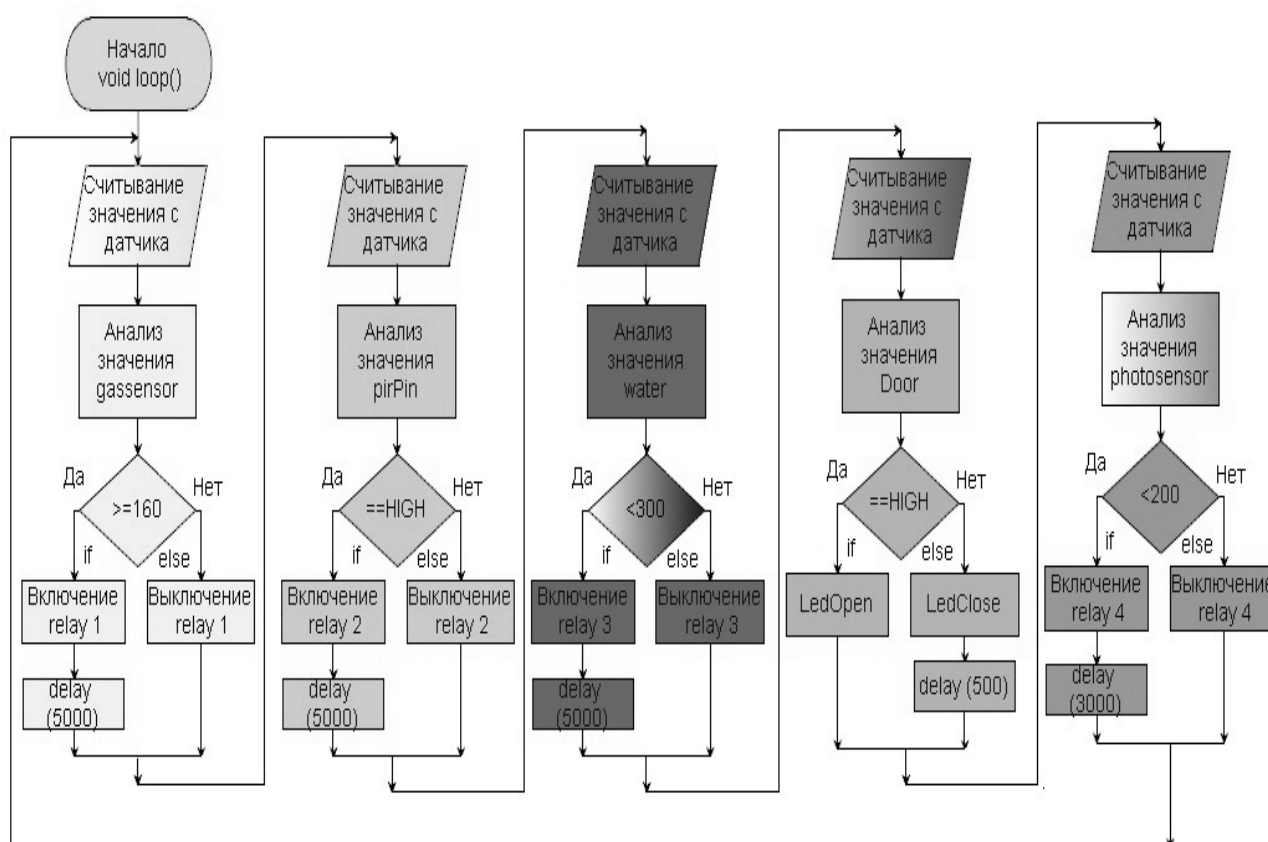


Рисунок 3. Блок-схема работы алгоритма программы

Для настройки работы основной программы были написаны программы для проверки и настройки датчиков макета. Эти программы предназначены для корректной работы основной программы. Для точной установки значений параметров. Также программы могут использоваться в процессе изучения программирования для Arduino [3].

Перечень программ для настройки датчиков проекта:

1. Программа проверки и калибровки фоторезистора;
2. Программа проверки датчика движения;
3. Программа проверки калибровки датчика газа MQ-135;
4. Программа проверки и калибровки датчика протечки воды;
5. Программа проверки реле;
6. Программа проверки датчика открытия двери.

Итогами этой работы являются:

1. Разработан и практически построен макет;
2. Разработаны программы для работы макета;
3. Была произведена проверка и калибровка датчиков макета. Подтвердившая выполнение всех поставленных задач разработки и практического применения макета в качестве учебного пособия для практического обучения программированию на микроконтроллере Arduino Uno.

Библиографический список

1. Бачинин А., Панкратов В., Накоряков В. Основы программирования микроконтроллеров: Учебно-методическое пособие к образовательному набору по микроэлектронике набора «Амперка»: Издательство «Экзамен», 2017. 184 с.
2. Соммер У. Программирование микроконтроллерных плат Arduino/Freeduino. СПб.: БХВ Петербург, 2012. 256 с.

ИННОВАЦИИ В ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ КАК ДРАЙВЕР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

УДК 658.3.07

СОЗДАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ШКОЛЫ С ЦЕЛЮ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ

Гуржева И.В. студентка 2-го курса.

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент,
профессор кафедры «Финансы и кредит»
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга.*

Аннотация: в данной статье рассматривается одна из важных задач современного образования – формирование финансовой грамотности школьников. Автор объясняет значимость владения основами экономических знаний гражданами страны. Отмечает необходимость создания системы финансового образования с целью формирования финансовой грамотности школьников рассматривает основные пути реализации данной системы на всех уровнях школьного обучения. Характеризует структурные особенности системы. Называет показатели, которые служат для оценки эффективности работы данной системы. Результатом создания в школе системы формирования финансовой грамотности является приобретение школьникам навыков принятия грамотных финансовых решений, что в будущем сможет помочь им добиться успехов в организации собственного бизнеса, быть финансово самостоятельными.

Ключевые слова: финансовая грамотность, система образования, система финансового образования.

CREATION OF THE SCHOOL'S EDUCATIONAL SYSTEM IN ORDER TO FORMATION OF FINANCIAL LITERACY OF SCHOOLCHILDREN.

Guryeva I.V. 2nd year student.

*Supervisor: Kostina O.I., K.E.N., Associate Professor,
professor of the Department of Finance and Credit
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga.*

Abstract: this article discusses one of the important tasks of modern education - the formation of financial literacy of schoolchildren. The author explains the importance of owning the basics of economic knowledge by citizens of the country. Notes the need to create a system of financial education in order to form financial literacy of schoolchildren. Considers the main ways of implementing this system at all levels of school education. Characterizes the structural features of the system. Names the indicators that serve to evaluate the effectiveness of this system. The result of the creation of a financial literacy system at the school is the acquisition of skills for students to make competent financial decisions, which in the future will be able to help them achieve success in organizing their own business, be financially independent.

Keywords: financial literacy, education system, financial education system.

Одной из важных задач современного образования является «формирование у школьников способности успешной социализации в обществе и активной адаптации на рынке труда» [9], которая подразумевает правильное распоряжение финансами и умение совершать разные финансовые операции.

Способность грамотно распоряжаться своими финансами не передается по наследству, а приобретается в процессе формирования правильных привычек, представлений и ценностей. [2] Часто можно встретить молодых людей, которые неправильно относятся к деньгам, не умеют управлять личными доходами и расходами, не могут планировать собственный бюджет, бюджет своей семьи. Они активно пользуются банковскими услугами, совершают кредитно-финансовые операции, при этом часто попадаются на маркетинговые уловки торговых розничных сетей и производителей рекламы. Недостаточное финансово-экономическое воспитание также проявляется в завышенных материальных потребностях, в незапланированных тратах, в том, что ради получения незначительной прибыли они поддаются обману аферистов и мошенников.

С целью формирования у большинства граждан ключевых компетенций финансовой культуры, способствующих их личному финансовому благополучию, их семьи и обществу в целом, Правительство утвердило Стратегию повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. Планируется, что к 2030 году обучающиеся всех школ и колледжей будут получать базовые знания по финансовой грамотности. А так же, в каждом субъекте будут созданы центры финансовой грамотности и информационные ресурсы для получения качественной информации о финансовой инфраструктуре. Мероприятия Стратегии должны затронуть все возрастные группы и категории населения. Основ-

ными направлениями ее реализации станут информационно-просветительская и образовательная деятельность, подготовка специалистов по финансовой грамотности, взаимодействие с бизнесом и финансовыми организациями [7].

На территории Калужской области в целях определения приоритетов, механизмов повышения финансовой грамотности населения, в том числе путем содействия решению задач в сфере государственного управления, создания системы финансового образования и информирования в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг в Калужской области действует Региональная программа «Повышение уровня финансовой грамотности населения Калужской области на 2019 - 2023 годы» [6].

Под финансовой грамотностью понимается «совокупность знаний, навыков, умений и установок в финансовой сфере и личностных социально-психологических характеристик, сформированность которых определяет способность и готовность человека продуктивно выполнять различные социально-экономические роли: домохозяина, инвестора, заемщика, налогоплательщика и т.д. Финансовая грамотность определяет уровень финансовых взаимоотношений учащегося с социумом и является составной частью его социальной компетентности» [1].

В обучении финансовой грамотности подрастающего поколения главная роль отводится образовательным структурам. Начиная с первого класса школы, у детей формируются социально-экономическая ответственность, способности к саморазвитию, приобретаются мыслительно-аналитические способности, и повышается их ответственность за свои поступки. Поэтому в школе должна быть создана система финансового образования.

Система образования – это совокупность элементов, которые формируют и организуют единый и целенаправленный образовательный процесс [4], следовательно, система финансового образования – это совокупность элементов, направленных на организацию процесса обучения по формированию финансовой грамотности.

Создание системы финансового образования основывается на теории развивающего обучения Л.С.Выготского, согласно которой «знания являются не конечной целью обучения, а средством развития учащихся» [3]; на принципах системно-деятельностного подхода; на технологии развития критического мышления, способствующей развитию аналитических и мыслительных навыков, в основе которой лежат труды Д. Стила, К. Мередита и Ч. Темпла[8]; на принципах личностно-ориентированного обучения, предложенных И.С. Якиманской [3], в основе которых лежит идея о личностном самопознании, саморазвитии и самореализации.

Данная система может быть реализована на всех уровнях школьного обучения. Основные направления и пути реализации рассмотрены в таблице № 1.

Таблица 1. Основные направления и пути формирования финансовой грамотности школьников

Уровни обучения	Направление	Пути реализации
начальное общее обучение	ознакомительное (формирование у младших школьников представлений о денежных отношениях, развитие интереса к изучению экономики, знакомство с профессиями в экономической сфере)	включение в учебные программы математики, окружающего мира, русского языка и технологии, занятий по финансовой грамотности, организация курсов внеурочной деятельности («Путешествие в страну финансов»)
основное общее обучение	метапредметная интеграция (усиление межпредметных связей, получение школьниками знаний об основных экономических системах, категориях и законах, об экономических отношениях, происходящих в современном мире с активным использованием ИКТ)	модули по финансовой грамотности включаются в курсы русского языка, математики, технологии, обществознания, истории, географии, информатики и ИКТ, иностранного языка; проводятся курсы внеурочной деятельности («В мире финансов», «Азбука финансов») экономической направленности
среднее общее обучение	профильное (формирование у старшеклассников навыков анализа различных экономических ситуаций, знаний о закономерностях развития экономики на микро- и макроуровнях, умения характеризовать и объяснять процессы, происходящие в современной мировой экономике, умения ориентироваться на финансовом рынке)	включение в учебный план курса экономики в классах социально-экономического профиля, а также организация курсов внеурочной деятельности экономической направленности («Основы финансовой грамотности», «Теория экономики», «Основы микроэкономики» др.).

Структурные особенности системы включают в себя элементы организационно-управленческой деятельности: работу с педагогическим коллективом, работу с родителями и работу с учениками (рис. 1).

Организационно – управленческая деятельность осуществляется через проведение курсовой переподготовки учителей, интеграцию элементов финансово-экономического образования в учебные курсы; разработку системы работы образовательного учреждения по обучению финансовой грамотности; разработку материалов для проведения диагностики реализации программы финансовой грамотности; проведение семинаров, обучающих педсоветов по финансовой грамотности для педагогов школы; осуществление мониторинга и корректировка деятельности учителей по реализации финансового образования.

Сотрудничество с родителями подразумевает проведение лекториев, конференций, организацию занятий совместно с родителями, выполнение семейных проектов.



Рисунок 1. Система финансового образования МКОУ СОШ № 1 г. Козельск Козельского района Калужской области

В работе с учениками выделяются следующие направления работы: курсы по финансовой грамотности, предметные недели, квесты по финансовой грамотности, практико-ориентированные экономические игры, экскурсии на производства и в банк, осуществление проектной деятельности, сетевое взаимодействие, проведение конкурсов, викторин и олимпиад, дискуссии, написание статей, очерков, составление экономических задач, деловые встречи со специалистами финансовой сферы.

Оценка эффективности работы данной системы проводится по таким показателям как:

- повышение уровня финансовой грамотности всеми участниками образовательного процесса;
- повышение качества образования учащихся по общественным дисциплинам на всех уровнях обучения;
- увеличение числа школьников, принимающих участие в научно-практических конференциях, предметных олимпиадах из области общественных наук;
- осознанный выбор профиля обучения на уровне среднего общего образования;
- умение выпускников определиться с выбором профессии, реализовать собственные замыслы и ориентироваться в современных тенденциях рынка труда;
- увеличение доли выпускников, поступающих в экономические вузы.

Создание в школе системы формирования финансовой грамотности позволяет школьникам приобретать навыки принятия грамотных финансовых решений, что в будущем сможет помочь им добиться успехов в организации собственного бизнеса, быть финансово независимыми. Так же у школьников формируются умения анализировать ситуацию и предвидеть финансовые риски, появляются навыки управления личными финансами, планирования личного бюджета, что, в свою очередь, помогает им успешно ориентироваться в банковской среде и финансовых сделках. Обучение финансовой грамотности мотивирует учеников к труду, формирует у них ответственность за собственное финансовое благополучие, благополучие своей семьи и своей страны, способствует самоопределению учащихся в жизни, повышает их социальную значимость, и является актуальным с точки зрения как подготовки квалифицированных кадров, так и для личностного развития ученика.

Рассмотренная система успешно реализуется на базе МКОУ СОШ № 1 г. Козельск Козельского района Калужской области уже много лет. Выпускники школы на протяжении многих лет становятся студентами ведущих экономических вузов страны.

Библиографический список

1. Брехова Ю. В. Финансовая грамотность: методические материалы для учителя, 10–11 классы / Ю.В. Брехова, А.П. Алмосов, Д.Ю. Завьялов. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2015.
2. Гребенников О.В. Актуальные вопросы экономического образования в школе // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.
3. Зимняя И. А. Педагогическая психология: учеб. пособие. Ростов н/Дону: Феникс, 1997. С. 250–283.
4. Образовательные системы современной России. Справочник. М.: РГГУ, 2014. 496 с.
5. Основы финансовой грамотности в школе: сборник методических и дидактических материалов для общеобразовательных организаций / сост. С.Н. Сидоркина; под ред. М.В. Чеченковой. Калуга: Калужский государственный институт развития образования, 2019. 106 с.
6. Постановление Правительства Калужской области от 29.12.2018 № 836 (ред. от 29.10.2020) «Об утверждении региональной программы Калужской области «Повышение уровня финансовой грамотности населения Калужской области на 2019–2023 годы» (с изменениями на 29 марта 2023 года) (в ред. Постановлений Правительства Калужской области от 10.01.2020 № 6, от 29.10.2020 № 825, от 30.12.2021 № 961, от 29.03.2023 № 207) – URL:<https://docs.cntd.ru/document/>(дата обращения: 19.10.2023).
7. Проект распоряжения Правительства Российской Федерации об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. URL: https://minfin.gov.ru/document/?id_4=303565&ysclid=lohgddfivw (дата обращения: 13.10.2023).
8. Развитие критического мышления на уроке: пособие для учителей общеобразовательных учреждений / С.И. Заир-Бек, И.В. Муштавинская. М.: Просвещение, 2011.
9. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон №273-ФЗ: принят Госдумой 21 декабря 2012 года: одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 года. URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 11.10.2023).

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ERP И ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КРУПНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Демичева Е.А., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент кафедры
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: в работе рассказывается о способах усовершенствования работы крупных производственных предприятий с помощью современных разработок в области бухгалтерского учета, а также о стоимости их внедрения.

Ключевые слова: облачная бухгалтерия, ERP, автоматизация, 1С:Предприятие, 1С:Предприятие 8. ERP Управление предприятием 2.

PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF ERP AND CLOUD TECHNOLOGIES IN LARGE MANUFACTURING ORGANIZATIONS

Demicheva E.A., bachelor of the 3rd year

*Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics,
Associate Professor of the Department
Kaluga Branch of the University of Financial, Kaluga*

Annotation: the paper describes ways to improve the work of large manufacturing enterprises with the help of modern developments in the field of accounting, as well as the cost of their implementation.

Keywords: cloud accounting, ERP, automation, 1С:Enterprise, 1С:Enterprise 8. ERP Enterprise Management 2.

Под бухгалтерским учётом понимается упорядоченная система сбора регистрации и обобщения информации, которая измеряется в денежном выражении о состоянии имущества, обязательствах и капитале предприятия, а также их изменениях благодаря непрерывному документальному отражению всех хозяйственных операций.

С развитием всех сфер жизнедеятельности человека развивались и информационные технологии. В современных условиях использование цифровых технологий стало неотъемлемой частью абсолютно каждого человека. На данный момент цифровизация коснулась абсолютно всех.

В настоящее время уже стало невозможным найти какую-либо сферу жизни, которая может существовать без информационных технологий.

Все большее их развитие дает возможность людям пользоваться какими-либо услугами, не выходя из собственного дома. Одновременно с уже существующими информационными технологиями разрабатываются более адаптированные под современный мир программы, значительно облегчающие ведение бизнеса за счет увеличения эффективности и снижения издержек.

Ежегодно в стране выходят все новые и новые разработки, касаемые бухгалтерского учёта, способные совершенствовать его ведение и делать в разы надёжнее, быстрее и проще. Разрабатываются различные программы, которые способны оптимизировать ведение учёта не только на малых предприятиях, но и на крупных многопрофильных предприятиях.

Важнейшей разработкой современности в области бухгалтерии является комплекс бухгалтерских программ, которые находятся в ПК и предназначены для работы через доступную сеть Интернет, который называется облачной бухгалтерией. Она является одной из новейших разработок в области бухгалтерского учета, позволяющая упростить работу.

Сервис облачной бухгалтерии является самым простым вопросом, касающийся сдачи отчётности в ФНС. Программа позволяет автоматизировать процесс передачи фискальных данных на сервер налоговой.

На многих предприятиях фискальный учёт является важной, проблемой, которой несомненно требует внедрения новых разработок, чтобы исключить допущение всевозможных ошибок. Также это способствует точному расчёту сумм всех налогов, сборов, заработных плат, а также сопровождать все расчетно-кассовые операции.

Ведение налогового учёта в облачном сервисе поможет крупным предприятиям вовремя сдавать всю необходимую отчётность в налоговую, благодаря уведомлениям системы о выполнении этой задачи, что также поспособствует решить проблему просроченных сроков сдачи отчётности.

Также проблемой крупных предприятий являются медленные операционные решения, которые также можно усовершенствовать, внедрив облачный сервис.

Одним из лучших решений этих проблем является сервис облачной бухгалтерии 1С:Предприятие, который поможет организации быстро и правильно вести учёт, а также оптимизировать работу не только бухгалтерии, но и всего предприятия.

Автоматизация поможет усовершенствовать деятельность не только внутри организации, что является важнейшей составляющей, но и позволит наладить взаимодействие с покупателями и заказчиками, а также инвесторами и партнёрами. Также у организации высвободятся ресурсы, которые раньше тратились на выполнение стандартных задач.

Стоимость полного пакета вместе с лицензией для организации будет примерно составлять 1798600 рублей, где стоимость пакета «1С: Предприятие 8» составляет 22 600 рублей, а стоимость клиентской лицензии на 500 работников, использующих программное обеспечение, составляет 1776000 рублей.

В нашей стране компания 1С также разработала систему «1С: Предприятие 8. ERP Управление предприятием 2».

Система планирования ресурсов предприятия или ERP определяется как программное обеспечение, которое способно оптимизировать основные бизнес-процессы и управлять ими для достижения хорошей производительности.

Система ERP превосходит любые другие сервисы, потому что она способна обрабатывать большие объёмы данных, способна упорядочивать большой объем информации в одном месте и предоставлять по ним наглядные отчёты, а также в ней снижается процент ошибок за счёт того, что некоторые функции выполняются автоматически и человеческий фактор больше не может на него повлиять.

Приобретая за свой счёт систему, организация инвестирует не только в собственное развитие, но и способствует возможному увеличению прибыли.

Стоимость программного продукта «1С:ERP Управление предприятием 2» составляет 432000 рублей, а дополнительная клиентская лицензия, приобретаемая вместе с ним на 500 рабочих мест составляет 2966000 рублей, а также сервера, стоимостью 157410 рублей, поэтому организации, при приобретении полного пакета необходимо потратить 3549410 рублей.

Стоимость покупки этого продукта гораздо выше, чем предыдущего, однако, как уже упоминалось, ERP система не только охватывает весь спектр возможностей системы 1С: Предприятие, но и расширяет его, а также добавляет новые возможности. Поэтому несмотря на высокую цену последнего продукта крупным промышленным предприятиям необходимо приобретать именно его, чтобы решать проблемы, существующие в организации на данный момент.

Важно отметить, что только покупкой хорошей системы крупные предприятия не могут обойтись, необходимо её внедрение в организацию.

Для каждого покупателя стоимость внедрения ERP варьируется в зависимости от размера бизнеса. Так крупное предприятие в среднем может потратить на внедрение системы от 20000000 рублей до 1000000000 рублей (в теории).

Фактическая стоимость программного обеспечения ERP (лицензия) – это только часть внедрения. Большая часть затрат уходит непосредственно на сам процесс автоматизации бизнеса.

Состав затрат в процентном соотношении представлен в таблице 1.

Таблица 1. Что входит в стоимость внедрения «1С: ERP Управление предприятием 2»?

Состав цены внедрения	Процентное Отношение от суммы внедрения
Стоимость лицензий	От 5% до 15%
Лицензии на системы управления базой данных	От 5% до 10%
Затраты на инфраструктуру	От 10% до 20%
Услуги интегратора	От 40% до 60%

На стоимость лицензии влияют такие факторы как:

- количество пользователей, то есть чем больше пользователей должно получить доступ на лицензирование к ERP, тем дороже затраты на него;

- отрасль организации, то есть функциональные дополнения, которые значительно расширят функционал «1С:ERP Управление предприятием 2», такие как «1С:Предприятие 8. ERP Управление предприятием 2»;

- количество филиалов и точек производства, то есть если в имуществе у организации есть несколько филиалов, то в соответствии с лицензионными правилами 1С могут понадобиться дополнительные лицензии.

Поэтому стоимость пакета вместе с лицензией составляет 3398000 рублей.

Лицензии системы управления базами данных также имеют немаловажное значение, самой популярной является Microsoft SQL Server стоимостью 1979527 рублей.

Как уже было сказано ранее, стоимость инфраструктуры «1С:ERP Управление предприятием 2» составляет 3549410 рублей и включает в себя стоимость оборудования к закупке.

Самый большой объем затрат организация расходует при внедрении системы ERP на услуги интегратора, потому что необходимо провести полную или частичную реструктуризацию бизнес-процессов организации и построение будущей ERP системы.

Исходя из всего этого, можем рассчитать сумму внедрения «1С:ERP Управление предприятием 2» в предприятие, вычисления которой представлены в таблице 2.

Таблица 2. Стоимость внедрения «1С:ERP Управление предприятие 2»

Состав цены внедрения	Тыс. руб.	Уд. вес. %
Стоимость лицензий	3398000	16,63
Лицензии на системы управление базой данных	1979527	9,69
Затраты на инфраструктуру	3549410	17,38
Услуги интегратора	11500836,46	56,3
Итого	20427773,46	100

Исходя из расчётов можно сделать вывод, что внедрение системы ERP обойдётся крупному промышленному предприятию в 20427773,46 рублей.

Важно отметить, что большой проблемой промышленных предприятий является еще и их предрасположенность к локальным решениям, которые помогают решить возможности облачной бухгалтерии.

Так, благодаря использованию технологий облачной бухгалтерии, на любом крупном промышленном предприятии появляется возможность оптимизации работы с активами. Становится возможным цифровое планирование бизнеса, а также внедрение аналитических технологий в процессы организации производства.

Потребность в оптимизации деятельности организации возникает тогда, когда финансовое положение компании начинает вызывать некоторые опасения. Когда эффективность предприятия как крупномасштабного многопрофильного производства перестаёт приносить стабильную прибыль.

Потребность компании в оптимизации определить просто, достаточно провести анализ основных экономических показателей организации и если исходя из этого видно, что в ней есть дефицит денежных средств, низкая платёжеспособность, просроченная кредиторская задолженность и низкая рентабельность.

Вариантом для оптимизации является переход на аутсорсинг, который подразумевает под собой передачу компании определённых функций другой компании, которая работает в качестве исполнителя и «предоставляет в аренду» собственных сотрудников.

Процесс аутсорсинга предполагает привлечение не просто специалистов другой компании, а квалифицированных специалистов для выполнения каких-либо важных для предприятия функций.

Благодаря внедрению аутсорсинга крупные промышленные предприятия могут решать множество внутренних проблем и выполнять поставленные задачи с помощью привлечённых извне специалистов. Задачи, которые могут решить компании благодаря аутсорсингу:

- поддерживать стабильный спрос на товары и услуги или повышать его;
- повышать качество сервиса и продукции;
- успешно выполнять функции, в которых не компетентны штатные сотрудники;
- поддерживать стабильный спрос на товары и услуги или повышать его.

Переход аутсорсинг заключается не только в привлечении более квалифицированных специалистов, чем они уже есть, но и в найме более «дешёвых» специалистов.

Экономия заключается в том, что организация, благодаря тому, что не сама нанимает персонал и платит за него все необходимые налоги и сборы, а как бы арендует его у другой компании в разы сокращает расходы на персонал. Потому что вместе с обязательными выплатами многих организациях предусмотрены различные льготы и социальные мотивации, на которые также необходимо затрачивать собственные ресурсы организации.

Для того, чтобы понять, куда именно необходимо ввести внешних специалистов руководство предприятия должно проанализировать его деятельность и обозначить самые проблемные точки, а затем обратиться в аутсорсинговую компанию.

Таким образом, обобщая все вышесказанное, можно сказать, что совершенствование учёта организации возможно с внедрением современных облачных технологий, которые в перспективе должны оказать положительное влияние на многие процессы деятельности крупных промышленных предприятий и иных организаций, но для достижения поставленной цели необходимо затратить определённые силы, время и ресурсы.

Библиографический список

1. Цены и порядок поставки [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://v8.1c.ru/price/>
2. Стоимость проекта по внедрению ERP-системы на производственном предприятии [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://itrp.ru/nashi-tseny/>

ИССЛЕДОВАНИЯ СНИЖЕНИЯ ДВИГАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ

Жирная О.В., доцент

*Матчинова Н.В., зав. кафедрой физического воспитания, доцент
Калужский филиал Российского государственного аграрного
университета Московской сельскохозяйственной академии
имени К.А. Тимирязева, Калуга*

Аннотация. Сделан анализ причин снижения двигательной активности студентов. Выявлены причины пропусков учебно-тренировочных занятий по физической культуре студентами на основе результатов анкетирования, а также факторы, предшествующие им.

Ключевые слова: студенты, физическая культура, двигательная активность, пропуски занятий, ответственность, здоровый образ жизни.

REASONS FOR THE DECREASE IN MOTOR ACTIVITY AND MISSIONS TO PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS CLASSES BY STUDENTS

Zhirnaya O.V., assistant professor

Matchinova N.V., head Department of Physical Education, assistant professor
Kaluga branch of the Russian State Agrarian University of the Moscow
Agricultural Academy named after K.A. Timiryazeva, Kaluga

Annotation. An analysis of the reasons for the decrease in students' physical activity was made. The reasons for students missing educational and training sessions in physical education, were identified based on the results of the survey, as well as the factors preceding them

Keywords: students, physical education, physical activity, absence from classes, responsibility, healthy lifestyle.

Основой физической культуры является двигательная деятельность, проявляющаяся в виде физических упражнений, которые позволяют формировать необходимые умения и навыки, оптимизировать состояние здоровья и работоспособность.

Двигательная активность – форма жизни, неотъемлемая часть здорового образа жизни, оказывающая влияние на все стороны жизнедеятельности человека. Приобретенные привычки к систематическим занятиям

физической культурой и спортом, физической активности могут сохраняться на протяжении всей жизни, тогда как более низкие ее уровни и излишне малоподвижное поведение могут провоцировать ряд хронических заболеваний, что является серьезной проблемой общественного здравоохранения. Физическая активность является важным фактором в обеспечении долгосрочных и краткосрочных результатов в отношении физического и психического здоровья.

Целью исследования является изучение первостепенных причин поведения студентов по отношению к занятиям физической культурой

Задачи исследования:

- проанализировать современные литературные источники по актуальным проблемам физической культуры студенческой молодежи;
- выявить методом анкетного опроса уважительные и неуважительные причины пропусков занятий по физической культуре студентов 1–3 курсов;
- обработать и оценить полученные результаты исследования;
- разработать рекомендации для студентов по изучению ценностей физической культуры, способствующих повышению посещаемости учебных занятий.

В настоящее время существует проблема низкой заинтересованности студентов в занятиях физической культурой и спортом, что способствует ухудшению здоровья [2]. Доказательством тому является ежегодный медицинский осмотр студентов 1 курса (табл.1).

Таблица 1. Итоги медицинского осмотра

Год	Всего студентов прошедших мед. осмотр	Распределение студентов по медицинским группам		
		основная	подготовительная	специальная
2019	152	118 (66,7%)	38 (21,5%)	22 (11,8%)
2020	134	110 (70,1%)	24 (15,3%)	22 (14,6%)
2021	149	116 (77,9%)	12 (8%)	19 (14,1%)
2022	118	71 (60,2%)	29 (24,5%)	18 (15,3%)
2023	91	64 (70,3%)	12 (13,2%)	15 (16,5%)

Снижение двигательной активности студентов, на наш взгляд, связано с несколькими причинами.

Во-первых, студенты знают о роли и значении физической культуры в жизни человека, но в тоже время, несознательно относятся к своему здоровью, не рассматривают свое здоровье как ценность, которое нужно сохранять и приумножать. По данным анкетирования все студенты считают занятия физической культурой и спортом важными и полезными, но в тоже время на вопрос «Ведете ли вы здоровый образ жизни?» утвердительно ответили 12% респондентов.

Анкетный опрос студентов показал, что в основном, обучающиеся вуза имеют положительный настрой на посещение обязательных занятий по физической культуре и спорту. Однако для некоторых студентов посещение занятий физической культурой все еще является добровольно-принудительным. Основным мотивом для посещения занятий является возможность сдать сессию вовремя.

По данным анкетирования 75% респондентов считают, что они дисциплинированно и ответственно посещают занятия по физической культуре. Однако четверть студентов ответили «нет». Можно сделать вывод, что студенты понимают важность посещения учебного занятия, но находят различные причины не делать этого.

На основании анкетирования студентов 1–3 курсов основными причинами пропусков занятий по дисциплинам «Базовая физическая культура» и «Базовые виды спорта» являются: «Проспал», «Плохо себя чувствовал», «Совмещению работу и учебу», «Лень», «Личные срочные дела».

На основании педагогического наблюдения, мы пришли к выводу, что большинство студентов систематически пропускающие занятия безответственно относятся к учебе. Как правило, имеют задолженности по дисциплинам, начиная с первого семестра. В тоже время, очень низкая успеваемость по дисциплине «Базовая физическая культура» в группах, где все студенты обучаются на договорной основе.

Во вторых, условия обучения в ВУЗе, которые проявляется, начиная с изменения образа жизни, бытовых условий и заканчивая изменением количества, качества и объема получаемой информации, оказывают психологическое давление на молодых людей. Под воздействием психологической нагрузки потребность в двигательной активности резко снижается [1]. Студенты все больше времени проводят за компьютером, ведут малоподвижный образ жизни. Особенно это прослеживалось в условиях пандемии Covid-19 [4].

Кроме этого, многие студенты, помимо учебы, подрабатывают в вечернее время, что сказывается на их режиме дня. Таким образом, посещение занятий физической культурой и спортом минимизируется.

В-третьих, большинство студентов, отнесенных по состоянию здоровья в специальную медицинскую группу, на период обучения в школе были

освобождены от занятий физической культурой. Ряд студентов, ограничение в физической нагрузке, на основании медицинского заключения, воспринимают как запрет на любую двигательную активность. В результате снижается мотивация к занятиям физическими упражнениями [3].

В-четвертых, студенты первокурсники приходят в вуз с разным багажом знаний, умений и навыков, которые были заложены в школе и семье. У части студентов 1 курса до обучения в ВУЗе уже сложилось негативное отношение к физической культуре. По данным опроса только у 27% студентов 1 курса посещали спортивные секции и 12% респондентов ответили, что кто-либо из семьи занимается физической культурой и спортом.

В-пятых, в Калужском филиале РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева обучаются студенты преимущественно из сельской местности. Уровень и уклад жизни на селе коренным образом отличается от городского образа жизни. Организация культурно-массовой работы, мотивация личности к занятиям физической культурой находится на более низком уровне. Удаленность от города значительно снижает коммуникативные и информационные возможности в организации свободного времени сельских жителей, физкультурно-оздоровительные услуги находятся на низком уровне или вообще отсутствуют. Следовательно, гораздо сложнее реализовать свои возможности и организовать двигательную активность посредством занятий физической культурой и спортом. Слабое развитие сферы дополнительного образования на селе приводит к не заинтересованности студентов заниматься физической культурой и спортом, что в свою очередь сказывается на физической подготовленности и формировании физической культуры личности. На данный момент в университете обучается один студент имеющий, звание Мастер спорта и 3 студента выполнившие, нормативы КМС по различным видам спорта.

На сегодняшний день проблемы ухудшения состояния здоровья, снижение двигательной активности, низкая мотивация у студентов в занятиях физической культурой и спортом и частые пропуски остаются актуальными. Студентам необходимо понимать всю значимость данной дисциплины, ведь она помогает укреплять их здоровье, которое бесценно.

Библиографический список

1. Жирная О.В., Матчинова Н.В. Отношение к своему здоровью и уровень физической культуры студентов первого курса КФ РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева/ Труды региональной научно-практической конференции «Научные аспекты модернизации сельскохозяйственного производства на современном этапе» Российская академия сельскохозяйственных наук Министерство сельского хозяйства Калужской области, г. Калуга. 2012, С. 271–275

2. Жирная О.В., Матчинова Н.В. Физическая культура как фактор укрепления здоровья студентов/ сб. Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, посвящённой 180-летию со дня рождения К.А. Тимирязева. Калуга: ИП Якунина В.А., 2023. С. 64–68

3. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Особенности физического воспитания в КФ РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева студентов специальной медицинской группы/ сб. Материалы региональной научно-практической конференции КФ РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева с международным участием. 2019. С. 193–197.

4. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Учебная, физкультурно-оздоровительная и спортивно-массовая работа в вузе в условиях пандемии/ сб. Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений: сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков / под ред. Матчинова В.А., Сусликовой О.Н. Калуга, 2020. С. 327–333.

УДК 796.011.1

БЕГ – ОСНОВА ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В АГРАРНЫХ ВУЗАХ

Жирная О.В., доцент

*Матчинова Н.В., зав. кафедрой физического воспитания,
доцент Калужский филиал Российского государственного аграрного
университета Московской сельскохозяйственной академии
имени К.А. Тимирязева, Калуга*

Аннотация. Обосновано влияние беговой подготовки на здоровье и физическую подготовленность студентов. Сделан анализ профессионально-прикладной физической подготовки студентов аграрных специальностей вуза на основе применения беговых упражнений, учитывающую особенности профессиональной деятельности работников агропромышленного комплекса и направленную на повышение эффективности учебного процесса по физическому воспитанию.

Ключевые слова: студенты, беговая подготовка, профессионально-прикладная физическая подготовка, уровень физической подготовленности, пандемия.

RUNNING IS THE BASIS OF PHYSICAL TRAINING IN AGRICULTURAL UNIVERSITIES

Zhirnaya O.V., assistant professor

Matchinova N.V., head Department of Physical Education,
assistant professor Kaluga branch of the Russian State Agrarian University
of the Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazeva, Kaluga

Annotation. The influence of running training on the health and physical fitness of students is substantiated. An analysis of the professional-applied physical training of university students of agricultural specialties is made based on the use of running exercises, taking into account the characteristics of the professional activities of workers in the agro-industrial complex and aimed at increasing the efficiency of the educational process in physical education.

Key words: students, running training, professional-applied physical training, level of physical fitness, pandemic.

Современное сельскохозяйственное производство с его механизацией и автоматизацией производственных процессов характеризуется не только уменьшением удельного веса физического труда, но и иным ритмом труда, повышением его сложности и интенсивности. Это неизменно требует значительного напряжения умственных, психических и физических сил, культуры движений, высокой концентрации внимания специалистов. Полноценное использование профессиональных знаний и умений возможно только при хорошем состоянии здоровья, высокой работоспособности специалистов, которые могут быть приобретены ими при регулярных и специально организованных занятиях физической культурой и спортом. Высокий уровень физической подготовленности и развитие профессиональных качеств будущих специалистов способствует успешному решению профессиональных задач.

Рассматривая значение физической культуры и спорта в предстоящей трудовой деятельности студентов, 68,3% респондентов отметили, что в процессе занятий физической культурой происходит повышение уровня развития основных физических качеств, вырабатываются специальные навыки, положительно влияющие на продуктивность их профессиональной деятельности; 25,5% студентов считают, что воспитываются необходимые психические, волевые и моральные качества; 6,2% респондентов считают, что занятия физической культурой и спортом практически не влияют на продуктивность трудовой деятельности. Студенты среди физических упражнений предпочитают отдавать спортивным играм, оздоровительным системам физической культуры. Беговая подготовка и развитие силовых

качеств стоят на более низком месте. По нашему мнению, это связано с тем, что студенты при выполнении этих упражнений не хотят прикладывать значительные физические и волевые усилия.

Дисциплина «Базовая физическая культура» относится к обязательной части дисциплин по выбору «Элективные курсы по физической культуре и спорту» и имеет практическую направленность, реализующаяся в учебно-тренировочных занятиях, которые направлены на повышения уровня физической подготовленности студентов, развитие физических качеств. Основой учебно-тренировочных занятий является двигательная деятельность, проявляющаяся в виде физических упражнений, которые позволяют формировать необходимые умения и навыки, оптимизировать состояние здоровья и работоспособность. Учебно-тренировочные занятия включают в себя легкую атлетику, кроссовую подготовку, подвижные и спортивные игры, общефизическую и профессионально-прикладную подготовку [1].

Беговая подготовка – часть физической подготовки студентов, которая определено занимает одно из приоритетных мест. Бег является естественным видом двигательной активности, способствует укреплению здоровья, что, безусловно, необходимо для студентов аграрных вузов в их будущей практической деятельности.

При беге работают все группы мышц, укрепляется опорно-двигательный аппарат, улучшается деятельность сердечно-сосудистой, дыхательной и других систем организма.

Бег развивает такие качества, как силу, выносливость, быстроту, координацию движений, концентрацию и устойчивость внимания, реакцию выбора и другие психофизические качества. С помощью использования бега в учебно-тренировочных занятиях можно воспитывать такие качества, как способность руководить, настойчивость в достижении цели, выдержку, самосознание, самооценку.

На учебно-тренировочных занятиях по легкой атлетике и кроссовой подготовке используются следующие виды бега: бег на короткие дистанции (100, 200, 400 м), а также эстафетный бег, включающий этапы спринтерского бега (4x100 м, 4x200 м или 400, 300, 200, 100 м); бег на средние дистанции (800, 1000 м); бег на длинные дистанции (от 2000 м - девушки, 3000 м - юноши и выше); челночный бег (3x10 и другие различные вариации).

При беге на короткие дистанции развиваются скоростно-силовые качества. При беге на длинные дистанции развивается общая выносливость. Выносливость – это способность человека противостоять утомлению, поддерживать необходимый уровень интенсивности работы в заданное время. Развитие выносливости, как никакое другое физическое качество, имеет большое значение в профессиональной деятельности работников сельского хозяйства.

По данным анкетирования было установлено, что и девушки и юноши предпочитают бегать короткие дистанции, только 5% девушек и 12% юношей предпочитают бегать длинные дистанции. Таким образом, можно предположить, что студенты не обладают достаточным уровнем развития выносливости.

Большое влияние на ухудшение физической подготовленности оказала пандемия covid-19 [2,3,4]. Особенно это проявилось в беге на выносливость (таб.1,2)

Таблица 1. Результаты выполнения девушками беговых нормативов комплекса ГТО до и после пандемии

Тесты	Результаты тестирования							
	золотой знак		серебряный знак		бронзовый знак		не выполнили норматив	
	п	%	п	%	п	%	п	%
2018	38	28,1	59	43,7	29	21,5	9	6,7
2022	12	14,3	39	46,4	15	17,9	18	21,4

Таблица 2. Результаты выполнения юношами беговых нормативов комплекса ГТО до и после пандемии

Тесты	Результаты тестирования							
	золотой знак		серебряный знак		бронзовый знак		не выполнили норматив	
	п	%	п	%	п	%	п	%
2018	29	31,9	32	35,2	21	23	9	9,9
2022	5	8,3	13	21,6	22	36,6	20	33,3

Для освоения рациональной техники выполнения того или иного вида легкой атлетики, большое значение имеют специальные легкоатлетические упражнения, с одной стороны развивающие основные физические качества: быстроту, скоростную и скоростно-силовую выносливость, силу, а с другой стороны по своей структуре схожие с техникой выполнения основного упражнения.

Большинство подвижных и спортивных игр, так или иначе, связаны с бегом. В процессе учебно-тренировочных занятий спортивными играми, можно развивать быстроту, ловкость и координацию движений, инициативность, решительность, смелость, организованность, коллективизм.

Прикладной характер физических упражнений определяется тем, насколько приобретенные с их помощью качества и навыки могут быть полезны в жизни и практической деятельности.

Профессионально-прикладная физическая подготовка работников сельского хозяйства разных профессий не может быть единой для всех. Формы и средства такой подготовки определяются для каждой конкретной группы сходных специальностей, исходя из условий и характера труда.

В нашем вузе можно выделить основные группы специальностей и направления подготовки: агрономия и садоводство; агроинженерия; зоотехния и ветеринария; землеустройство; экономика и бухгалтерский учет, менеджмент в сельском хозяйстве.

Респондентам было предложено указать профессионально важные физические качества, которые на их взгляд будут востребованы в их будущей профессиональной деятельности. В результате опроса, не зависимо от будущей профессиональной деятельности, все респонденты ответили, что основным показателем успешной трудовой деятельности является развитие общей и специальной выносливости, которые способствует противостоять утомлению.

Нами был проведен опрос студентов 3 курса, прошедших производственную практику. Среди причин утомления респонденты выделили физическое утомление, связанное с длительным передвижением по местности, психическое утомление при сильной концентрации внимания и выполнении точных действий (студенты направлений подготовки и специальностей – агрономия, садоводство, землеустройство и кадастры, агроинженерия, ветеринария, зоотехния); малоподвижные образ трудовой деятельности (студенты экономического факультета).

Студенты направлений подготовки агробизнес и землеустройство среди факторов, влияющих на трудовую деятельность, на первое место поставили высокую двигательную активность в период проведения полевых работ, связанная с передвижением на местности. На втором месте стоит воздействие метеорологических условий, на третьем месте – продолжительность рабочего дня.

Студенты зоотехнии и ветеринарии среди факторов, влияющих на трудовую деятельность, на первое место поставили нервно-эмоциональное напряжение, на второе – продолжительность рабочего дня, на третье место поставили санитарно-гигиенические условия труда.

Студенты экономического факультета среди факторов, влияющих на трудовую деятельность выделили: продолжительное время нахождение малоподвижной позы, однообразные, монотонные движениями и действиями; большое напряжение зрительного анализатора, нервно-эмоциональное напряжение, связанное с ответственностью и точностью выполняемой работы; недостаточно благоприятные гигиенические условия.

Стоит отметить, что уровень заболеваемости студентов экономического факультета выше, чем студентов факультета агротехнологий, агроинженерии и землеустройства и факультета ветеринарной медицины и зоотехнии. Все перечисленные выше факторы существенно влияют на здоровье студентов.

Беговая подготовка способствует развитию общей выносливости, адаптации и повышению устойчивости организма к воздействию неблагоприятных условий профессиональной деятельности.

Таким образом, беговая подготовка в период обучения в вузе позволяет повысить не только уровень физической подготовленности студентов, но и, что самое главное, быстрее адаптировать их к будущей профессиональной деятельности.

Библиографический список

1. Жирная О.В., Матчинова Н.В. Физическая культура как фактор укрепления здоровья студентов/ сб. Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, посвящённой 180-летию со дня рождения К.А. Тимирязева. Калуга: ИП Якунина В.А., 2023. С. 64–68.

2. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Анализ результатов выполнения студентами 1–3 курсов Калужского филиала РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева некоторых контрольных испытаний Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне»/ сб. Материалы Региональной научно-практической конференции КФ РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева с международным участием. Выпуск № 13. Калуга: ИП Якунин А.В., 2019. С. 188–192.

3. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Влияние дистанционного обучения на физическую подготовленность студентов/ сборник Физическая культура, спорт и здоровье в современном обществе: проблемы и перспективы развития: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Курск: Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова, 2022. С. 125–129.

4. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Учебная, физкультурно-оздоровительная и спортивно-массовая работа в вузе в условиях пандемии/ сб. Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений: сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков / под ред. Матчинова В.А., Сусликовой О.Н. Калуга, 2020. С. 327–333.

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ КОРПОРАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Крутикова М.А., магистрант 3 курса
Научный руководитель: Широкова О.В., к.э.н., доцент
Липецкого филиала Финансового Университета
при Правительстве Российской Федерации

Аннотация. В статье рассмотрены особенности бюджетного финансирования корпораций в Российской Федерации, проблемы, связанные с финансированием корпораций.

Ключевые слова: бюджетное финансирование, механизмы финансирования, государственные корпорации.

FEATURES OF BUDGET FINANCING OF CORPORATIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Krutikova M.A. master's student of the 3rd year
Supervisor: Shirokova O.V., Candidate of Economic Sciences, docent
Lipetsk Branch of the Financial University under the Government
of the Russian Federation

Annotation. The article discusses the features of budget financing of corporations in the Russian Federation, the problems associated with the financing of corporations.

Keywords: budget financing, financing mechanisms, state corporations.

В связи с тем, что Россия вступила в длительный период низких или даже отрицательных темпов экономического роста, ухудшение дипломатических отношений с западными странами и введение финансовых санкций серьезно затруднили деятельность российских компаний. Бюджетное финансирование корпораций является эффективным инструментом для развития экономики.

Бюджетное финансирование корпораций – это процесс предоставления государством финансовой поддержки для развития и укрепления корпоративного сектора экономики. Этот инструмент имеет важное значение для стимулирования инвестиций, создания новых рабочих мест и повышения конкурентоспособности предприятий.

Одной из главных целей бюджетного финансирования корпораций является поддержка инноваций и технологического прогресса. Государство выделяет средства на проведение научно-исследовательских работ, разработку новых продуктов и технологий, а также на модернизацию производственных мощностей. Это позволяет компаниям быть на передовой в своей отрасли и улучшать свою конкурентоспособность на мировом рынке. Бюджетное финансирование также способствует развитию малого и среднего бизнеса.

Многие государства предоставляют субсидии, льготные кредиты и гранты для предпринимателей, помогая им запустить свой бизнес или расширить уже существующий. Это позволяет создавать новые рабочие места, улучшать уровень жизни населения и развивать региональную экономику.

Бюджетное финансирование корпораций также имеет социальное значение. Государство может выделять средства на программы социальной ответственности корпораций, направленные на поддержку образования, науки, культуры и здравоохранения. Это помогает улучшить качество жизни граждан и создает благоприятную социальную среду для развития бизнеса.

Для решения крупных социально-экономических проблем, требующих государственного участия, государство создает специализированные структуры (предприятия с государственным участием), это распространено во многих странах.

Государственные корпорации представляют собой организации, созданные государством с целью осуществления определенных функций в экономике. Они являются важным инструментом государственного управления и играют значительную роль в различных отраслях и секторах. Государственные корпорации также выполняют важные функции в области социальной ответственности. Они могут осуществлять программы по поддержке малого и среднего бизнеса, финансированию научных исследований, развитию инфраструктуры и других социально значимых проектов. Благодаря этому, государственные корпорации способствуют укреплению социального благополучия и повышению качества жизни граждан.

«В диапазон целевых направлений корпораций с государственным участием включаются как коммерческие, так и некоммерческие цели, а именно, занятость населения, финансирование социальной сферы, деятельность в социально важных отраслях производства, в том числе убыточных. Зачастую, создание государством крупных корпоративных структур осуществляется с целью поддержки и развития тех сфер экономики, которые не являются привлекательными для инвестирования в долгосрочной и краткосрочной перспективе для бизнеса, что в целом имеет негативные последствия для социально-экономической сферы страны. Функциональное назначение корпораций с государственным участием является

весьма разнообразным: начиная с реализации отдельных программ, инновационных и инвестиционных проектов, осуществления содействия отдельным предприятиям в определенных сферах деятельности до управления комплексом предприятий и отраслями» [1].

«В соответствии с статистикой государственных финансов, сектор госкорпораций подразделяется на следующих субъектов: финансовые и нефинансовые организации. Первые создаются на основе некоммерческой организации (НКО), главная цель которых создание и развитие научно-технического потенциала страны и оказания государственных и муниципальных услуг и производства товаров. Примерами таких НКО являются в Российской практике – «Росатом», «Ростех», «Роскосмос» и др. Такие госкорпорации имеют четкое сметное финансирование на основе государственных заданий и обязаны отчитываться о результатах ее достижения, но при этом существуют и внебюджетные источники финансирования, что требует рационального управления средствами» [2].

«Второй вид – финансовые корпорации, создаваемые в форме акционерных обществ и унитарных предприятий, цель которых получение прибыли, их деятельность основана на производстве товаров и оказания услуг характерных только для государственной монополии. Примеры таких госкорпораций: РЖД, Почта России, Метро Москвы, Ростелеком, Мосгортранс» [2].

Учитывая результаты деятельности, государственные корпорации наделяются определенными правами, обязанности и полномочия. Участие государства в их деятельности, позволяет осуществлять стратегическое развитие экономики, а также регулировать и контролировать деятельность как субъектов государственного сектора, так и оказывать влияние на частный сектор экономики используя государственное регулирование. Основные признаки государственной корпорации представлены на рисунке 1.

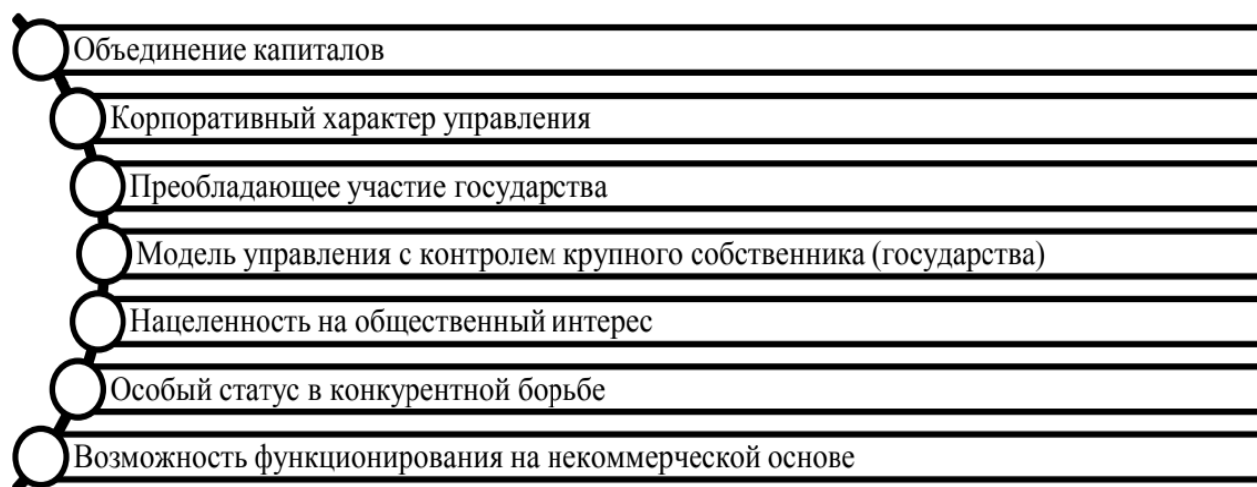


Рисунок 1. Основные признаки государственной корпорации

В условиях экономического кризиса и снижения доходов бюджетов разных уровней, имеет место недостаточность денежных средств для финансирования деятельности государственных корпораций. В этом контексте между госкорпорациями и коммерческим сектором устанавливаются новые экономические связи, как в сфере привлечения средств, так и реализации совместных проектов, в результате чего выстраиваются новые финансово-экономические отношения, которые представлены на рисунке 2.

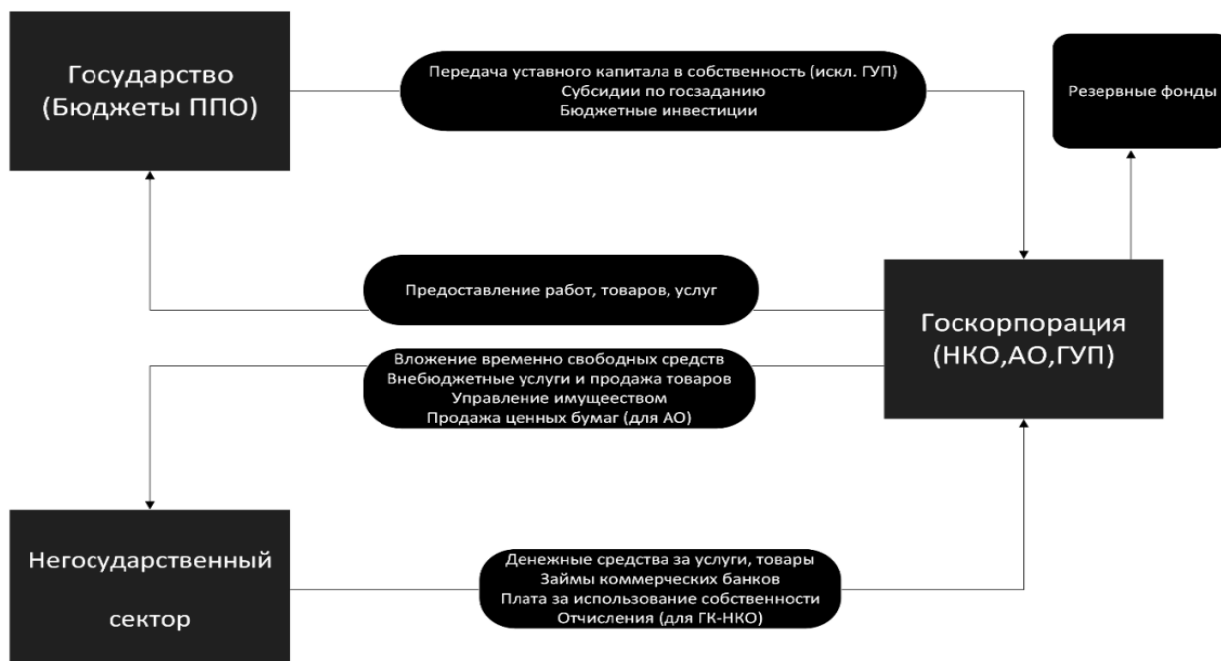


Рисунок 2. Финансовые отношения госкорпорации с другими субъектами экономики

Движение капитальных ресурсов и денежных средств в государственных корпорациях происходит в рамках определенных процессов и процедур, которые регулируются законодательством и внутренними правилами организации. Перечислим основные этапы этого движения:

1. Планирование и бюджетирование: государственные корпорации разрабатывают свои планы и бюджеты на основе стратегических целей и задач, определенных государством. В этом процессе определяются необходимые капитальные ресурсы и денежные средства для реализации проектов и программ.

2. Привлечение капитала: государственные корпорации могут привлекать капитал из различных источников, включая государственный бюджет, заемные средства, инвестиции частных инвесторов и другие источники финансирования. Для этого они могут использовать различные инструменты, такие как выпуск акций, облигаций или привлечение кредитов.

3. Распределение капитальных ресурсов: после привлечения капитала государственные корпорации распределяют его на финансирование

различных проектов и программ. Обычно это делается на основе приоритетов и стратегических целей организации, а также с учетом потребностей отрасли или региона, в котором они действуют.

4. Использование капитальных ресурсов: государственные корпорации используют капитальные ресурсы для реализации своих проектов и программ. Это может включать инвестиции в новые предприятия, развитие инфраструктуры, модернизацию оборудования, научные исследования и другие цели, соответствующие их миссии и задачам.

5. Учет и контроль: все операции с капитальными ресурсами и денежными средствами государственных корпораций должны быть строго учтены и контролируемы. Это включает ведение финансовой отчетности, аудиты, контроль за исполнением бюджета и другие меры, направленные на обеспечение прозрачности и эффективного использования средств.

6. Отчетность и отчетность: государственные корпорации обязаны предоставлять отчетность о своей деятельности и использовании капитальных ресурсов. Это может включать финансовые отчеты, отчеты о выполнении планов и программ, а также информацию о социальной ответственности и влиянии на экономику и общество.

В целом, движение капитальных ресурсов и денежных средств в государственных корпорациях осуществляется в соответствии с установленными процедурами и принципами финансового управления. Это позволяет обеспечить эффективное использование ресурсов и достижение стратегических целей организации.

Одним из главных преимуществ государственных корпораций является их способность осуществлять долгосрочное планирование и инвестирование. Благодаря своему статусу, они обладают финансовой устойчивостью и могут привлекать крупные инвестиции для реализации стратегических проектов. Это позволяет им вносить значительный вклад в развитие отраслей и регионов, способствуя экономическому росту и созданию рабочих мест.

Однако, необходимо отметить, что государственные корпорации также подвержены определенным рискам и вызывают определенные обсуждения. Некоторые критики считают, что такие организации могут быть недостаточно эффективными и эффективно конкурировать с частными компаниями. Кроме того, существует риск политического вмешательства в их деятельность, что может негативно сказаться на их эффективности и независимости.

Для минимизации этих рисков необходимо разработать эффективные механизмы управления и контроля за деятельностью государственных корпораций. Транспарентность, открытость и соблюдение принципов корпоративного управления являются важными аспектами в обеспечении их эффективности и ответственности перед обществом.

В последние годы финансирование корпораций в Российской Федерации прошло через ряд изменений и реформ, которые оказали влияние на их финансовую стабильность и развитие. Рассмотрим несколько ключевых аспектов финансирования корпораций в России:

1. Кредитная политика и доступ к финансированию.

В условиях экономической нестабильности и санкционного давления, доступ к кредитным ресурсам стал одной из основных проблем для российских корпораций. Ограничения на доступ к зарубежным рынкам капитала и ужесточение кредитных условий внутри страны создают дополнительные вызовы для компаний, особенно для малого и среднего бизнеса.

2. Государственная поддержка.

В свете вышеупомянутых проблем, российское правительство предпринимает шаги для поддержки корпораций. Это включает в себя предоставление государственных гарантий, субсидий и льготных кредитов для различных отраслей и компаний. Однако, эффективность и прозрачность распределения этих средств остаются важными вопросами.

3. Развитие рынка облигаций и акций.

В последние годы российский рынок облигаций и акций стал более развитым и доступным для корпораций. Компании активно привлекают финансирование через выпуск облигаций и размещение акций на фондовых биржах. Это позволяет им диверсифицировать источники финансирования и повысить прозрачность своих операций.

4. Инвестиции в инновации и технологии.

Российское правительство активно стимулирует инвестиции в инновации и технологический прогресс. Программы, такие как «Сколково» и «Инновационная Россия», предоставляют финансовую поддержку для разработки новых продуктов и технологий. Корпорации, особенно в высокотехнологичных отраслях, получают доступ к финансированию для развития своих инновационных проектов.

5. Роль банковского сектора:

Банки в России играют важную роль в финансировании корпораций. Они предоставляют кредиты, организуют размещение облигаций и акций, а также предлагают другие финансовые услуги, такие как управление активами и инвестиции. Развитие банковского сектора и его способность эффективно финансировать корпорации являются ключевыми факторами для развития российской экономики.

Несмотря на все преимущества, бюджетное финансирование корпораций может иметь и некоторые недостатки.

Во-первых, распределение государственных средств может быть не всегда эффективным и прозрачным. Важно, чтобы процесс распределения

средств был четким и основывался на объективных критериях, чтобы избежать коррупции и несправедливого распределения ресурсов.

Во-вторых, бюджетное финансирование может создать зависимость компаний от государства. В случае сокращения государственных средств или изменения приоритетов финансирования, компании могут столкнуться с финансовыми трудностями. Поэтому важно, чтобы компании развивали свою конкурентоспособность и диверсифицировали источники финансирования.

Государственные корпорации играют важную роль в экономике, способствуя развитию отраслей, регионов и социального благополучия. Они обладают финансовой устойчивостью и могут осуществлять долгосрочное планирование, что позволяет реализовывать стратегические проекты. Однако, для обеспечения их эффективности и независимости, необходимо разрабатывать эффективные механизмы управления и контроля. Только так государственные корпорации могут стать действительно эффективными инструментами государственного управления и содействовать экономическому росту и развитию.

В целом, бюджетное финансирование корпораций является важным инструментом развития экономики. Оно способствует развитию инноваций, созданию новых рабочих мест и повышению конкурентоспособности предприятий. Однако, необходимо обеспечить прозрачность и эффективность процесса распределения государственных средств, а также развивать альтернативные источники финансирования для уменьшения зависимости от государства.

Финансирование корпораций в России остается актуальной темой и представляет собой сложную смесь вызовов и возможностей. Правительство и бизнес-сообщество продолжают работать над улучшением условий финансирования, чтобы обеспечить стабильное и устойчивое развитие корпоративного сектора в стране.

Библиографический список

1. Муравьев А.П. Финансирование корпораций с государственным участием / А. П. Муравьев. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 371–375.

2. Иванов Г.И., Ситников Н.А. Государственные корпорации как перспективная форма консолидации и управления национальными ресурсами // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС, 2019. № 1. С. 79

3. Аштаева С.С. Госкорпорации в современной России: функции, структура и особенности деятельности // Вестник КИГИ РАН. 2019. С. 4.

4. World Investment Report 2018: Non Equity of International Production and Development. UNITED NATIONS, New York and Geneva, 2021. С. 25.

5. Смирнова И.В. Государственные корпорации: бремя или благо // International Scientific and Practical Conference World science. 2020. Т. 3. № 3(7). С. 51.

6. Чумаков И.И., Харчилава Х.П. Роль и функции государственных корпораций в российской экономике // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2019. № 3. С. 18.

7. Панфилов К.С. Экономическое и политическое измерение эффективности российских государственных корпораций / журнал «Бизнес. Общество. Власть». Июнь 2019. № 2(32).

УДК 331.5

ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ДРАЙВЕР РОСТА РЫНКА ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОГО РЕГИОНА)

*Курохтина Н.В., Андренко А.А., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Медведева Т.В., к.э.н, доцент
Тульский филиал Финуниверситета, Тула*

Аннотация: в статье проанализировано текущее состояние института занятости Тульской области, сформулированы его актуальные проблемы а и предложены меры по модернизации с учётом специфических особенностей региона и уже ранее реализованных программ.

Ключевые слова: занятость населения, экономика региона, уровень безработицы, трудоустройство, профессиональное переобучение, эмоциональный интеллект, цифровизация.

EMPLOYMENT AS A DRIVER OF LABOR MARKET GROWTH IN THE RUSSIAN FEDERATION (BASED ON THE EXAMPLE OF THE TULA REGION)

*Kurokhtina N.V., Andrenko A.A., 4th year bachelor
Scientific supervisor: Medvedeva T.V., Ph.D., Associate Professor
Tula branch of the Financial University, Tula*

Abstract: the article analyzes the current state of the employment institution in the Tula region, formulates its current problems and proposes measures

for modernization, taking into account the specific characteristics of the region and previously implemented programs.

Keywords: employment, regional economy, unemployment rate, employment, professional retraining, emotional intelligence, digitalization.

Всем известно, что социально-экономическая политика любого государства предполагает под собой комплекс мер и действий органов власти, направленных на реализацию экономических интересов хозяйствующих субъектов национальной экономики. В частности в Российской Федерации основами данной политики является обеспечение основных социальных гарантий, свидетельствующих о качестве жизни населения. Одним из главных критериев является занятость населения, включающая ряд факторов, оказывающих решающее воздействие на стимулирование экономического развития страны и региона. С одной стороны, данный показатель обеспечивает активное вовлечение граждан в производственный процесс, что благоприятно влияет на развитие экономики. С другой, занятость – критерий прогрессивного развития общества, что отражает категорию как социальную. Основопологающим НПА в сфере обеспечения занятости населения является закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 (в действующей редакции) «О занятости населения в Российской Федерации», в ст. 5, который определяет правовые, экономические и организационные основы государственной политики содействия занятости населения [1].

Особенно важно исследовать эффективность управления занятостью населения на уровне муниципалитетов, поскольку каждое такое образование уникально по своей классификации потребностей в экономике, поэтому в рамках данной научно-исследовательской работы мы проанализируем институт занятости в региональном разрезе на примере Тульской области на основе актуальных статистических данных; выявим ряд общих проблем, связанных с функционированием рассматриваемого института и предложим меры по совершенствованию.

По данным краткого статистического сборника «Тульская область в цифрах 2022» показатели занятости населения в целом по Тульской области обладают следующими значениями: [3]:

1. Динамика общего уровня безработицы в возрасте от 15 лет и старше и уровня зарегистрированной безработицы: 2020 – 4,4% и 2,1%, 2021 – 3,8% и 0,5%; 2022 – 3,6% и 0,3% (см. рис.1.).

2. Общая численность безработных согласно методике Международной организации труда (далее МОТ): 2020-35,1 тыс. человек, 2021 – 30,1 тыс. человек, 2022 – 28,2 тыс. человек. По состоянию на сентябрь 2023 года данный показатель достиг отметки в 20,3 тысячи человек. По этому показателю Тульская область занимает 3-е место в ЦФО.

3. Количество безработного населения, имеющего государственную регистрацию в службе занятости: 2020 – 16,8 тыс. человек, 2021 – 4000 тыс. человек, 2022 – 2300 тысяч человек;

4. Отношение численности безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения, к общей численности безработных, процентов: 2020 – 47,9%, 2021 – 13,3%, 2022 – 8,2%;

5. Отношение количества граждан, впервые обратившихся за содействием в поиске подходящей работы и нашедших доходное занятие: 2020 – 48,6 и 18,1 тыс. человек, 2021- 28,5 и 19,6 тыс. человек, 2022 – 21,4 и 14,5 тыс. человек (см. рис. 2).

Обобщая проанализированные показатели можно отметить динамику снижения уровня безработицы в Тульской области. Но данная тенденция не учитывает тех граждан, которые не состоят на регистрационном учете, поэтому проблема «теневой» безработицы существует достаточно широко, что видно на графиков, визуализирующих информацию по показателям официально зарегистрированной безработицы. Отметим, что показатели отношения граждан, обратившихся за содействием в поиске работы и получивших его, с каждым годом приближаются к равным значениям, что позволяет сделать вывод об успешности проводимых государственных программ на территории региона.

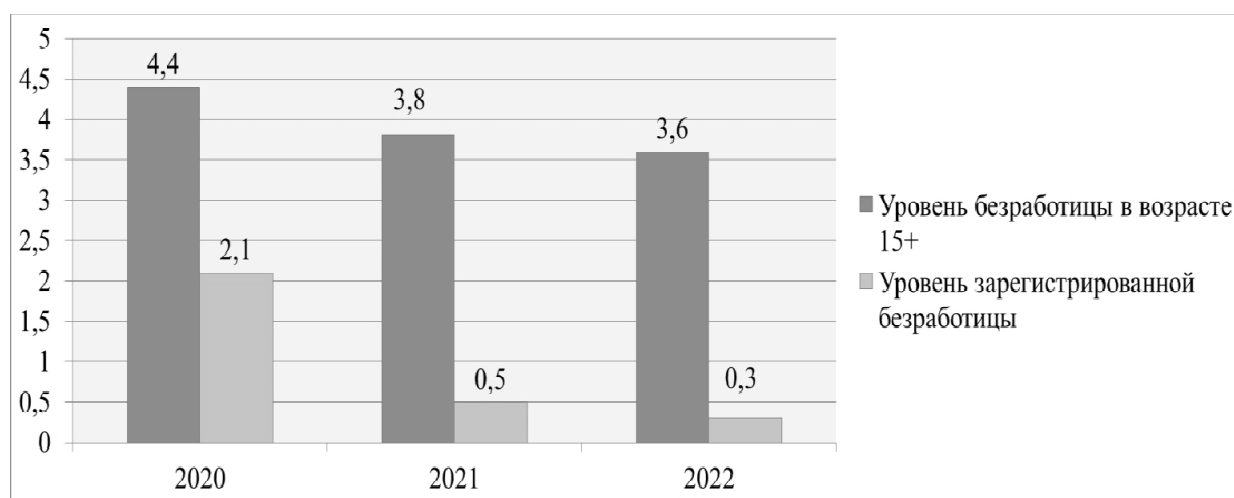


Рисунок 1. Динамика уровня общей безработицы к уровню зарегистрированной безработицы по Тульской области за 2020–2022 гг. [3]

В рамках аналитического анализа текущих показателей можно выявить следующие проблемы функционирования института занятости населения в Тульской области:

1) дисбаланс спроса и предложения рабочей силы, соотношение которых уже сегодня различается в разы даже без учета специализации. Интенсивное развитие региональной экономики, открытие на территории

региона новых предприятий и модернизация производственных мощностей уже существующих, обостряют дефицит рабочих кадров;

2) наличие длительной безработицы: около 4,0 процентов безработных граждан не могут найти работу в течение 12 и более месяцев. Одна из причин этого явления изменение структуры спроса на рынке труда. Но по официальным данным сегодня на рынке труда формируется дефицит предложения. В Тульской области более 35 тысяч вакансий, что более чем в 14 раз превышает количество соискателей;

3) дифференциация локальных рынков труда, обусловленная диспропорциями в экономическом развитии территорий Тульской области. Основными причинами низкой трудовой мобильности являются: недостаточная информированность о возможностях трудоустройства и обустройства с членами семьи на территории других административно-территориальных единиц и так далее;

4) проблема трудоустройства уязвимых категорий населения с социальной точки зрения (молодые мамы, многодетные родители, инвалиды, люди предпенсионного возраста и другие категории населения);

5) проблема низкой производительности труда: ограниченные человеческие ресурсы и уровень профессиональной подготовки, низкая квалификация кадров.

Для сглаживания текущих проблем занятости населения в Российской Федерации существует проект «Содействие занятости», направленный на модернизацию центров занятости населения, вовлечение граждан всех возрастных категорий в трудовой процесс путем предоставления профессионального обучения по востребованным специальностям в наиболее важных секторах экономики.

На основе концепции данного проекта на базе каждого субъекта реализуется региональная программа. В Тульской области реализуется государственная программа «Содействие занятости населения в Тульской области», утвержденная Постановлением Правительства Тульской области от 01.02.2018 № 43. И данная программа уже показывает положительные результаты её реализации [2].

По последним статическим данным достигнуты хорошие результаты подпрограммы: за IV квартал 2022 года ЦСЗ г. Тулы зафиксировала 470 обращений по государственной услуге «Профессиональное обучение и переобучение, получение дополнительного образования», приступило к обучению 410 человек, 390 людям удалось завершить обучение. Психологическая поддержка оказана 994 людям из 1003 обратившихся за тот же квартал [5].

Исходя из концепции регионального проекта и текущих проблем занятости области предложим собственные меры по совершенствованию:

1) внедрение процессов цифровизации: создание и развитие единой электронной площадки для прохождения курсов профессиональной переподготовки для работников различных областей деятельности, а также выделение достаточного объёма средств для обеспечения бесплатного доступа к качественному контенту для повышения «hard skills» (технические навыки) и «soft skills» (личностные качества) в условиях потребности в развитии человеческого капитала, эмоционального интеллекта и необходимости непрерывного образования);

2) распространение технологического потенциала путём создания удаленных цифровых площадок с учётом повседневных потребностей граждан и работодателей. Это может быть, например, портал муниципального образования, на котором работодатели могут найти потенциального сотрудника с возможностью реального тестирования с помощью использования современного интерфейса. В случае определения необходимых базовых знаний и задатков, а также мотивационных стимулов у работника - работодатель может предложить обучение с последующей стажировкой;

3) формирование площадки профессиональных проб для школьников. Для этого предоставляется возможным, например, создать площадки по разным сферам деятельности с возможностью тестирования и практического закрепления с последующим развитием «индивидуальной профессиональной траекторией». Проводя качественную практико-ориентированную работу со школьной скамьи, есть большая доля вероятности минимизации рисков впоследствии;

4) Тула и область является старопромышленным регионом с высокой концентрацией действующих промышленных производств, особенно оборонного типа, что обуславливает потребность именно в рабочих специальностях. На территории субъекта свою работу в сфере подготовки профессиональных кадров такого типа осуществляют многие учебные заведения среднего и высшего образования, среди них: Тульский государственный машиностроительный колледж им. Никиты Демидова, Технический колледж им. С. И. Мосина, Институт Высокоточных Систем Им. В.П. Грязева на базе Тульского государственного университета и др. Вследствие этого необходимо разработать несколько новых программ для студентов, направленных на практическую деятельность (например, стажировки в действующих промышленных предприятиях региона с перспективой дальнейшего трудоустройства).

Данные меры позволят повысить компетенционный потенциал профессиональных кадров, что закроет потребность в улучшении показателя «производительность труда». К тому же, своевременная профориентационная работа, основанная на цифровых технологиях, поможет сократить

впоследствии дисбаланс спроса и предложения рабочей силы, длительная безработица сойдет «на нет», поскольку будет сформирована актуальная структура рынка труда.

В аспекте проблема трудоустройства граждан некоторых социально уязвимых категорий населения следует развивать системы трудоустройства для отдельных категорий населения, таких как: молодые мамы, инвалиды, пенсионеры. Для данных групп нужно разработать ряд программ занятости с учётом особенностей возрастных групп, гендерной принадлежности. Например, для лиц женского пола, которые находятся в отпуске по уходу за ребенком, следует внедрить площадку для дистанционного формата работы (выполнение работ по графическому дизайну, который на сегодняшний момент очень востребован, поскольку иллюстративное оформление любого сайта – это фактор успеха организации).

Согласно данным издания «Тульская Пресса» в регионе существует нехватка врачей, медсестёр, инженеров-технологов, художников-модельеров, конструкторов одежды и других специальностей. Но если первые три профессии подразумевают полноценное получение среднего профессионального или высшего образования, то последние могут быть освоены в ходе прохождения курсов, мастер-классов и личной практико-ориентированной деятельности. На наш взгляд, было бы интересным и полезным спроектировать и реализовать несколько программ по переобучению граждан в вышеупомянутой сфере деятельности [4].

Важным аспектом в трудовой деятельности является безопасность условий труда. В рамках данной проблемы нужно работать над формированием культуры безопасного труда.

По данным Государственного учреждения – Тульского регионального отделения Фонда социального страхования Российской Федерации, количество пострадавших на производстве в Тульской области в 2020 году (291 человек) к уровню 2000 года (1883 человека) сократилось в 6,5 раза. Численность пострадавших на производстве в 2021 году составила 321 человек (увеличение по сравнению с 2020 годом на 10,3 процента). Хотя программный показатель не превышен, но нетрудно проследить негативную тенденцию роста производственного травматизма региона [5].

Для снижения данного показателя и обеспечение безопасного труда, следует запустить активную информационную пропаганду, прежде всего, в социальных сетях, а затем и на баннерах города. К тому же, стоит обновить материально-техническое обеспечение ряда производств, внедрить широкомасштабную кампанию по внедрению цифровых технологий в рабочие процессы, установить камеры видеонаблюдения, роботизированные системы для отслеживания нарушений со стороны работника и работодателя. Ярким примером может являться установка автоматизированных

систем безопасности на рабочих местах в производственных цехах с последующей передачей информации о нарушении руководству организации.

На основе такого экономико-математического метода как линейная аппроксимация нами был составлен прогноз, отражающий результаты мер по модернизации института занятости Тульской области (проиллюстрирован на рисунке 2). На его основе можно сделать вывод о том, что в период с 2023 по 2026 год (прогнозные годы) будет наблюдаться тенденция снижения уровня безработицы в Тульской области.

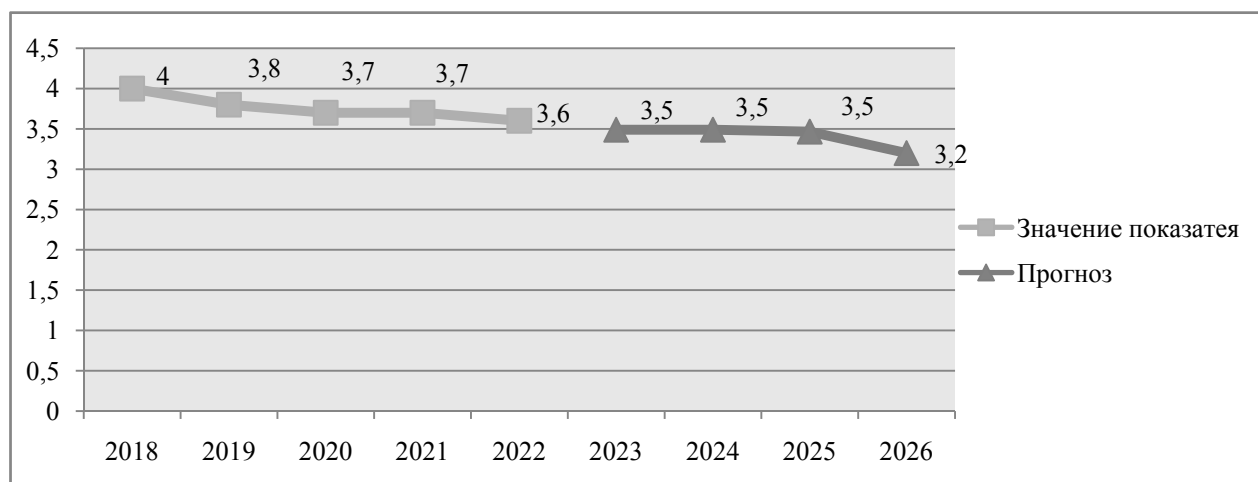


Рисунок 2. Прогноз уровня безработицы до 2026 года

Таким образом, нами был проанализирован институт занятости Тульского региона, а также муниципального образования г. Тулы. На основании исследования следует отметить положительный характер функционирования данного института на территории субъекта. Но подчеркнём тот факт, что, опираясь лишь на официальные статические данные, не следует забывать и работу теневого рынка труда, динамика с каждым годом возрастает. К тому же, не все безработные граждане встают на учет в Центры занятости, что может искажать действительную ситуацию. Вследствие этого необходимо модернизировать управление занятости населения региона путём внедрения цифровизации в процессы трудоустройства (создание и реализация региональных цифровых площадок по переобучению граждан, непосредственному контакту работодателя с работником, роботизированные системы безопасности труда и другие); дальнейшего развития гибких, в том числе удаленных форм занятости, проектирование и внедрение учебных программ практико-ориентированной направленности с дальнейшим трудоустройством по специальности; а также активная работа по развитию эмоционального интеллекта граждан, стабилизации их психологического здоровья и содействие профессиональному развитию в рамках тенденции «непрерывного образования».

Библиографический список

1. «О занятости населения в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: закон от 19.04.1991 г. № 1032-1 (в действующей редакции). <http://www.consultant.ru>;
2. Государственная программа Российской Федерации «Содействие занятости населения Тульской области» [Электронный ресурс]: утверждена Постановлением Правительства Тульской области от 01.02.2018 г. №43. <https://docs.cntd.ru> (дата обращения: 20.10.2022);
3. Тульская область в цифрах 2022 [Электронный ресурс]: краткий статистический сборник. Туластат., Тула, 2023. 204 С. <https://71.rosstat.gov.ru>;
4. Названы самые востребованные профессии Тульской области [Электронный ресурс] // Официальный портал издания «Тульская пресса». URL: <https://www.tulapressa.ru> (дата обращения: 10.10.2022)
5. Статистические отчёты МинТруда Тульской области [Электронный ресурс] // Официальный портал Министерства и социальной защиты Тульской области. URL: <https://mintrud.tularegion.ru> (дата обращения: 20.10.2022)

УДК 332.1, 338.1

ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*Лукьянченко М.С., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрены изменения в экономической деятельности Калужской области. Проведен анализ проблем, которые встали перед экономикой региона в условиях введения санкционных ограничений. В работе также рассмотрены меры, которые предпринимают органы власти Калужской области для дальнейшего развития региона.

Ключевые слова: экономика, санкции, Калужская область, негативные последствия, импортозамещение, инвестиционный климат, соглашения.

THE IMPACT OF FOREIGN SANCTIONS ON THE ECONOMY OF THE KALUGA REGION: ANALYSIS, PROBLEMS AND SOLUTIONS

Lukyanchenko M.S., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This article discusses the changes in the economic activity of the Kaluga region. The analysis of the problems faced by the economy of the region in the context of the introduction of sanctions restrictions is carried out. The paper also examines the measures taken by the authorities of the Kaluga region for the further development of the region.

Keywords: economy, sanctions, Kaluga Region, negative consequences, import substitution, investment climate, agreements.

Санкции являются одним из главных инструментов внешней политики, применяемыми странами для оказания давления на другие государства и достижения определенных целей. В последние годы Россия столкнулась с многочисленными ограничительными мерами со стороны западных государств. Введенные санкции оказывают непосредственное влияние, как на экономику России в целом, так и на регионы страны.

Калужская область – один из субъектов России, расположенный в Центральном федеральном округе. Наибольшую долю в объеме промышленного производства Калуги и Калужской области занимают машиностроение и металлообработка, пищевая промышленность, лесопромышленный комплекс, производство строительных материалов и энергетика.

В данной статье рассмотрено влияние санкционных ограничений на экономическую деятельность Калужской области. Также озвучены меры, которые уже активно предпринимают органы власти региона для решения вставших перед экономикой проблем.

Основными негативными последствиями введения санкций в Российской Федерации являются: отток иностранных инвестиций, прекращение безналичных расчетов с иностранными партнерами, расторжение контрактов с иностранными поставщиками и покупателями, нехватка импортных сырьевых ресурсов, прекращение поставок производственного оборудования и комплектующих из стран Европейского Союза, разрыв логистических цепочек, сокращение рабочих мест, потеря высокопрофессиональных кадров.

Наиболее существенным событием стала остановка производства автомобилей на заводе «Volkswagen» в Калуге. ООО «ФОЛЬКСВАГЕН

Груп Рус» за 2019 год получил выручки 330 882 248 тыс. руб., в 2021 году она возросла до 354 791 318 тыс. руб., а в 2022 году снизилась до 99 976 228 тыс. руб. С учетом падения уровня продаж и ростом расходов, текущий налог на прибыль снизился с 5 094 584 тыс. руб. в 2019 году до 113 396 тыс. руб. в 2022 году (на 4 981 188 тыс. руб.), что существенно повлияло на уровень доходов области. Пока ситуация в автомобильной отрасли в Калужской области остается сложной, в режиме частичного или полного простоя находятся около 18 компаний.

С учетом санкций были утверждены прагматичные показатели областного бюджета. На 2022 год предусмотрен общий объем доходов областного бюджета 83 754 670,9 тыс. рублей, а общий объем расходов областного бюджета, в свою очередь, насчитывал 92 723 856,6 тыс. рублей. Дефицит бюджета – 8 969 185,7 тыс. рублей.

Согласно данным, представленным на Рисунке 1., показатели бюджета на 2023 год значительно изменились. Общий объем доходов областного бюджета снижен до 76 213 005,3 тыс. рублей (снижение на 7 541 665,6 тыс. руб.), а общий объем расходов бюджета запланирован в сумме 80 937 619,7 тыс. рублей (снижение на 11 786 236,9 тыс. руб.). Дефицит областного бюджета на 2023 год равен 4 724 614,4 тыс. рублей. (ЗАКОН КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ от 01 декабря 2022 года № 301-ОЗ «Об областном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов»). Ранее ЗАКОНОМ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ от 03 декабря 2021 года № 167-ОЗ «Об областном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» планировалось достижение отсутствия дефицита бюджета в 2023–2024 годах.



Рисунок 1. Соотношение доходов и расходов бюджета Калужской области с 2021 г. по 2023 г., тыс.

В основе закона о бюджете на 2023 год заложены два приоритета: обеспечение сбалансированности бюджетной системы Калужской области и исполнение социальных обязательств государства перед гражданами. Достижение запланированных показателей позволит обеспечить положительную динамику налоговых поступлений в бюджет области и сохранит перспективы дальнейшего развития региона. Предложенные в проекте бюджета параметры достаточны, чтобы быть уверенными в экономической устойчивости региона гарантировать выполнение Правительством области всех социальных обязательств перед гражданами.

Согласно данным Таблицы 1, в структуре налоговых доходов первое место занимает налог на доходы физических лиц, поступления которого в 2023 году ожидаются в сумме 21 млрд. 255 млн. рублей, или 107 процентов к ожидаемой оценке исполнения за 2022 год. Поступления налога на прибыль организаций в 2023 году планируются в сумме 18 млрд. 751 млн. рублей, или 102 процента к ожидаемой оценке исполнения за 2022 год. Сумма поступлений акцизов в 2023 году составит 14 млрд. 59 млн. рублей, или 101 процент к ожидаемой оценке исполнения за 2022 год.

Общий объем расходов областного бюджета на 2023 год прогнозируется в размере 75 млрд. 162 млн. рублей, в том числе расходы, финансируемые за счет целевых безвозмездных поступлений, составляют 10 млрд. 153 млн. рублей. Общий объем расходов областного бюджета на софинансирование мероприятий, финансируемых из федерального бюджета, предусмотрен в сумме 4 млрд. 752 млн. рублей. Бюджетные параметры сформированы исходя из необходимости безусловного исполнения всех действующих расходных обязательств. Приоритетом является сохранение социальной направленности. В полном объеме будет обеспечена выплата заработной платы учителям, врачам, работникам культуры, спорта, социальных и других учреждений. Расходы социальной направленности запланированы в объеме 47 млрд. 796 млн. рублей, или 64 процента от общей суммы расходов.

Согласно данным таможенной статистики, внешнеторговый оборот Калужской области уменьшился в 2022 году на 33,6% в сравнении с 2021 годом и составил 6 млрд. долларов США. Объем импорта в 2022 году, по сравнению с предыдущим, снизился на 39%, а объем экспорта – на 7%.

Таблица 1. Источники и суммы доходов на 2022 и 2023 год, руб.

Наименование	2022 г., млн. руб.	2023 г., млн. руб.	Отклонение 2023 г. в % к 2022 г.
НАЛОГОВЫЕ И НЕНАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ	60623,167666	61784,327254	1,01915373
Налоговые доходы	58598,769552	60509,916537	1,03261411
Налоги на прибыль, доходы, всего, в том числе	38578,354366	40006,488000	1,03701904
Налог на прибыль организаций	18400,322000	18751,271000	1,01907298
Налог на доходы фи- зических лиц	20178,032366	21255,217000	1,05338403
Неналоговые доходы:	2024,398113	1274,410716	0,62952574
Доходы от использо- вания имущества, находящегося в го- сударственной и му- ниципальной собст- венности	1302,697022	472,292435	0,36254972
Платежи при пользо- вании природными ресурсами	154,134313	237,452346	1,54055474
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	52,995230	23,977029	0,45243749
Доходы от продажи материальных и нема- териальных активов	19,198900	1,309474	0,06820568
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	494,379303	538,654902	1,08955795
Прочие неналоговые доходы	0,993344	0,724527	0,72938177
БЕЗВОЗМЕЗДНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ	23131,503278	14428,678025	0,62376742
ДОХОДЫ ВСЕГО	83754,670944	76213,005279	0,90995528

Несмотря на это наблюдается оптимистичная картина. Устойчивое развитие экономики в условиях санкций является одной из приоритетных задач, поставленных предпринимателями и органами власти Калужской области. Выгодное местоположение, наилучшие условия для привлечения инвесторов, развитая инфраструктура, многоотраслевое размещение позволяют сохранить и даже нарастить объемы производства. Стратегически важное местоположение позволяет выступать в качестве логистического центра с перспективами развития транспортной и логистической инфраструктуры. В регионе насчитывается около 21 060 компаний, в том числе 216 компаний с годовой выручкой свыше 1 млрд. руб. Ведущую роль сохраняют предприятия машиностроения, металлообработки, лесной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной промышленности. Укрепили свои позиции предприятия фармацевтической, лёгкой и пищевой промышленности.

В 2022 и 2023 году проведена масштабная работа по импортозамещению сырьевых ресурсов, комплектующих, промышленного оборудования. Предприятия довольно активно смогли переориентироваться на внутренний рынок поставщиков сырьевых ресурсов, перевели бизнес в режим «бережливости». Важным направлением стало повышение качества выпускаемой продукции, повышение ее конкурентоспособности.

Так, завод «МосМедыньАгропром», входящий в состав ГК «ЭкоНива», успешно прошел процедуру добровольной сертификации. Продукция компании получила маркировку «Сделано в России», а также подтвердила статус поставщика качественной продукции. Завод получил право быть участником в одноименной программе Российского экспортного центра по продвижению известных российских брендов и товаров на внешних рынках. Это стало возможным благодаря национальным проектам «Малое и среднее предпринимательство» и «Международная кооперация и экспорт», основной целью которых является поддержка бизнеса на всех этапах его развития: от стартовой идеи до расширения и выхода на экспорт.

Основными точками роста в экономике Калужской области в 2023 году являются: производство машин и оборудования, производство готовых металлических изделий, лекарственных средств, производство изделий из дерева, бумаги и бумажных изделий. В производстве машин и оборудования, готовых металлических изделий в среднесрочном период планируют наращивать производство КТЗ, КАДВИ, МЕТАЛЛИСТ, ВЕНТАЛЛ, АГРИСОВГАЗ, НЛМК-Калуга и другие. В производстве бумаги и бумажных изделий растет выпуск продукции на предприятии ООО «АРХБУМ ТИССЬЮ ГРУПП», на бумажных фабриках в Полотняном заводе и Кондрово. Предприятия планируют расширение производства и реализацию новых проектов. Запуск производства бумажной продукции и продукции сан. назначения ООО Хаят. В обработке древесины динамика рос-

та связана с наращиванием производства компании Кронашпан в Людиновском районе. Увеличение выпуска лекарственных средств обусловлено наращиванием производства продукции на предприятиях фармкластера. Основными мерами государственной поддержки промышленности на прогнозный период будут являться:

- займы фонда развития промышленности;
- субсидии по отраслевым федеральным программам Минпромторга России;
- региональные субсидии на модернизацию производства.

Наибольшие резервы промышленного развития связаны с ростом инвестиций в основной капитал и освоением новых рыночных направлений.

5–6 октября 2023 года в Туле на IV Съезде региональных агентств инвестиций и корпораций развития были объявлены результаты Национальной премии «Лидеры инвестиционного развития-2023». Калужская область стала победителем в двух номинациях – «Лучший инвестиционный портал» и «Лучший видеоролик об инвестиционной привлекательности региона».

Важную роль в поддержке бизнеса играет Инвестиционный портал Калужской области, разработанный Агентством регионального развития (АРРКО). На сайте работает платформа онлайн осмотра площадок: ТОР, промышленных парков, ОЭЗ. Основное преимущество – возможность подать онлайн-заявку на размещение производства и в течение одного рабочего дня получить комплексный пакет предложений.

Активное участие Калужская область принимает во всех инвестиционных и экономических форумах, проводимых в РФ.

В июне 2023 года делегация из Калужской области приняла участие в Петербургском международном экономическом форуме. За несколько дней было подписано 23 соглашения, а общая сумма инвестиций составит более 76 млрд. рублей. Ряд договоров предполагает создание новых крупных производств, в частности, в фармацевтическом бизнесе. Компания «Фармасинтез» будет строить несколько заводов в Бабынинском районе Калужской области, что существенно расширит фармацевтические возможности региона. Сейчас данная организация ведет предпроектные работы по первому этапу. Он включает строительство завода субстанций и предприятия по выпуску готовых лекарственных форм. Оба они должны запуститься к 2026 году.

Компания «Стелла» намерена построить в Сухиничах тепличный комплекс по выращиванию овощей и цветов. Инвестиции здесь составят около 9 млрд. рублей. Срок окончания реализации проекта – 31 декабря 2028 года, однако Владислав Шапша утверждает, что строительство будет завершено раньше.

На площадке особой экономической зоны в Людиново будет построен домостроительный комбинат, а уже существующие организации планируют развивать свое производство. На форуме также были подписаны важные соглашения для региона в сфере туризма, экологии, спорта, развитии промышленности и цифровых технологий.

Калуга в 2023 году сохранила свою позицию в национальном рейтинге инвестиционного климата, несмотря на сложный период. Регион стал примером и эталоном многим направлениям взаимодействия с бизнесом. Качественный подъем здесь замечен во многих сферах. Мощный кластер предприятий создается в деревообработке. Благодаря государственной поддержке агропромышленного комплекса в Калужской области созданы условия для эффективного развития сельскохозяйственных отраслей.

До конца 2023 года планируется возобновление производства на бывшем заводе Volkswagen в Калуге. Завершен процесс продажи российских активов отечественному инвестору ООО «Арт Финанс», связанному с президентом дилера «Авилон» Андреем Павловичем. 21 июня 2023 г. ООО «Фольксваген Груп Рус» заявил о смене названия на ООО «АГР» / AGR Automotive Group.

Губернатор Калужской области постоянно проводит встречи с представителями деловых кругов региона в формате бизнес-завтраков в Торгово-промышленной палате для своевременного выявления проблем и поиска решений поддержки от малого до крупного бизнеса.

Для успешного перспективного развития экономики крайне важным является обеспечение квалифицированными кадрами. В сентябре 2023 года в Калуге открыт первый федеральный технопарк профессионального образования, который обеспечит как область, так и страну квалифицированными мастерами производственного сегмента.

Стоит отметить, что в регионе удалось избежать и проблемы с обеспечением топливом. Цены в области были самыми низкими среди всех регионов ЦФО, в связи с чем, топливом были обеспечены все предприятия Калуги и области.

С каждым днем специалисты внедряют все больше возможных вариантов путей «обхода» санкций и улучшения отечественного производства. За 2022 и 2023 годы предпринимателями и представителями власти Калужской области была оперативно проведена эффективная и масштабная работа, которая поспособствовала укреплению экономического развития региона. Несмотря на уже наметившуюся позитивную тенденцию развития экономики Калужской области в 2023 году, предприниматели не останавливаются на достигнутом. Наши специалисты продолжают выявлять новые ниши развития и совершенствовать ныне полученные результаты.

Библиографический список

1. Казанцев С.В. Антироссийские санкции: оценка ущерба/ С.В. Казанцев. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. 201 с.
2. Моисеев В.В. Санкции и их влияние на экономику России. Монография/ В.В. Моисеев М.: Директмедиа Паблишинг, 2023. 224 с.
3. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО "ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус" // Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/5042059767_ooo-folkswagen-grup-rus?ysclid=lobwdb6u49224980874 (дата обращения: 26.10.2023).
4. Министерство финансов Калужской области о бюджете 2023–2025 гг. // Портал органов власти Калужской области URL: <https://minfin.admoblkaluga.ru/page/2023-2025/> (дата обращения: 26.10.2023).
5. Об итогах деятельности Городского Головы города Калуги и Городской Управы города Калуги в 2022 году и задачах на 2023 год // Портал органов власти Калужской области URL: https://gov.admoblkaluga.ru/news/item-10240/?sphrase_id=66304 (дата обращения: 25.10.2023).
6. Об областном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов URL: <https://docs.cntd.ru/document/577972286> (дата обращения: 25.10.2023).

УДК 332.1

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Матчинов В.А., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрены траектория модернизации финансово-экономического образования, направления развития и обновления экономического образования, даны характеристики современного российского экономиста. Автором предложены два наиболее актуальных тренда развития финансового образования – повышение качества подготовки студентов и тренд на воспитательную работу. Представлены элементы траектории модернизации финансово-экономического образования.

Определены ведущие роли работодателей, базовых кафедр, образовательного пространства и инноваций в образовательной сфере.

Ключевые слова: тренд, модернизация, финансово-экономическое образование, качество подготовки, воспитательная работа, характеристики современного экономиста.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONS IN MODERN CONDITIONS OF MODERNIZATION OF FINANCIAL AND ECONOMIC EDUCATION

*Matchinov V.A., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article considers the trajectory of modernization of financial and economic education, the directions of development and renewal of economic education, and the characteristics of a modern Russian economist. The author suggests two of the most relevant trends in the development of financial education – improving the quality of student training and the trend towards educational work. The elements of the trajectory of modernization of financial and economic education are presented. The leading roles of employers, basic departments, educational space and innovations in the educational field are identified.

Keywords: trend, modernization, financial and economic education, quality of training, educational work, characteristics of a modern economist.

В современных условиях развития финансово-экономического образования важное значение имеет не только сохранение традиционных подходов к образовательному процессу, но и поиск актуальных трендов его развития. На сегодняшний день речь идет о двух основных трендах развития финансового образования – повышении качества подготовки студентов и тренде на воспитательную работу. Большое количество работ на эту тему можно увидеть в период с 2004 по 2009 гг., однако, сегодня качество подготовки финансистов снова становится центральным вопросом при решении проблемы модернизации финансово-экономического образования.

Так, компетентностный подход к подготовке финансистов был реализован такими учеными как Рудько-Силиванов В.В., Брызгалова Н.Я., Крючкова Е.А. Решением этой проблемы авторы называют совместную деятельность теоретиков и практиков по развитию учебно-методической и научной базы вуза. В этот же период изучения данной проблемы Костерина Т.М. говорила о роли информационно-обучающей среды вуза в подготовке специа-

листов для кредитно-финансовой сферы. С начала 2000-х гг. специалисты в сфере финансово-экономического образования говорили о неразрывной связи учебного процесса с развитием научной базы. Неразрывная связь с наукой выступила генеральной линией в развитии образования и подготовке специалистов для финансовой и банковской систем.

В современных условиях развития траектория модернизации финансово-экономического образования базируется на тесной связи образовательного процесса и научной деятельности и включает в себя следующие элементы, представленные на рисунке 1:



Рисунок 1. Траектория модернизации финансово-экономического образования

Как показано на рисунке 1, траектория модернизации финансово-экономического образования связана, в первую очередь, с партнерством с работодателями и учетом их требований к выпускникам. Велика роль базовых кафедр, новых лабораторий, пространств, образовательных технологий, реализуемых в партнерских образовательных программах, образовательных программ двух квалификаций или двух дипломов. Конечным результатом является матрица стратегического первенства, инновационные курсы и учебники.

Тренд на воспитательную работу определяется все большим запросом общества на разрешение таких актуальных вопросов как формирование традиционных морально-нравственных ценностей и патриотизма при подготовке специалистов для нашей страны. Центральным понятием в работах конца 2000-х гг. является предпринимательская деятельность. Позже появились запросы на управленческие навыки и духовно-нравственное развитие будущих специалистов финансово-экономического профиля. Воспитательная работа в сфере образования финансистов представлена работами Алексеевой Р.А., Малороссияновой О.И., Смитенко Б.С. и другими учеными. Со временем стала развиваться проектная работа и студенческое самоуправление.

В этом контексте следует отметить, что по результатам проведенного исследования среди обучающихся Калужского филиала Финуниверситета основным мотиватором (драйвером) образования является интерес и перспектива. На это указали 88% обучающихся, составивших выборку ис-

следования. При этом 89% определили в качестве такого мотиватора образовательные программы с получением двух квалификаций и дополнительное профессиональное образование.

Вместе с этим, в современном обществе существует запрос на обновление финансово-экономического образования, поскольку в базовых программах за последние 15 лет наблюдается некоторое отставание. Обновление финансово-экономического образования может идти в соответствии с рядом направлений и характеристик специалиста, которые он приобретает в ходе обучения вуза. Рассмотрим содержание векторов обновления в таблице 1:

Таблица 1. Обновление финансово-экономического образования

Направления развития финансово-экономического образования	Характеристики современного российского экономиста
- фундаментальная подготовка в области современных эмпирических методов; - знание российских социально-экономических реалий (риско-ориентированный подход); - изучение современных и значимых направлений экономической мысли	- способность адаптации экономической теории к решению практических задач; - обладание актуальными знаниями об экономике России; - приверженность гуманистическим принципам при вынесении рекомендаций

Таким образом, модернизация финансово-экономического образования базируется на связи новых теоретических знаний и фундаментальных исследовательских методов. Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации и обновления финансово-экономического образования предполагает формирование таких характеристик современного экономиста как наличие фундаментальных знаний и исследовательских навыков, способность решать новые практические задачи.

Библиографический список

1. Алексеева Р.А. Воспитательные технологии в процессе подготовки финансистов // Финансы: теория и практика. 2008. № 4. С. 88–92.
2. Костерина Т.М. Информационно-обучающая среда подготовки специалистов для кредитно-финансовой сферы // Статистика и экономика. 2009. №3. С. 22-24.
3. Малороссиянова О.И. Подготовка студентов к предпринимательству // Образование. Карьера. Общество. 2017. № 1(52). С. 5–8.

4. Рудько-Силиванов В.В., Брызгалова Н.Я., Крючкова Е.А. Компетентностный подход к подготовке финансистов // Высшее образование в России. 2009. № 6. С. 72–76.

5. Рудько-Силиванов В.В. Модернизация подготовки специалистов для финансовой и банковской систем // Вестник ТГЭУ. 2004. № 3. С. 102–106.

6. Смитиенко Б.М. Учебно-воспитательная работа в вузах – новые вызовы и новые ответы // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2011. № 2. С. 4–12.

УДК 336.6

АКТУАЛЬНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Титова А.А. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье раскрыта роль финансового образования в настоящее время, приведен пример введения инновации для передачи финансовых знаний. Также указаны основные факторы развития финансовых возможностей.

Ключевые слова. Финансовое образование, финансовые возможности, финансовая грамотность, факторы развития, личные финансы.

RELEVANCE OF FINANCIAL EDUCATION IN THE MODERN WORLD

Titova A.A. bachelor's degree of the 3rd year

*Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article reveals the role of financial education at the present time and provides an example of introducing innovation for the transfer of financial knowledge. The main factors for the development of financial capabilities are also indicated.

Keywords. Financial education, financial capabilities, financial literacy, development factors, personal finance.

Финансовое образование играет жизненно важную роль в расширении прав и возможностей отдельных людей и сообществ в достижении экономической независимости и процветания. Оно дает людям знания и навыки, необходимые для принятия обоснованных финансовых решений, эффективного управления своими ресурсами и ориентирования в сложностях финансового мира. Повышая финансовую грамотность, люди могут получить контроль над своей финансовой жизнью, планировать будущее и достичь экономической стабильности.

Становление человека финансово способным является важным шагом на пути к установлению финансовой безопасности, особенно для потребителей с низкими доходами и недостаточно обеспеченными финансовыми услугами. Управляя расходами, устанавливая долгосрочные цели и эффективно ориентируясь в наборе доступных финансовых продуктов и услуг, эти потребители оказываются в более выгодном положении, чтобы выдерживать экономические спады и добиваться финансового процветания. По мере развития сферы финансового образования важно сосредоточить внимание на тех стратегиях, которые не только помогают потребителям расширить свои знания, но и помогают им установить здоровое финансовое поведение.

Область финансового образования была сосредоточена в первую очередь на разработке и предоставлении информации о финансовых продуктах, менеджменте и принятии решений. Информация часто предоставляется посредством семинаров, серий занятий или материалов для самостоятельного обучения по различным каналам (книги, интернет-сайты и т. д.). Бесчисленные программы финансового образования и учебные программы такого рода были разработаны и реализуются самыми разными организациями.

Сфера финансового образования развивается в результате экономического кризиса и его воздействия на потребителей. Самое заметное и важное изменение на данный момент — это сдвиг от финансового образования к финансовым возможностям. Эта терминология в последнее время используется во всем мире.

К основным факторам развития финансовых возможностей относятся:

- Актуальность. Программы, тематика которых направлена на решение конкретных проблем и финансового положения участников, способны привлечь внимание людей и мотивировать их к изменениям. Кроме того, новые программы и инструменты с большей вероятностью будут приняты, если они представлены в соответствующем контексте.
- Своевременность. Время предоставления информации, совпадающее с ключевыми жизненными событиями или моментами принятия ре-

шения, может обеспечить немедленную обратную связь, которая поможет потребителям лучше понять последствия своего поведения.

- **Практичность.** Когда программы и инструменты можно сразу же использовать для демонстрации финансовых возможностей, они могут помочь потребителям сформировать позитивные привычки и поведение. Такой подход позволяет потребителям применять вновь полученные знания на практике таким образом, чтобы улучшить их финансовое положение. Например, сочетание сообщений о преимуществах сбережений с возможностью открыть счет дает потребителям возможность сделать решительный шаг к планированию своего финансового будущего.

- **Постоянство.** Программы, направленные на развитие долгосрочных отношений, предлагают существенную постоянную поддержку по мере того, как потребители меняют свое поведение. В частности, периодические оценки прогресса и возможности отслеживания помогают потребителям выработать положительные привычки и осознать долгосрочное влияние своих решений. Например, продукты целевых сбережений могут помочь потребителям достичь своих целей, побуждая их разрабатывать долгосрочные планы и предоставляя инструменты для отслеживания их прогресса. Сочетание этих мер с поддержкой коллег и оценкой дает потребителям дополнительный стимул выполнять свои обязательства.

Еще одним важным событием в переходе к финансовым возможностям является растущая доступность и сложность коммуникационных технологий. Технологии позволяют охватить больше людей с минимальными затратами. От мобильных телефонов до веб-сайтов сегодня существует больше способов, чем когда-либо, общаться с потребителями в режиме реального времени по вопросам их финансов. Кроме того, появились новые инструменты для агрегирования финансовых данных из разрозненных источников и их анализа различными способами. Эти инструменты могут помочь в составлении бюджета, управлении денежными потоками, покупке нужного продукта и планировании на будущее [1].

Некоторые инновации используют технологии, предлагающие простые способы предоставления актуального и значимого варианта обучения для того, чтобы добиться большего и при этом с минимальными затратами.

Возможно, наиболее ярким примером такого подхода является использование образовательных онлайн-игр для передачи финансовых знаний. Такие программы используют растущий интерес к компьютерным и мобильным играм и предлагают финансовое образование в контексте, который не только актуален, но и приятен для игроков. Такие игры существуют даже для детей от трех лет.

Финансовое образование молодежи способствует принятию правильных экономических решений, минимизирует риски и, тем самым,

способно повысить экономическую устойчивость. Недостаточный уровень финансовой грамотности в сфере личных финансов может привести не только к банкротству, но и к неграмотному планированию будущей деятельности, чрезмерным долгам и социальным проблемам [2].

Помимо всего вышеперечисленного, важность финансового образования заключается в следующем:

1. Расширение прав и возможностей отдельных людей. Финансовое образование дает людям возможность самим заботиться о своем финансовом благополучии. Оно вооружает их знаниями, необходимыми для составления бюджета, сбережения, инвестирования и принятия разумных финансовых решений. Понимая финансовые концепции, такие как сложные проценты, инфляция и управление рисками, люди могут делать осознанный выбор и не становиться жертвами финансовых ловушек. Финансово образованные люди лучше подготовлены к преодолению неожиданных финансовых кризисов, планированию выхода на пенсию и достижению своих долгосрочных целей.

2. Повышение экономической стабильности. Финансово грамотные люди вносят вклад в общую экономическую стабильность. Когда люди хорошо разбираются в личных финансах, они с большей вероятностью будут принимать ответственные решения, избегать чрезмерных долгов и создавать сбережения на случай непредвиденных обстоятельств. Это снижает финансовый стресс для отдельных лиц и помогает поддерживать стабильную экономику. Более того, финансово образованные люди менее подвержены мошенничеству, что сводит к минимуму их подверженность финансовым рискам.

3. Содействие предпринимательству и росту бизнеса. Финансовое образование играет решающую роль в содействии предпринимательству и росту бизнеса. Понимая принципы финансов, начинающие предприниматели могут разрабатывать свои бизнес-планы, обеспечивать финансирование и эффективно управлять своими финансами. Финансово грамотные люди лучше подготовлены к выявлению инвестиционных возможностей, пониманию тенденций рынка и принятию обоснованных решений, способствующих успеху в бизнесе. В результате финансовое образование способствует созданию благоприятных условий для роста предпринимательства, создания рабочих мест и экономического развития.

4. Преодоление социально-экономического разрыва. Нехватка финансовых знаний и ресурсов часто увековечивает социально-экономический разрыв. Финансовое образование может служить мощным инструментом для преодоления этого разрыва, предоставляя людям из всех социально-экономических слоев необходимые навыки и знания для улучшения их финансового положения. Оно дает нуждающимся сообществам

возможность вырваться из порочного круга бедности, накопить активы и создать более инклюзивное в финансовом отношении общество. Предоставляя равный доступ к возможностям финансового образования, можно гарантировать, что у каждого будет справедливый шанс достичь экономических прав и возможностей.

5. Укрепление финансовых институтов и рынков. Финансовое образование также имеет значительные преимущества для стабильности и эффективности финансовых институтов и рынков. Когда люди хорошо информированы о финансовых продуктах и услугах, они становятся ответственными потребителями, обеспечивая честную конкуренцию и предотвращая неправильную продажу финансовых продуктов. Более того, финансово образованные люди с большей вероятностью будут участвовать в официальной банковской системе, тем самым укрепляя общую финансовую инфраструктуру. Это помогает в эффективном распределении ресурсов и способствует экономическому росту.

6. Повышение финансовой грамотности. Финансовое образование учит людей составлять и поддерживать бюджет, отслеживать расходы и эффективно управлять денежными потоками. Эти навыки имеют основополагающее значение для создания прочной финансовой основы. Образование в области банковских услуг и стратегий сбережения помогает людям делать осознанный выбор наилучших банковских вариантов, понимать процентные ставки и вырабатывать эффективные привычки к сбережению. Также финансовое образование охватывает такие темы, как кредитные баллы, кредитные карты, займы и управление долгом. Это дает людям знания, необходимые для принятия ответственных решений о заимствовании, предотвращения чрезмерной задолженности и поддержания здорового кредитного профиля [3].

Образование играет жизненно важную роль в предоставлении людям возможности контролировать свою финансовую жизнь. Предоставляя знания и навыки в области личных финансов, составления бюджета, банковского дела, инвестирования и решения финансовых проблем, образование вооружает людей инструментами, необходимыми для принятия обоснованных решений, повышения финансовой устойчивости и обеспечения лучшего будущего. Финансовое образование - это путь на всю жизнь, и люди, которые отдают приоритет обучению и стремятся расширить свои финансовые знания, лучше подготовлены к достижению финансовых возможностей и успеха. Финансовое образование оказывает далеко идущие позитивные последствия - от поощрения предпринимательства и роста бизнеса до преодоления социально-экономического разрыва. Оно не только дает людям возможность достичь экономической стабильности, но и укрепляет финансовые институты и рынки.

Библиографический список

1. Необходимость финансового образования // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-finansovogo-obrazovaniya/viewer> (дата обращения: 30.10.2023).
2. О роли финансового образования в профессиональной подготовке специалистов // КиберЛенинка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-roli-finansovogo-obrazovaniya-v-professionalnoy-podgotovke-spetsialistov/viewer> (дата обращения: 29.10.2023).
3. Финансово грамотное поведение как ключевой критерий повышения финансовой грамотности // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovo-gramotnoe-povedenie-kak-klyuchevoy-kriteriy-povysheniya-finansovoy-gramotnosti/viewer> (дата обращения: 30.10.2023).

УДК 331

РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Тумбулян И.Г. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Крамлих О.Ю., к.э.н., доцент

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск

Аннотация. В данной статье поднимаются важнейшие на сегодняшний день вопросы цифровизации экономической сферы. Рассматривается влияние цифровизации на структуру рынка труда, а также основные тенденции занятости в условиях компьютеризации производственных процессов.

Ключевые слова: цифровизация, рынок труда, автоматизация производства, инновации, компьютеризация, занятость.

DEVELOPMENT OF THE LABOR MARKET IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Tumbulyan.I.G. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: O.Y. Kramlikh, Candidate of Economics, Associate Professor

Smolensk Branch of the University of Finance, Smolensk

Abstract. This article raises the most important issues of digitalization of the economic sphere today. The influence of digitalization on the structure of

the labor market is considered, as well as the main employment trends in the conditions of computerization of production processes.

Keywords: digitalization, labor market, automation of production, innovation, computerization, employment.

Рынок труда является внутренней системой экономики и напрямую влияет на динамику экономического роста и макроэкономическое равновесие. При этом основные тенденции занятости формируются под влиянием структурных изменений в экономике и развития инновационных процессов.

Трансформация рынка труда происходит под влиянием цифровой экономики, меняются традиционные формы занятости, что требует формирования у сотрудников принципиально новых навыков и компетенций, в том числе цифровых навыков.

Цифровизация стремительно меняет структуру экономики, труда, социальной системы и социальной сферы. Оно проникло не только в производство, но и в повседневную жизнь каждого человека. Цифровая трансформация некоторых отраслей изменила бизнес-процессы, в которых доминировали компании, которые сделали приоритетным переход на цифровой подход, инвестируя в технологии и человеческий капитал.

По данным Всемирного банка, цифровая экономика составляет 15,5% мирового ВВП и растет в два с половиной раза быстрее, чем мировая экономика за последние 15 лет. Но при рассмотрении рисков цифровизации степень ее воздействия на рынок труда вызывает первоочередное беспокойство.

Пандемия коронавируса ускорила переход мировой экономики из офлайна в онлайн. Рынок труда оказался не готов к такому «шоку» и вынужден был быстро адаптироваться к изменениям. Ситуация вынудила многие предприятия увольнять сотрудников или отправлять их в бессрочные отпуска, сокращать рабочее время или переводить работников на удаленный формат работы. Эти тенденции привели к кардинальным изменениям на рынке труда, заставив страны модернизировать существующую инфраструктуру в короткие сроки. В результате одни профессии стали востребованы, другие – менее, а некоторые вообще потеряли спрос.

Основная проблема для всех компаний, которым необходимо понять, как справляться с внезапным ростом, разрывом рынка, потенциальным надвигающимся кризисом и т. д., – это наличие людей с нужными навыками и правильной мотивацией для обеспечения роста. Рост, который все больше обеспечивается цифровыми технологиями, электронной коммерцией, торговыми площадками и ведущими компаниями.

Многие производственные сектора, такие как торговля, гостиничный бизнес и общественное питание, пострадали как от продолжающегося процесса цифровизации, так и от Covid-19 и, следовательно, будут более подвержены сокращению занятости и в будущем.

По официальным данным международной консалтинговой компании “McKinsey” профессиональными профилями, которые будут расти больше всего в период 2020–2030 годов будут соответственно те, которые относятся к научно-технологическим дисциплинам. Следовательно функции административной поддержки, рабочие на производстве и работники продаж и обслуживания клиентов пострадают от спада. Кроме того, чтобы получить доступ к рабочим местам, связанным с новыми профессиями, работникам придется сосредоточиться на обучении и переподготовке, а также проявить готовность к изменениям – даже радикальным – в своих задачах. Им также придется иметь возможность взаимодействовать со все более распространенной автоматизацией.

Международной исследовательская и консалтинговая компания “IDC” в своем недавнем отчете, под названием “Будущее труда” заявила, что трансформация труда будет иметь весьма впечатляющие последствия, способные подавить и исказить корпоративную культуру, организацию и способ ведения бизнеса. Фактически, продолжающаяся цифровая трансформация влияет на традиционные модели работы, многие из которых оказываются менее гибкими, адаптированными и масштабируемыми. В будущем необходимо будет сосредоточиться на деятельности с более высокой ценностью, на мониторинге и управлении рисками, делегируя управление повторяющимися и избыточными практиками автоматизации, а также инвестируя в человеческие ресурсы, основанные на новых ценностях и навыках. Предполагаются также глобальные изменения касаясь образа мышления о работе с технологической, культурной и организационной точки зрения. Со временем будет сформирована новая рабочая модель, которая способствует сотрудничеству человека и машины, дает новые навыки и опыт; поддерживает среду, не ограниченную временем и пространством, для повышения гибкости бизнеса, производительности труда и операционной эффективности организации. Следует также отметить, что к 2025 году вклад так называемых «цифровых сотрудников», то есть интеллектуальных машин, увеличится на 35% за счет использования технологий на основе искусственного интеллекта, робототехники, AR/VR, аналитики, машинного обучения и т.д.

К 2024 году 30% наиболее важных компаний мира – то есть так называемого Global 2000 – будут полагаться на виртуальные экосистемы, поскольку они более безопасны, интеллектуальны, высоко интегрированы и ориентированы на сотрудничество. Более того, около двух третей со-

трудников компаний Global 2000 откажутся от статических ролей и процессов, перейдя от иерархической корпоративной культуры к более « гибкой », динамичной, многопрофильной.

Новые организационные парадигмы предложат работникам более разнообразную деятельность, больше возможностей для личностного роста, а также потребуют более высоких требований к непрерывному обучению.

Говоря о многочисленных преобразованиях, которые могут произойти с рынком труда в России вследствие его цифровизации, следует отметить, что многие эксперты говорят о достаточно стремительном преобразовании российской экспортно ориентированной экономики в более инновационную. Данный тренд также наблюдается в документах стратегического планирования. Следовательно, нетрудно предположить, что переход к компьютерным технологиям и роботизированным системам является приоритетом для быстрого развития научно-технической базы России на ближайшие 10–15 лет. Немаловажным событием, которое послужило толчком для дальнейшего развития рынка труда и цифрового сектора, является национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», которая была утверждена в 2019 году. Данная программа предполагает развитие таких направлений, как информационная безопасность, искусственный интеллект, законодательное регулирование ИТ сферы, подготовка высококвалифицированных кадров для цифровой экономики и др. [1]. Однако следует отметить, что повышение производительности труда в связи с внедрением цифровых технологий в зарубежных организациях все еще является дискуссионным вопросом для многих российских компаний. Данные сомнения обусловлены тем, что большинство специалистов не замечают тех многочисленных недостатков, которые существуют в инновационных моделях бизнес-процессов, вызванных недостаточным уровнем развития цифровых отраслей во многих регионах. Наиболее существенно данный недостаток проявляется в попытке использования инновационных цифровых инструментов непосредственно в производстве. В данном случае роста производительности и эффективности труда может и вовсе не наблюдаться. Многие экономисты также подчеркивают достаточно низкий уровень использования цифровых ресурсов в предприятиях и организациях многих регионов, что является одним из немногих препятствий для увеличения эффективности и роста производительности [2].

Цифровые изменения уже происходят и следуют схеме, существующей в большинстве стран. Это означает большие требования к адаптации и повышению компетентности. Промежуточные рабочие места, которые есть у большинства людей среднего класса, становятся все меньше или

радикально меняются, поэтому как работнику приходится либо становиться более квалифицированным, либо рисковать отставать и выполнять более простую работу на дому. Одна вещь, которая отличает эту структурную трансформацию от предыдущей, заключается в том, что, если раньше речь шла об автоматизации конвейерных лент в промышленности, то теперь речь идет о рабочих местах в сфере услуг, которые будут автоматизированы. Это также относится к квалифицированным профессиям, таким как юристы, консультанты по бухгалтерскому учету и врачи. Работа, конечно, не исчезнет, но изменится ее содержание.

Исследования показывают, что новые рабочие места создаются в связи с технологическими сдвигами, но адаптация требует времени. Многие рабочие места сегодня не существовали 15 лет назад. Это не означает, что перемены сильно затронут отдельных лиц, населенные пункты, отрасли – мы видели это в прошлом, и это происходит сейчас. Уникальность продолжающегося технологического сдвига заключается в том, что переход происходит быстро благодаря новым технологиям, цифровизации и жесткому конкурентному давлению в результате глобализации.

Исследования также зафиксировали поляризацию рабочих мест во многих западных странах; Создаются низко- и высококвалифицированные рабочие места, а средние слои рынка труда исчезают. В прошлом высокообразованные люди были в большей безопасности во времена структурных преобразований. Сегодня все виды повторяющихся задач заменены алгоритмами, машинами и роботами. Надежные рабочие места требуют от человека компетентности и творческого подхода, независимо от уровня образования. Многим придется сменить путь в течение своей трудовой жизни. Поэтому необходимо создать реальные условия для так называемого обучения на протяжении всей жизни, которое может подразумевать новое образование.

В результате цифровизации на рынок труда оказывают влияние четыре основных события: механизация труда, изменение бизнес-моделей и организации труда и изменение необходимых и востребованных навыков и квалификация. Конкретное воздействие цифровизации на рынок труда зависит, прежде всего, от ее конструкции, того, насколько далеко она проникает в экономику и труд.

В целом, во всех отраслях, профессиях и на всех уровнях требований изменится не столько количество, сколько качество и характер оплачиваемого труда. Вместо технической и неизбежной безработицы следует ожидать смены сфер деятельности и профессиональных, а затем и структурных изменений рынка труда, что особенно затрагивает профессиональное обучение. Там, где современные информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), сетевое взаимодействие и сочетание челове-

ческих и технических навыков позволяют создавать новые бизнес-модели и продукты, возникают новые профессиональные сферы и области деятельности [3]. Другие исчезают, обесцениваются или модернизируются. Там, где деятельность заменяется технологиями в одном месте, потребность в рабочей силе возрастает в другом месте.

Потенциал взаимозаменяемости отдельных профессиональных сегментов, то есть насколько сильно они могут стать заменяемыми в результате технологических изменений, можно предсказать заранее: согласно модельному расчету Института исследований рынка труда и профессий (IAB), профессии в сфере производства и производственных технологий имеют существенное преимущество. Наибольший потенциал для замещения имеют профессии в сфере услуг, деятельности в области корпоративного управления и организации, а также профессии в области транспорта, логистики и торговли. Согласно прогнозам, профессии в области строительства, охраны труда и техники безопасности, а также профессии социального и культурного обслуживания практически не будут затронуты. В целом цифровизация укрепляет сферу услуг и ускоряет структурные изменения в экономике и на рынке труда, которые уже происходят в этом направлении; особенно на основе новых бизнес-моделей. Говоря о сферах деятельности, где прогнозируется устойчивый рост, в первую очередь следует отметить именно те сферы, которые нельзя заменить технологиями, но которые тесно с ними связаны. Речь идет о тех квалификациях, которые связаны с аналитической обработкой данных, выдвижением гипотез для продвижения того или иного продукта организации, построением моделей машинного обучения, онлайн-маркетингом и др. Также вследствие цифровизации экономики, наблюдается потребность и в социально-гуманитарных компетенциях и областях, связанных с созданием более комплексных способов передачи знаний и информации. Постоянные изменения демографической ситуации страны, миграция и развитие новых профессиональных навыков также укрепляют медицинские, социальные и педагогические профессии, поскольку вместе с ними возрастает потребность в услугах по квалификации, интеграции, инклюзивности и уходу [4].

Важно также отметить, что российские компании обязательно должны принять во внимание тот факт, что обучение цифровым компетенциям работников и их переподготовка требуют выделения дополнительных средств из бюджета, формирования надежной цифровой инфраструктуры и обеспечение финансовой безопасности и поддержки. Справедливое распределение выгод от цифровой трансформации между работниками и работодателями является еще одной важной задачей, которая стоит перед государством. Важно также упомянуть про расширяющееся цифровое пространство, которое с каждым днем охватывает все больше и больше

областей, поэтому государству приходится принимать меры по формированию безопасной цифровой среды как для работников, так и для работодателей [5].

Будущее рынка труда выглядит захватывающим и сложным, поскольку оно развивается в ответ на ряд тенденций и разрушительных факторов. Автоматизация, основанная на искусственном интеллекте и робототехнике, продолжит трансформировать рынок труда. Эта технология открывает новые возможности в разработке, обслуживании и контроле автоматизированных систем.

Поскольку машины берут на себя повторяющиеся задачи, спрос на уникальные человеческие навыки, такие как креативность, решение проблем, сочувствие и принятие этических решений, значительно возрастет. Мягкие навыки станут ценным активом на рабочем месте.

Устойчивое развитие и социальная ответственность станут центральными факторами на рынке труда. Переход к более зеленой и устойчивой экономике создаст рабочие места в таких секторах, как возобновляемые источники энергии, утилизация отходов и охрана окружающей среды.

Предпринимательский дух будет продолжать процветать, и все больше людей будут стремиться создавать свои собственные компании и стартапы, чтобы воспользоваться рыночными возможностями. Компании признают важность разнообразия и инклюзивности в рабочей силе и будут активно работать над созданием справедливых условий труда.

Библиографический список

1. Балог М.М. Влияние цифровизации экономики на рынок труда / М.М. Балог, С.Е. Демидова, В.В. Троян // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2021. № 5. С. 60–74.
2. Ло Ш. Формирующие особенности рынка труда и занятости факторы в эпоху цифровизации (на примере китайского рынка труда) / Ш. Ло // Социология. 2020. № 2. С. 275–280.
3. Горда О.С. Особенности формирования международного рынка труда в условиях цифровизации / О.С. Горда // Эпомен. 2020. № 40. С. 131–148.
4. Жутаева Н.А. Кластеры цифровой экономики в Смоленской области, его проблемы и тренды развития / Н.А. Жутаева, О.Ю. Крамлих, С.А. Чудакова // Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды: Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции, Брянск, 07 июня 2019 года. Брянск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный инженерно-технологический университет», 2019. С. 166–171.

5. Крамлих О.Ю. Изменения внешнеэкономической деятельности в условиях цифровизации / О.Ю. Крамлих, Л.Т. Киященко // Стратегирование регионального развития в новых экономических реалиях: Материалы Всероссийского экономического онлайн-форума с международным участием, приуроченного к празднованию 55-летия Липецкого филиала Финуниверситета, Липецк, 16–17 декабря 2020 года / Под общей редакцией О.Ю. Смысловой. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2021. С. 131–135.

УДК 338.242.2

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Филиппович Р.М. магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В работе проведены исследования по инновационной деятельности в Калужской области, рассмотрены факторы, влияющие на деятельность и итоги проектов в последние три года

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, программы, государственная поддержка, инвестиции

ANALYSIS OF INNOVATION ACTIVITY IN THE KALUGA REGION

Filippovich R.M. 1st year master's student
Scientific supervisor: E. V. Gubanova, Candidate of Economics,
Associate Professor
Kaluga Branch of the Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The paper conducts research on innovation activity in the Kaluga region, considers the factors influencing the activities and results of projects in the last three years. Aspen innovation programs operating in the region are also considered.

Keywords: innovations, innovative activity, programs, state support, investments

Инновационный потенциал региона – это совокупность условий, ресурсов и возможностей которые способствуют созданию, внедрению и

распространению новых идей, технологий и продуктов. Это неотъемлемая часть экономического развития и конкурентоспособности региона на мировом рынке. Калужская область считается регионом с высоким потенциалом к инновационным технологиям. Благодаря производству наукоемких товаров и услуг, предоставления рабочих мест для профессионалов, качества образовательной сферы регион становится более привлекательным как для государственной поддержки, так и для инвесторов.

Если говорить об успехах Калужской области, то можно обратиться к итогам Национального рейтинга развития субъектов Российской Федерации 2022 года. Калужская область заняла 12-е место по рейтингу научно-технического развития и 6-е по показателю создания благоприятной среды.

Таких успехов регион смог добиться благодаря инновационной политике Калужской области, реализованной в период 2009-2021 годов. В основе этого проекта были качество жизни населения, повышение конкурентоспособности и устойчивое экономическое развитие.

Развитие экономической сферы в Калужской области далее будет происходить медленно, она будет направлена на восстановление после пандемии и последствий СВО. Новая инновационная политика Калужской области имеет четыре основных стратегии:

1. Создание инновационной инфраструктуры для интеграции всех вопросов развития Калужской области.
2. Организация и внедрение новых ресурсов
3. Развитие кластеров, влияющих на основные показатели развития «Калужской области»;
4. Поддержка и развитие экспорта в Калужской области.

Калужская область располагает следующей инновационной инфраструктурой:

1. Центры (Центр информационных технологий, Центр коллективного пользования, Инжиниринговый центр, Центр молодежных инноваций и творчества, Региональный инновационный центр, Региональный инновационный центр, Центр молодежных инноваций и творчества, Региональный интеграционный центр).

2. Бизнес-инкубаторы

3. Научно-технологический парк «Обнинск» в области высоких технологий

4. АО «Агентство инновационного развития» – Центр кластерного развития Калужской области.

5. Взаимодействие с Фондом поддержки малого и среднего предпринимательства в области науки и технологий

6. Технологическая сфера.

7. Взаимодействие с АО «Роснано» – Фонд инфраструктурных и образовательных программ

8. Участие в Ассоциации инновационных регионов России Создание инновационной инфраструктуры, объединяющей все задачи развития Калужской области;

Эти платформы помогают Калужской области в достижении целей инновационной политики и стимулируют на развитие региона, что сказывается на качестве жизни населения, демографии, безработицы и малом и среднем бизнесе в области.

Рассмотрим показатели, характеризующие инновационную деятельность в Калужской области в период 2020-2022 гг., представленные в таблице 1.

Затраты на инновационную деятельность организации показывают сколько средств было потрачено на инновационную деятельность всех организаций в Калужской области, в 2020 году было затрачено 15 471,00 млн.руб., а в 2022 году уже 7 067,00 млн.руб., что на 54,32% меньше. По таблице видно, что такой спад произошел ещё в 2021 году. Причиной этих изменений стали последствия пандемии. Уровень инновационной активности организаций показывает, сколько процентов занимает инновационная деятельность в организациях по Калужской области. Этот показатель оставался стабильным последние три года на уровне 12%. В целом это неплохой результат, но поднять его до 15% в ближайшие года будет необходимо. Объем инновационных товаров, работ и услуг изменяется каждый год. В 2020 году составило 212 706,80 млн.руб., в 2021 году 35 790,50 млн.руб., а в 2022 году составил 27 460,30 млн.руб.. За два года объем инноваций сократился на 23,27%, несмотря на рост показателя в 2021 году. Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг имеет идентичную динамику с предыдущим показателем, что неудивительно, ведь показатель показывает, сколько инноваций было создано среди всей деятельности организаций. В 2020 году показатель составил 0,5%, а в 2021 году 3,3%, что показывает положительную динамику. В 2022 году удельный вес составляет 2,8%, показатель сократился на 0,5%. Удельный вес затрат на инновационную деятельность в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг имеет стабильный показатель в 0,7%, несмотря на то что затраты на инновационную деятельность имели отрицательную динамику.

В целом учитывая ситуацию, которая складывается Российской федерации в рассматриваемый период, показатели имеют неплохую устойчивость.

*Таблица 1. Показатели, характеризующие инновационную деятельность
в Калужской области*

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Измене- ния, 2022 г. к 2020 г., в %	Измене- ния, 2022 г. к 2021 г., в %
Затраты на иннова- ционную деятель- ность организаций, млн. руб.	15 471,0	7 733,3	7 067,0	-54,32	-8,62
Уровень инноваци- онной активности организаций, %	12,1	12,4	12,0	-0,1	-0,4
Удельный вес орга- низаций, осуществ- лявших технологи- ческие инновации, в общем числе об- следованных орга- низаций, %	25,8	25,8	24,8	-1	-1
Объем инноваци- онных товаров, ра- бот, услуг, млн.руб.	21 706,8	35 790,5	27 460,3	26,51	-23,27
Удельный вес ин- новационных това- ров, работ, услуг в общем объеме от- груженных товаров, выполненных ра- бот, услуг, %	0,5	3,3	2,8	1,3	-0,5
Удельный вес за- трат на иннова- ционную деятель- ность в общем объ- еме отгруженных товаров, выполнен- ных работ, услуг, %	0,7	0,7	0,7	0,00	0,00

* Таблица составлена основе данных официального сайта Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>

В целом Калужская область активно поддерживает инновационную деятельность. Различные проекты и программы направлены на научно-технический и инновационный потенциал. Одним из главных центров Калужской области считается Обнинск, так как там находится физико-энергетический институт, занимающийся исследованиями в области ядерной физики и энергетики. Там же работает и Инновационный научно-технический центр «Технопарк-Обнинск», который оказывает поддержку малым и средним предприятиям, работающим в сфере инноваций.

Если говорить о цифровизации региона, то можно обратить внимание на кластер информационных и коммуникационных технологий. В городах работают такие компании как «Яндекс», «Mail.Group», «Лаборатория Касперского».

Благодаря комплексно-системному проекту «Безопасный и умный город» в Калуге и Обнинске повышается эффективность принятия решений по социально-экономическому развитию региона. В его основе лежит цифровизация следующих направлений: транспорта, экологии, городского хозяйства и системы правопорядка. Основным участником и инициатором проекта является государственная корпорация «Ростех», они занимаются разработкой оборудования для цифровизации экономики. Его партнером выступает «Ростелеком».

«Умный город» – это, прежде всего новейшие технологии, которые позволяют навести порядок в обществе. Например, беспилотники станут помощниками кадастровой службы, они помогут находить скрытые территории, владельцы которых уклоняются от налогов. Беспилотники смогут следить за экологической обстановкой в городе, регулировать дорожную ситуацию. С их помощью можно создавать качественные и достоверные 3D модели территорий.

Введённая в ЖКХ цифровизация улучшила качество работ по уборке улиц на 30% еще в прошлом году. Так же в городах планируется ввод цифровой транспортной системы, она сможет анализировать загруженность дорог, благодаря этому будет увеличиваться поток общественного транспорта в нужные маршруты. Сейчас мы уже можем пользоваться одним из улучшений транспорта – отслеживание необходимого транспорта. Многие автобусы, маршрутки и троллейбусы уже оснащены системой отслеживания. Проверить где едет нужный транспорт можно через приложение bus.40 или Яндекс.Карты.

В Обнинске продолжает свою работу бизнес-инкубатор – «Сколково». Его приоритетными направлениями являются ядерные исследования и разработки, ядерная медицина и фармацевтика, информационно-коммуникационные технологии. Проект Инновационного научно-технологического центра «Парк ядерных и медицинских технологий» в

Обнинске – один из главных в России проектов, которые способствуют развитию экономики.

Среди партнёров «Сколково» выделяются такие организации ГК «Росатом», МИФИ, Курчатовский институт, НМИЦ радиологии. Также на базе «Атомного «Сколкова» может быть реализован экспортоориентированный первый российский проект Центра ядерной науки и технологий (ЦЯНТ). Планируется строительство научно-клинического центра, где вместе с НМИЦ «Радиологии» будут оцифрованы базы данных историй болезней и снимков, на основе которых позже будет создана аналитическая система принятия врачебных решений в соответствии с мировыми трендами развития медицины.

Чтобы систематизировать текущее состояние и перспективы инновационного развития в Калужской области, мы проведем SWOT-анализ факторов инновационной активности (таблица 2). Как мы видим из таблицы, Калужская область обладает многими сильными сторонами, но в то же время угрозы могут легко помешать ее развитию и возможностям, которые открываются перед регионом в области инноваций. Поэтому необходимо укреплять свои сильные стороны и закрывать свои слабые стороны.

Таблица 2. SWOT-анализ факторов инновационной активности Калужской области

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
- Благоприятное географическое расположение, определенное принадлежностью к Центральному федеральному округу; - Развитая транспортная система и грузоперевозки; - Высококачественная инфраструктура; - Государственное субсидирование инновационных проектов; - Профессиональные кадры и качественное образование; - Привлекательность для инвестиций.	- Молодые специалисты оставляют малые населенные пункты в поиске лучшей карьерной перспективы в столицах и зарубежных странах; - Неравновесие в трудовых ресурсах приводит к разрыву между белыми и синими воротничками; - Исследования, которые так и остаются на бумаге, не находят свое применение в практической сфере; - Уровень производительности труда оставляет желать лучшего.

Возможности (О)	Угрозы (Т)
- Экономический рост как в России, так и в Калужской области; - Повышение потребности в инновациях; - Привлечение новых инвестиций; - Рост количества субъектов инновационной деятельности;	- Преобладание и увеличение доли старшего поколения в структуре населения; - Высокая стоимость разработки и внедрения инноваций; - Нестабильность политических отношений на мировом уровне; - Отток внешних инвестиций.

На основании проведённого анализа инновационной деятельности региона можно сделать вывод о том, что ситуация в стране имеет большое влияние на работу над инновациями в регионах. Работа инновационной политики в Калужской области в течение 2009-2020 гг. создала устойчивую и качественную систему, которая остается стабильной в условиях пандемии и СВО. Однако потеря иностранных инвестиций, скажется на Калужской области в следующих годах, поэтому необходимо развивать государственную помощь инноваций региона.

Библиографический список

1. Мальцева С.В. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / С.В. Мальцева; ответственный редактор С.В. Мальцева. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 517 с.
2. Губанова Е.В., Соколова И.С. Методы государственного регулирования и оценка эффективности механизма финансирования инновационной деятельности предприятий // Калужский экономический вестник. 2020. №3. С.4-8
3. Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области [Электронный ресурс]. – <https://airko.org/#submenu:%20infrastructure>
4. Владислав Шапша считает, что «Атомное «Сколково» в Обнинске просто обречено на успех Обнинский Вестник [Электронный ресурс]. <http://vestnik-obninsk.ru/vladislav-shapsha-schitaet-chto-atomnoe-skolkovo-v-obninske-prosto-obrecheno-na-uspex/>
5. Калуга и Обнинск – первые города-пилоты федерального проекта «Умный город» [Электронный ресурс]. <https://investkaluga.com/media/news/kaluga-i-obninsk-pervye-goroda-piloty-federalnogo-proekta-umnyy-gorod/>

6. Министерство экономического развития и промышленности - Инновации [Электронный ресурс]. – <https://pre.admoblkaluga.ru/sub/econom/activity/innov/infrastr.php>

7. Росстат. Наука, инновации и технологии [Электронный ресурс]. <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>

УДК 37.014.543

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Шершкина А.В., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: О.И. Костина, кандидат экономических наук,
доцент,*

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются особенности финансирования образования в России и предлагаются несколько направлений, которые могут способствовать его развитию. В частности, обсуждается улучшение государственного финансирования, развитие частных инвестиций и благотворительных фондов в образование, а также необходимость инновационных подходов к финансированию. В статье также подчеркивается важность эффективного использования имеющихся средств и ответственного управления бюджетом образования для обеспечения устойчивого развития образовательной системы в России.

Ключевые слова: финансирование образования, государственное финансирование, частные инвестиции, благотворительные фонды, инновационные подходы, управление бюджетом, устойчивое развитие.

FEATURES OF EDUCATION FINANCING IN THE RUSSIAN FEDERATION

Shershkina A.V., Bachelor of the 2nd year Scientific

*supervisor: O.I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The article examines the specifics of financing education in Russia and suggests several areas that can contribute to its development. In particular, improvements in public fund-

ing, the development of private investment and philanthropic foundations in education, and the need for innovative approaches to financing are discussed. The article also highlights the importance of efficient use of available funds and responsible management of the education budget to ensure sustainable development of the educational system in Russia.

Keywords: education financing, public financing, private investment, charitable foundations, innovative approaches, budget management, sustainable development.

Финансирование образования в России является одним из важнейших аспектов развития образовательной системы. Оно охватывает различные уровни образования, начиная от дошкольного и школьного, и заканчивая высшим и профессиональным образованием. В данной статье мы рассмотрим особенности финансирования образования в России, включая государственное финансирование, частные инвестиции и пожертвования, а также роль каждого из этих аспектов в обеспечении доступности качественного образования для всех граждан.

Финансирование обеспечивает доступность образования для всех граждан, поддерживает качество образовательных услуг и способствует развитию инфраструктуры образования. Государственное финансирование является одним из основных источников финансирования образования. Бюджетные ассигнования позволяют обеспечить доступность образования для всех слоев населения, а также поддерживать развитие образовательных учреждений и инфраструктуры. Частные инвестиции и пожертвования также играют важную роль в финансировании образования. Они могут значительно повысить качество образования, обеспечивая дополнительные ресурсы для образовательных учреждений и проектов. Важно отметить, что взаимодействие государственного и частного финансирования имеет большое значение для обеспечения доступности качественного образования. Разнообразие источников финансирования позволяет сбалансировать потребности образовательной системы и обеспечить ее устойчивое развитие. Однако, несмотря на значимость финансирования образования, существуют проблемы и вызовы, которые требуют внимания. Например, необходимо более эффективно использовать имеющиеся ресурсы, а также развивать механизмы партнерства между государством, частным сектором и общественными организациями [3].

В Российской Федерации финансирование образования осуществляется как за счет государственного бюджета, так и за счет частных инвестиций. Государственное финансирование образования включает в себя расходы на содержание образовательных учреждений, закупку учебных пособий и оборудования, а также оплату труда педагогических работни-

ков. Кроме того, в последние годы правительство активно инвестирует в модернизацию образовательной инфраструктуры и внедрение новых технологий в образовательный процесс. Частные инвестиции в образование также играют важную роль. Многие частные компании и благотворительные фонды выступают спонсорами образовательных проектов, предоставляют гранты и стипендии для студентов, а также участвуют в модернизации учебных заведений. Однако, несмотря на увеличение объемов финансирования образования, существуют проблемы, связанные с неравномерностью распределения ресурсов между регионами, недостаточной оплатой труда педагогических работников и отсутствием финансирования научных исследований в образовательной сфере.

В России существует ряд программ государственной поддержки образовательных учреждений. Например, программа «Модернизация образования» направлена на создание современной инфраструктуры и обновление оборудования в школах и других учебных заведениях. Также существует программа «Развитие цифрового образования», цель которой – внедрение информационных технологий в учебный процесс. Кроме того, государство предоставляет гранты и субсидии образовательным учреждениям для развития научно-исследовательской работы, а также для проведения различных образовательных проектов. Такие программы направлены на повышение качества образования, содействие его модернизации и развитию научно-исследовательской деятельности в образовательной сфере. Они также способствуют улучшению условий труда педагогических работников и обеспечению доступности качественного образования для всех граждан [1].

Также, важную роль в повышении качества образования играют инвестиции в развитие образовательной инфраструктуры. Это включает в себя строительство новых школ, университетов, колледжей, обновление существующих учебных заведений, а также развитие сети библиотек, лабораторий, спортивных сооружений и других объектов, необходимых для обучения. Они позволяют создавать современные условия обучения, обеспечивать доступ к новейшему оборудованию и технологиям, что способствует повышению уровня знаний и навыков учащихся. Кроме того, развитие образовательной инфраструктуры способствует улучшению рабочих условий педагогических работников и повышению их профессионального уровня.

Частные инвесторы могут вносить значительные средства в развитие образовательных учреждений, обеспечивая их современным оборудованием, технологиями и программами обучения. Это позволяет создавать инновационные учебные программы, привлекать высококвалифицированных преподавателей и исследователей, а также развивать новые образовательные методики. Частные инвестиции также могут способствовать развитию

дополнительных образовательных программ, включая курсы повышения квалификации, мастер-классы и другие формы обучения.

Рассмотрим примеры успешных партнерств между частным сектором и образовательными учреждениями:

1. Сотрудничество между Яндексом и российскими университетами для разработки образовательных программ по информационным технологиям.

2. Партнерство между Сбербанком и школами для внедрения цифровых образовательных ресурсов и развития цифровых навыков учащихся.

3. Программа «Учитель будущего» от Роснефти, направленная на поддержку учителей и развитие образования в регионах, где компания осуществляет свою деятельность.

4. Сотрудничество между РЖД и профессиональными учебными заведениями для подготовки специалистов в области железнодорожного транспорта.

5. Программа «IT-школа» от компании Mail.ru Group, предоставляющая образовательные ресурсы и курсы по информационным технологиям для школьников.

6. Сотрудничество между Министерством образования и крупными корпорациями для создания специализированных образовательных программ, соответствующих потребностям рынка труда.

7. Партнерство между местными вузами и муниципалитетами для разработки образовательных проектов, направленных на подготовку специалистов для развития конкретных регионов.

8. Сотрудничество между местными предприятиями и профессиональными учебными заведениями для организации практического обучения студентов и подготовки кадров с необходимыми навыками для работы на предприятии.

9. Программа грантов и стипендий от частных компаний для поддержки талантливых студентов и исследовательских проектов в области образования и науки.

Благотворительные фонды и организации также играют важную роль в финансировании образовательных проектов. Они могут предоставлять гранты и стипендии для студентов, поддерживать образовательные программы и исследования, а также инвестировать в развитие образовательных учреждений. Благотворительные организации могут также финансировать строительство новых учебных заведений, обеспечивать доступ к образованию для малообеспеченных слоев населения, и поддерживать образовательные проекты в отдаленных и недостаточно развитых районах [2].

Образование играет ключевую роль в развитии общества, и финансирование образования является одним из основных факторов, опреде-

ляющих качество образовательной системы. В России существует ряд проблем, связанных с финансированием образования, которые оказывают негативное влияние на качество образования в стране.

Одной из основных проблем является недостаточное финансирование образования. Это приводит к недостаточному обновлению учебных программ, отсутствию современного оборудования и технологий, а также низким заработным платам учителей. Неравномерное распределение финансирования между разными регионами России также создает различия в доступе к качественному образованию. Низкий уровень инвестиций частных компаний в образование также является серьезной проблемой из-за нестабильной экономической ситуации и непредсказуемости в законодательстве.

Однако существуют перспективы развития финансирования образования в России. Возможность привлечения инвестиций из-за роста интереса к образованию со стороны бизнеса может стать одним из способов улучшения финансирования. Использование инновационных методов финансирования, таких как благотворительные фонды и социальные инвестиции, также может способствовать увеличению средств, выделяемых на образование. Повышение эффективности использования имеющихся средств и более прозрачное и ответственное управление бюджетом образования также являются важными шагами в развитии финансирования образования.

Государственное финансирование играет важную роль в обеспечении доступности образования для всех граждан, независимо от их социального положения или места проживания. Однако частные инвестиции также могут значительно улучшить ситуацию, обеспечивая дополнительные ресурсы для обновления программ, закупки оборудования и повышения зарплатных плат учителей. Благотворительные фонды и социальные инвестиции также могут стать важным источником финансирования, особенно для реализации инновационных проектов и программ, которые могут улучшить качество образования. Поэтому разнообразие источников финансирования играет важную роль в обеспечении устойчивого развития образовательной системы. Важно также повысить эффективность использования имеющихся средств и обеспечить более прозрачное и ответственное управление бюджетом образования. Это поможет оптимизировать расходы и направить средства на наиболее приоритетные области, что также способствует улучшению качества образования.

В целом, перспективы развития финансирования образования в России связаны с разнообразием источников финансирования, улучшением эффективности использования имеющихся средств и более прозрачным и ответственным управлением бюджетом образования. Важно также уделить внимание инновационным подходам к финансированию образования,

чтобы обеспечить устойчивое развитие образовательной системы. Финансирование и инвестиции в образование имеют решающее значение для обеспечения доступа отдельных лиц к качественному образованию и возможности инвестировать в свой будущий потенциал заработка. Финансирование образования и инвестиции имеют решающее значение для личного и общественного развития и должны быть приоритетными при финансовом планировании.

Библиографический список

1. Анализ мировой и российской практики финансирования высшего образования // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovoy-i-rossiyskoj-praktiki-finansirovaniya-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 08.11.2023).
2. Особенности финансирования муниципальных учреждений образования на современном этапе // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-finansirovaniya-munitsipalnyh-uchrezhdeniy-obrazovaniya-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 05.11.2023).
3. Финансирование сферы образования в Российской Федерации // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansirovanie-sfery-obrazovaniya-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 04.11.2023).

УДК 796.011.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕГА ПО РАЗЛИЧНЫМ ПОВЕРХНОСТЯМ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ СО СТУДЕНТАМИ

*Чистякова И.А., старший преподаватель кафедры
физического воспитания (e-mail: ira.chistyakova.81@mail.ru)*

*Ковалевский К.А., старший преподаватель кафедры
физического воспитания (e-mail: kostik.kovalevskiy@inbox.ru)
Калужский филиал Российского государственного аграрного
университета Московской сельскохозяйственной академии
имени К.А. Тимирязева, г. Калуга, Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены опорно-двигательный аппарат, на который распределяется нагрузка при беге и различные поверхности для бега и то, как они влияют на тело человека.

Ключевые слова: бег, мышцы, суставы, поверхность.

THE USE OF RUNNING ON VARIOUS SURFACES IN THE EDUCATIONAL PROCESS WITH STUDENTS

*Chistyakova I.A., Senior lecturer of the Department of Physical Education
(e-mail: ira.chistyakova.81@mail.ru)*

*Kovalevsky K.A., senior lecturer of the Department of Physical Education
(e-mail: kostik.kovalevskiy@inbox.ru)*

*Kaluga Branch of the Russian State Agrarian University
of the Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Kaluga, Russia*

Annotation. The article examines the musculoskeletal system, on which the load is distributed when running, and various running surfaces and how they affect the human body.

Keywords: running, muscles, joints, surface.

Бег – самый доступный из всех видов физических нагрузок. Физические нагрузки необходимы для всех, они позволяют больным быстрее восстановиться, здоровым укреплять свое тело. Павлов И.П. своими исследованиями доказал, что для повышения работоспособности и сохранения высокого тонуса, необходимо сочетать умственные и физические нагрузки.

Бег оказывает положительное влияние на организм, снимает стресс, положительно влияют на настроение. Бегом можно заниматься на свежем воздухе круглогодично. Бег подходит всем не зависимо от пола и возраста.

Беговая подготовка – часть физической подготовки, которая определено занимает одно из приоритетных мест в процессе физического воспитания в образовательных учреждениях начального, среднего и высшего профессионального образования. Учебно-тренировочные занятия включают в себя легкую атлетику, кроссовую подготовку, спортивные игры, общефизическую и профессионально-прикладную подготовку [1].

Бег – это цикличное повторение действий, в котором постоянно повторяется одна и та же работа мышц, что позволяет укрепить определенные мышцы [2].

Основная нагрузка при этом ложится на мышцы ног, но это не значит, что мускулатура других частей тела при этом бездействует.

Мышцы, которые выполняют основную работу при беге:

- широкие мышцы бедра. Стабилизация колена, его сгибание и разгибание, смещение надколенника в коленном суставе.
- квадрицепс. Разгибают ноги в коленях и сгибают мышцы бёдер.
- подвздошно-поясничные мышцы. Отвечают за сгибание и амортизацию бёдер в тазобедренных суставах.
- прямая мышца бедра. Сгибает бедро по отношению к тазу.
- двуглавая мышца бедра. Удерживает вес при приземлении.

- икроножные мышцы. Амортизируют удар, принимают вес тела, дают толчок при ускорении.

- ягодичные группы мышц. Расширяют и разгибают бедра, разворачивают корпус при беге, что обеспечивает держать тело вертикально.

- мышцы стоп. Амортизируют толчки, помогают удерживать равновесие на неровной поверхности, регулируют темп бега, стабилизируют стопу.

Сустав это соединение поверхностей костей, которые покрыты хрящами, он герметично закрыт суставной сумкой. Хрящ должен амортизировать нагрузки во время движения.

Если сустав поражается, то увеличивается выработка веществ, которые из-за своего избытка повреждают клетки хряща. В результате чего он постепенно истончается и разрушается.

При беге, в момент приземления мышцы поглощают удар от него, энергия падения передаётся на поверхность, после чего часть энергии полученной поверхностью возвращается в ноги.

Чем быстрее происходит поглощение удара и возвращение энергии, тем легче бегуну поддерживать быстрый темп бега.

Так как во время бега человек повторяет одни и те же действия, то будут задействованы одинаковые мышцы и суставы.

Основная нагрузка при поглощении удара приходится на икроножные мышцы и мышцы стоп.

От поверхности зависит то, какая нагрузка будет идти на опорно-двигательный аппарат. Скорость возвращения энергии и то, какая её часть рассеется, зависит от плотности и характера поверхности для бега. Чем выше плотность, тем быстрее энергия возвращается и наоборот.

Рассмотрим несколько поверхностей, по которым можно совершать пробежки и выясним самую оптимальную.

Грунтовая поверхность имеет среднюю плотность, обладает хорошей амортизацией удара, из-за чего снижается нагрузка на опорно-двигательный аппарат.

Бег по песку зависит от его влажности. Влажный и плотный песок может являться альтернативой грунту. Рассыпчатый же нестабилен как поверхность, что создаёт дополнительные нагрузки на мышцы.

Резиновое покрытие на дорожках стадиона или в беговом манеже, также как и грунт имеет среднюю плотность и хорошую амортизацию, оптимальная жёсткость, повышенное сопротивление с беговой поверхностью.

Травяное покрытие является более мягкой поверхностью, которая обеспечивает маленький уровень нагрузки на опорно-двигательный аппарат. Трава подходит для бега после травм.

Бег по асфальту из-за высокой плотности поверхности возвращает большую часть энергии, и это происходит быстрее, чем ноги поглощают удар, из-за чего замедляется бег и увеличивается нагрузка на мышцы и

суставы, поэтому сильно повышается нагрузка на опорно-двигательный аппарат [3].

Как мы знаем, чем больше нагрузка на опорно-двигательный аппарат, тем больше страдают суставы, и бег не приносит удовольствие. Вот почему редко спортсмены проводят длительный бег по асфальту и предпочитают бегать кроссы по лесным тропинкам.

Но бывают случаи, когда бег по высокой плотной поверхности не избежать, например, нет поблизости лесного массива, приходится бегать по асфальтированным дорожкам парка. Наша задача уменьшить нагрузку при беге на твердых поверхностях. Для этого перед тренировкой проводить разминку. Разминка поможет избежать мышечных травм снизить риск возникновения болей в суставах. Начать с медленного темпа бега, постепенно ускоряясь. Использовать качественную обувь. Она должна подходить под тип стопы, иметь хорошую амортизацию. Следить за своей техникой бега. Корпус неподвижен, мышцы кора напряжены, ноги выносить перед собой, наступать на носок, руки расслаблены и двигаются вдоль тела, при приземлении нога должна быть слегка согнута в колене, не зажимать плечи.

Каждая из поверхностей имеет различные преимущества и недостатки. Для достижения максимальных результатов бега необходимо правильно сочетать различные поверхности для бега. Бег на твердых поверхностях потенциально более травмоопасный, чем бег на грунте, но это может нивелироваться с помощью современной обуви, правильной техники бега и разминке перед тренировками.

Библиографический список

1. Матчинова Н.В., Жирная О.В. Влияние дистанционного обучения на физическую подготовленность студентов/ сборник Физическая культура, спорт и здоровье в современном обществе: проблемы и перспективы развития: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Курск: Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова, 2022. С. 125–129.

2. Ковалевский К.А., Чистякова И.А. Скандинавская ходьба – одна из форм занятий спортом. /Материалы Региональной научно-практической конференции КФ РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева с международным участием. Выпуск №13. Калуга: ИП Якунин А.В., 2019. С. 185–188.

3. Чистякова И.А., Ковалевский К.А. Развитие выносливости у студентов на занятиях физической культуры /материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, посвящённой 180-летию со дня рождения К.А. Тимирязева. Материалы конференции. Калуга, 2023. С. 246–249.

НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДО 2030 ГОДА

УДК 336.02

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Аксенов В.В. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Бурмистрова О.А., к.э.н., доцент
Пензенский филиал Финуниверситета, Пенза*

Аннотация. В работе достаточно подробно исследованы проблемы повышения финансовой грамотности и культуры граждан РФ, затронут важный аспект грамотного финансового поведения – цифровая грамотность, в части основных мошеннических действий относительно личных финансов, предложены рекомендации по устранению или смягчению действий мошенников в киберпространстве.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовая культура, киберпространство, финансовые риски, личные финансы, финансовые пирамиды, мошенничество, фишинг.

PROBLEMS OF FINANCIAL CYBERSECURITY AS ONE OF THE DIRECTIONS OF IMPROVING THE FINANCIAL CULTURE OF A MODERN PERSON

Aksenov V.V. bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Burmistrova O.A., candidate of economics, Associate Professor
Penza branch of the Financial University, Penza*

Annotation. The paper examines in sufficient detail the problems of improving financial literacy and culture of citizens of the Russian Federation, touches on an important aspect of competent financial behavior – digital literacy, in terms of the main fraudulent actions of relative personal finance, offers recommendations for eliminating or mitigating the actions of fraudsters in cyberspace.

Keywords: financial literacy, financial culture, cyberspace, financial risks, personal finance, pyramid schemes, fraud, phishing.

Финансовая грамотность населения является одной из ключевых составляющих стабильного и процветающего общества. Она представляет собой способность людей понимать и применять основные принципы финансового управления, принимать обоснованные решения в области личных финансов, а также умение эффективно планировать и управлять своими средствами.

Знания, навыки и опыт населения в отношении личных финансов, а также основные пути повышения финансовой грамотности субъектов финансового рынка являются актуальной проблемой, которая предопределила выбор темы исследования [2, с. 5].

В современном мире, где финансовые риски и неопределенности всегда присутствуют, финансовая грамотность становится неотъемлемым качеством каждого человека. Она помогает противостоять финансовым обманам и манипуляциям, принимать взвешенные решения при инвестировании и распоряжении своими средствами, а также эффективно планировать свое будущее.

Однако, несмотря на важность финансовой грамотности, уровень ее освоения в обществе остается недостаточным. Многие люди не знают, как правильно управлять своими финансами, не имеют представления о базовых финансовых инструментах и методах инвестирования. Это приводит к неправильным финансовым решениям, накоплению долгов и финансовым проблемам.

Финансовая грамотность является одной из ключевых навыков, которым должно обладать население в современном цифровом обществе. Одной из основных областей, требующих повышенного внимания и знаний, является предотвращение цифрового мошенничества.

Цифровое мошенничество – одна из наиболее актуальных и распространенных проблем в современном обществе. Оно оказывает серьезное влияние на жизнь людей, экономику и безопасность государства. Россия, как и многие другие страны, столкнулась с возрастающей угрозой со стороны киберпреступников, которые неустанно находят новые способы обмана и хищения денежных средств.

На сегодняшний день существуют несколько проблем, связанных с финансовой грамотностью населения в этой сфере, однако существуют и пути их решения.

Первая проблема заключается в недостатке информирования населения о возможных видах мошенничества и способах их предотвращения. Многие люди не знают о таких уловках, как фишинг, скимминг или вре-

доносное программное обеспечение, которые позволяют мошенникам получить доступ к их финансовым данным. Для наглядного понимания проблемы в современном информационном обществе автором данной статьи составлена диаграмма с процентными показателями по данным Центрального Банка России (рис. 1).

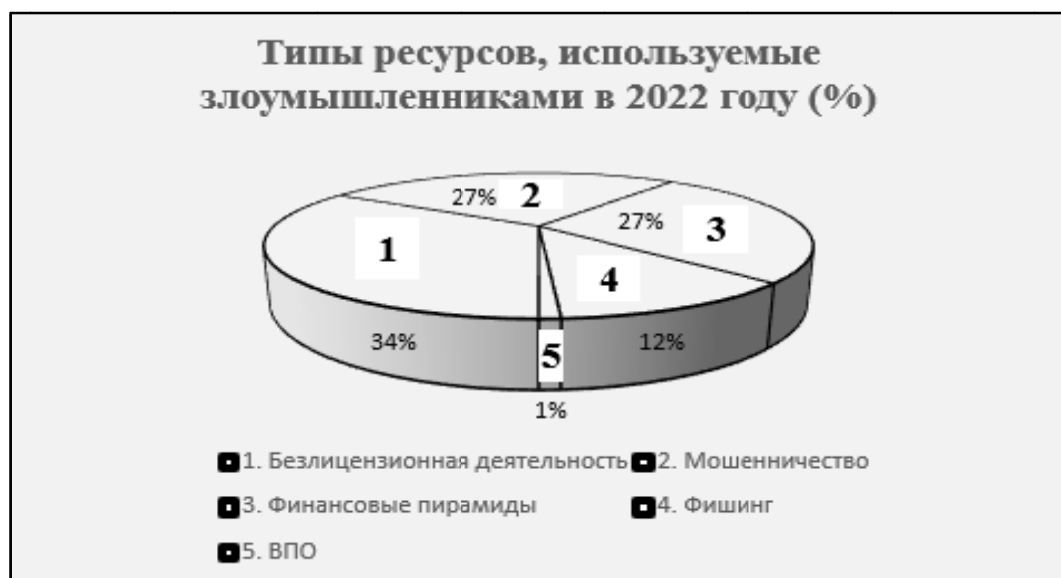


Рисунок 4. Используемые ресурсы для цифрового мошенничества в 2022 году

27% от общего числа пришлось на ресурсы, входящие в категорию «Мошенничество» (сайты с информацией о возможности получения компенсационных выплат от государства, о возможности заработать денежные средства за прохождение опроса (теста), онлайн-кинотеатры, сайты по продаже билетов, туров и так далее). 12% составили ресурсы из категории «Фишинг», которые маскировались злоумышленниками под сайты действующих организаций финансовой сферы [3]. Для борьбы с этой проблемой необходимо проводить информационные кампании, ориентированные на повышение осведомленности населения в области цифровой безопасности.

Вторая проблема, с которой сталкиваются люди, связана с недостаточными знаниями организации и контроля своих финансовых активов. Отсутствие понимания процессов онлайн-банкинга, электронных платежей или безопасности паролей может привести к высокому риску мошенничества, что подтверждает диаграмма с процентными составляющими часто используемых преступниками ресурсов в сети (рис. 2). Для решения этой проблемы необходимо разрабатывать и внедрять программы обучения и консультации в области финансовой грамотности, где люди будут получать практические навыки и советы от экспертов.

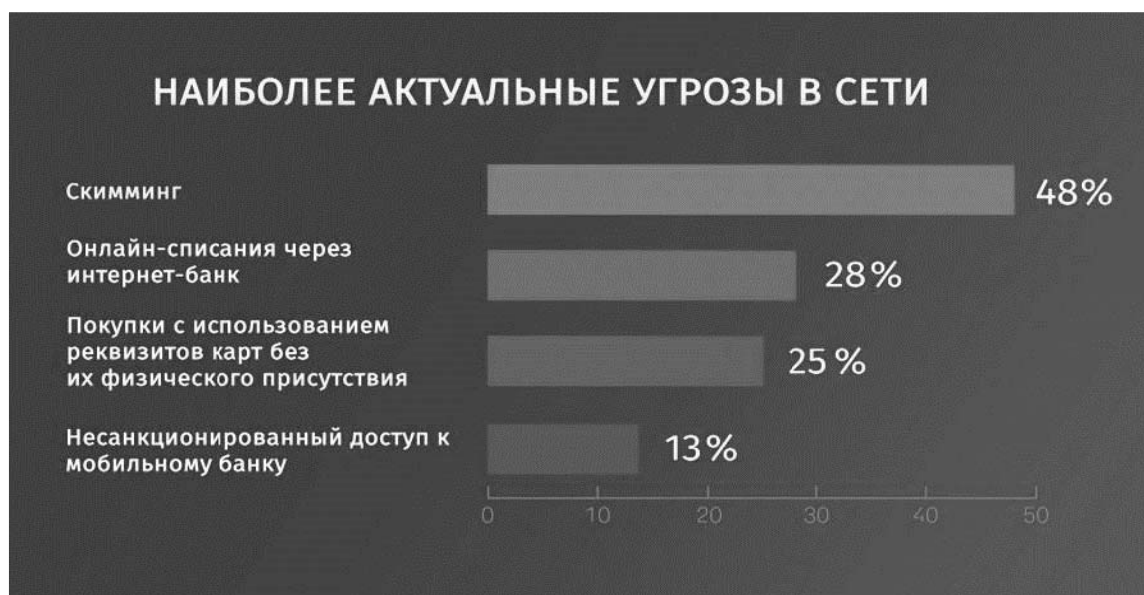


Рисунок 5. Угрозы в информационном пространстве

Третья проблема – недостаток осознания важности и регулярности проверки своих финансовых данных. Многие люди забывают обращать внимание на подозрительную активность на своих банковских счетах или электронных картах, что делает их более уязвимыми для мошенников. Кража личных данных представляет серьезную угрозу в сфере электронной коммерции. Когда пользователи делают покупки онлайн или заполняют персональную информацию на веб-сайтах, их данные могут попасть в руки злоумышленников. Эти данные могут быть использованы для множества преступных деяний, включая кражу личности, или финансового мошенничества. По статистике, количество подобных случаев на платежных системах в последнее время возросло на 25%. Для решения этой проблемы необходимо обучать людей определять признаки мошеннической активности и предлагать регулярную проверку своих финансовых данных.

В целом, создание безопасной цифровой инфраструктуры в России в условиях нестабильной геополитической ситуации связано с необходимостью комплексного подхода. Развитие технических решений, образования, правового регулирования и сотрудничества между различными заинтересованными сторонами задает фундамент для обеспечения высокого уровня финансовой грамотности в цифровой сфере.

Для решения этих проблем необходима совместная работа государства, финансовых организаций и образовательных учреждений. Государство должно поддерживать и инициировать информационные кампании, а также внедрять строгие меры безопасности в финансовых институтах. Финансовые организации должны активно предоставлять обо-

рудование и программное обеспечение для безопасных финансовых операций, а также обеспечивать доступ к экспертам для консультации в сфере финансовой грамотности. Образовательные учреждения должны включать в программы обучения информацию о финансовой безопасности, чтобы подготовить будущих граждан к цифровому миру сознательными потребителями.

Кроме того, государственные органы должны обеспечивать безопасность граждан, проводить расследования мошеннических дел и применять жесткие меры к преступникам. Важно также усилить контроль и надзор за финансовыми операциями и транзакциями, улучшить систему идентификации и аутентификации личности, а также принять законодательные меры, направленные на предотвращение мошенничества и наказание его исполнителей.

Чтобы добиться успеха в борьбе против мошенничества, необходима взаимодействие и сотрудничество со всех сторон. Граждане должны быть бдительны и осведомлены о возможных угрозах, а государство и общественные организации – предоставлять доступную и достоверную информацию. Только так можно обеспечить защиту интересов населения и сократить число мошеннических преступлений. Важно признать, что долгосрочное решение данной проблемы требует системного подхода и усиленного внимания к вопросам информирования и просвещения населения.

Таким образом, финансовая грамотность населения - это не просто набор знаний и навыков, это фундаментальная компетенция, которая определяет уровень экономической стабильности и процветания общества в целом. Поэтому, вложение в образование и развитие финансовой грамотности должно стать приоритетом для государственных и негосударственных организаций, а также каждого человека.

Список литературы

1. Лескина О.Н. Применение корректирующих технологий управления институциональным доверием студенческой молодежи в глобальном сетевом информационном пространстве / О.Н. Лескина, В.В. Аксенов // Самоуправление. 2023. № 2(135). С. 765–768.

2. Наумов Д.И. Финансовая грамотность населения как фактор обеспечения экономической безопасности страны: научно-аналитический обзор / Д.И. Наумов. С.Л. Яблочников. И.О. Яблочникова. Рязань: Академия ФСИН России, 2018. 77 с.

3. Обзор операций, совершенных без согласия клиентов финансовых организаций | Банк России: https://cbr.ru/analytics/ib/operations_survey_2022/

ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ, ИХ СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМИ

Алешина Д.С., Богатов А.В., бакалавры 3-го курса
Научный руководитель: Витютина Т.А., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрена сущность финансовых пирамид, история их возникновения и дальнейшее развитие, основные принципы их деятельности, современные формы существования и государственные методы борьбы с ними.

Ключевые слова: Финансовые пирамиды, инвестиции, принципы работы финансовых пирамид, мошенничество, финансовые схемы.

FINANCIAL PYRAMIDS, THEIR MODERN FORMS AND METHODS OF DEALING WITH THEM

Aleshina D.S., Bogatov A.V., bachelors are degree of the 3rd year
Supervisor: T.A. Vityutina, Candidate of Economics
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article considers the essence of financial pyramids, the history of their emergence and further development, the basic principles of their activities, modern forms of existence and state methods of dealing with them.

Keywords: Financial pyramids, investments, principles of operation of financial pyramids, fraud, financial schemes.

Финансовая пирамида – это незаконная инвестиционная схема, участники которой платят за то, чтобы они присоединялись к этой схеме и привлекали к ней других, обещая высокую прибыль. Эти доходы часто выплачиваются за счет средств новых участников вместо фактической прибыли от инвестиций. Схема рушится, когда новых участников больше нет, и большинство людей теряет свои деньги. Эти схемы часто нацелены на уязвимых лиц, которые отчаянно хотят быстро заработать и не полностью понимают связанные с этим риски.

Финансовые пирамиды обычно привлекают людей, обещая высокую отдачу от их инвестиций практически без усилий с их стороны. В этих схемах часто используются убедительные маркетинговые тактики, такие как предложение эксклюзивных или ограниченных по времени инвести-

ционных возможностей, создание ощущения срочности и дефицита, а также использование отзывов довольных участников. Обещание быстрых и легких денег может быть особенно привлекательным для людей, которые испытывают финансовые трудности или ищут способ быстро получить прибыль. Важно отметить, что эти схемы часто являются мошенническими и незаконными, и люди должны быть осторожны и проводить исследования, прежде чем инвестировать в любую схему, обещающую нереальную прибыль.

Если говорить кратко, то деятельность финансовых пирамид заключается в следующем: ранние инвесторы получают прибыль за счет денег, вложенных новыми инвесторами, а не прибыль, полученную в результате законной коммерческой деятельности. Схема может продолжаться только до тех пор, пока продолжают присоединяться новые инвесторы, и в конечном итоге рушится, оставляя запоздавших инвесторов со значительными потерями.

Можно выделить следующие признаки финансовых пирамид:

1. Высокая доходность. Финансовые пирамиды обещают высокую доходность инвестиций, часто намного превышающую среднюю рыночную доходность. Если инвестиции обещают доход, который слишком хорош, чтобы быть правдой, скорее всего, это финансовая пирамида.

2. Отсутствие прозрачности. Пирамиды часто непрозрачны в своей деятельности. Инвесторам не предоставляется четкая информация о том, как работает схема или как будут инвестированы их деньги.

3. Принуждение к вербовке. Инвесторов в финансовых пирамидах часто поощряют привлекать новых инвесторов для участия в этой схеме. Им могут быть обещаны бонусы или комиссионные за каждого привлеченного ими нового инвестора.

4. Отсутствие реального продукта: схемы пирамид часто не имеют реального продукта или услуги для продажи. Основное внимание уделяется привлечению новых инвесторов, а не продаже законных продуктов или услуг.

5. Неустойчивая бизнес-модель. Пирамиды полагаются на постоянно растущее число новых инвесторов, чтобы расплатиться со старыми инвесторами. В конце концов, схема рухнет, когда не будет достаточного количества новых инвесторов для ее поддержки.

6. Отсутствие регулирования. Схемы пирамид часто не регулируются или действуют вне закона. Это мешает инвесторам вернуть свои деньги, если схема рухнет.

Если есть подозрения, что инвестиционная возможность представляет собой финансовую пирамиду, важно провести исследование и прокон-

консультироваться с финансовым консультантом, прежде чем вкладывать какие-либо деньги.

Тема финансовых пирамид актуальна, потому что это вид финансового мошенничества, который продолжает влиять на людей во всем мире. Финансовые пирамиды, также известные как схемы Понци, обещают высокую прибыль от инвестиций, но полагаются на деньги новых инвесторов, чтобы расплатиться с предыдущими инвесторами. Эти схемы неизбежно терпят крах, когда не хватает новых инвесторов, чтобы поддерживать схему, в результате чего многие люди остаются без своих инвестиций. Понимание финансовых пирамид и того, как их обнаружить, может помочь защитить людей от того, чтобы стать жертвой этого мошенничества и потерять свои с трудом заработанные деньги.

Прежде чем вести речь об истории развития финансовых пирамид, необходимо обозначить основные причины, из-за которых они стали появляться. Причин возникновения финансовых пирамид несколько:

1. Жадность. Многих людей привлекают обещания быстрых и легких денег без каких-либо усилий. Эта жадность делает их уязвимыми для мошенничества и мошеннических схем.

2. Отсутствие финансовой грамотности. Многим людям не хватает финансовых знаний, чтобы понять, как работают эти схемы, и поэтому их легко ввести в заблуждение.

3. Отчаяние. Финансовые пирамиды часто нацелены на людей, которые переживают сложную финансовую ситуацию и ищут выход. Они обещают им способ быстро заработать деньги, что может быть привлекательным для тех, кто испытывает финансовые трудности.

4. Отсутствие регулирования. В некоторых странах финансовое регулирование слабое или неадекватное, что позволяет пирамидам работать без поимки или наказания.

5. Социальное давление. Некоторых людей принуждают присоединиться к пирамидам друзья или члены семьи, которые уже вовлечены в них. Они могут чувствовать, что должны участвовать, чтобы не остаться в стороне или сохранить свои отношения.

Считается, что первой финансовой пирамидой в мире был «пузырь Южных морей» в Англии в начале 1700-х годов. Компания Южных морей получила монополию на торговлю с Южной Америкой в обмен на большую часть государственного долга Англии. Цены на акции компании взлетели до небес, поскольку инвесторы ожидали огромных прибылей от торговой монополии, но фактическая прибыль компании оказалась намного ниже, чем ожидалось. Когда правда раскрылась, последовала паническая распродажа, и цены на акции резко упали. Многие инвесторы потеряли свои сбережения в этой финансовой пирамиде.

Финансовые пирамиды имеют в России долгую историю. В середине 1990-х, после распада Советского Союза, по стране прокатилась волна приватизации, создавшая новый класс богатых бизнесменов, известных как олигархи. Некоторые из этих олигархов, такие как Сергей Мавроди, увидели возможность заработать еще больше денег, создав финансовые схемы, которые обещали инвесторам высокую прибыль за короткий промежуток времени. Схема Мавроди МММ, запущенная в 1994 году, стала одной из самых громких финансовых пирамид в истории России. МММ обещала инвесторам доход до 3000% всего за несколько месяцев, а на пике своего развития у нее были миллионы инвесторов. Однако схема была построена на мошенничестве, и когда она рухнула в 1997 году, инвесторы потеряли примерно 1,5 миллиарда долларов. С тех пор в России было множество других финансовых пирамид, в том числе нацеленных на определенные группы, такие как пенсионеры или военнослужащие. Во многих случаях эти схемы могли работать годами, прежде чем рухнули, поскольку власти зачастую реагировали медленно или не желали вмешиваться. Российское правительство предприняло шаги по борьбе с финансовыми пирамидами в последние годы, но проблема остается, и многие люди в России продолжают становиться жертвами этих афер.

Современные финансовые пирамиды различаются от своих предшественников уровнем сложности и используемыми методами. Сегодня они скрываются под видом различных инвестиционных проектов, партнерских программ или просто в виде займов. Отличительной чертой таких схем является ее устойчивость – она продолжает жить, пока новые люди вкладывают в нее деньги и пока мошенники могут казаться достаточно надежными для потенциальных клиентов. Поэтому так важно знать, как могут функционировать финансовые пирамиды, чтобы не стать жертвой обмана.

Например, некоторые финансовые пирамиды предлагают вкладчикам инвестировать в криптовалюту или форекс-рынок с обещанием высокой прибыли. Однако, как правило, эти пирамиды не имеют реальных инвестиционных стратегий и зависят от привлечения новых участников в систему.

Другой популярный метод – это использование маркетинговых схем, таких как многоуровневый маркетинг или продажа фиктивных продуктов.

Важно отметить, что современные финансовые пирамиды могут быть очень хитрыми и использовать различные методы, чтобы скрыть свою истинную природу. Поэтому важно быть осторожным и не доверять инвестиционным программам, которые обещают быструю и легкую прибыль.

В целом схема работы финансовых пирамид состоит из следующих этапов:

1. Формируется начальный заряд доверия к проекту. Они используют для этого различные рекламные кампании, прекрасные обещания, призы, лояльные условия и другие разновидности.

2. Начинается активное привлечение новых участников в схему. Обычно это происходит через интернет или через устные рекомендации, а недобросовестные участники могут охотно распространять информацию в своем кругу знакомых и родственников.

3. Успех привлечения новых участников обуславливает устойчивость пирамиды. Для этого участники вынуждены вкладывать все большие и большие суммы в это мошенничество. Вскоре жертвы начинают интересоваться, где же их прибыль, и начинают требовать ее возврата. Видя, что схема работает, некоторые люди привлекают новых участников, чтобы удвоить или утроить свои доходы.

4. Как только для прибыльности пирамиды привлечения новых участников становятся неприемлемыми, участники начинают уходить, и пирамида обваливается. Те, кто вложил значительные сбережения, обнаруживают, что их инвестиции теперь ничего не стоят и что они мошеннически обмануты.

Примеры современных финансовых пирамид:

1. «Кэшбери Холдинг». Пирамида имела несколько инвестиционных схем. Первая представляла собой операции с криптовалютами, недвижимостью, торговлей акциями и так далее. За которые, по обещаниям мошенников, вкладчики будут получать от 200% до 600% годовых. На сайте «Кэшбери» был даже калькулятор, с помощью которого начинающий «инвестор» мог рассчитать свой «будущий» доход.

Вторая схема представляла собой отдельную интернет-площадку, где граждане могли брать как кредиты, так и вклады. В сентябре 2018 года Центробанк признал «Кэшбери» финансовой пирамидой.

2. «Гафаров и партнеры». Этот инвестиционный фонд специализировался на беттинге – азартном процессе, связанном со ставками в букмекерских конторах. Пирамида предлагала вкладчикам прибыль в размере 200% в год. Представители фонда уверяли граждан, что риск минимален – у них есть некая секретная стратегия, по которой они предсказывают исход спортивных событий. В феврале 2021 года Центральный банк обнаружил в фонде признаки финансовой пирамиды. Против компании было возбуждено уголовное дело, а Гафаров и его партнеры исчезли. Сейчас они объявлены в международный розыск.

3. «Антарес». Компания «Антарес трейд» проводила привлекательную для потенциальных вкладчиков кампанию, обещая доход в размере от 0,8% до 1% в день. Через некоторое время после запуска этой кампании, в декабре 2020 года, компания представила свой новый токен dAnt (DeFi

Antares Token), который якобы обеспечивал фиксированную доходность по инвестиционным стратегиям. Было выпущено всего 10 миллионов таких токенов, один из которых находился в хранилище, а остальные предназначались для продажи инвесторам на сайте компании. Покупатели токенов получали доход в режиме реального времени, что делало их самообещающейся инвестиционной возможностью.

Компания использовала психологические стратегии, включая мнимое членство в закрытом клубе, как один из механизмов привлечения людей в свою систему. Вход в компанию был доступен только для тех, кто получил ссылку от клиента проекта, который получал вознаграждение за каждого привлеченного нового вкладчика. В декабре 2020 г. у данной компании были выявлены признаки финансовой пирамиды: отсутствие реальной деятельности, чрезмерно высокий доход, все операции проводились за границей.

Причиной существования финансовых пирамид является отсутствие гибких законодательных мер, которые бы эффективно защитили граждан от таких мошенничеств. В некоторых случаях, органы, которые занимаются регулированием и контролем на финансовых рынках, могут не иметь достаточно знаний и навыков для эффективной борьбы с такими схемами.

Наконец, некоторые люди всё ещё склонны к инвестированию в такие схемы из-за отсутствия финансовой грамотности и недостатка информации относительно финансовых рисков. Все эти причины в совокупности ведут к тому, что финансовые пирамиды продолжают существовать и продолжают причинять убытки людям, которые доверились и присоединились к ним.

Участие в финансовых пирамидах может привести к серьезным последствиям. Люди могут потерять все свои сбережения, что может привести к банкротству и другим финансовым проблемам. Кроме того, участие в финансовых пирамидах может привести к уголовной ответственности за мошенничество.

Чтобы не оказаться под влиянием финансовой пирамиды, нужно следовать нескольким простым правилам:

1. Никогда не инвестируйте деньги во что-то, что вы не понимаете полностью. Если нет четкого понимания, как работает инвестиционная схема или продукт, нельзя рисковать своими деньгами.

2. Нельзя целиком и полностью верить рекламной кампании организации. Зачастую обещания высокого дохода связаны с повышенным риском.

3. Изучайте и проверяйте компанию или продукт, в который вы собираетесь инвестировать. Проверьте их репутацию, историю и лицензии.

4. Никогда не инвестируйте больше, чем вы можете позволить себе потерять. Инвестирование всегда связано с риском потери денег, поэтому будьте готовы к этому.

5. Будьте осторожны с многоуровневым маркетингом и приглашениями от друзей и знакомых. Никогда не принимайте решение об инвестировании под давлением или эмоциональным влиянием.

6. Обращайтесь к профессионалам, если вы не уверены в своих инвестиционных решениях. Финансовые консультанты и брокеры могут помочь вам принять информированное решение.

7. Не забывайте, что финансовые пирамиды являются незаконными. Если вы столкнулись с подозрительной инвестиционной схемой, обратитесь к регулирующим органам или правоохранительным органам.

Государственные меры борьбы с финансовыми пирамидами включают ряд правовых и регуляторных мер, которые направлены на защиту прав и интересов инвесторов и на предотвращение операций в структурах финансовых пирамид. Некоторые из основных мер борьбы с финансовыми пирамидами включают:

1. Развитие юридической системы: соответствующие законы и политика для регулирования сектора финансовых и инвестиционных услуг могут помочь создать правовую основу для борьбы с финансовыми пирамидами. Это включает в себя усиление административной ответственности, штрафов и жестких наказаний для людей, организующих финансовые пирамиды.

2. Регулирование и лицензирование финансовых компаний и продуктов. Государственные органы контролируют и регулируют деятельность финансовых компаний, выдающих кредиты, предлагающих инвестиционные продукты и услуги. Компании должны получать соответствующие лицензии, чтобы работать на рынке.

3. Сотрудничество с другими странами. Государственные органы сотрудничают с другими странами для борьбы с международными финансовыми пирамидами. Это позволяет лучше контролировать и пресекать деятельность мошенников.

4. Образование: государство реализует программы и курсы дисциплины, направленные на повышение финансовой грамотности среди граждан. Эти программы могут обучать, как распознавать финансовые пирамиды, и как понимать риски и возможности, связанные с инвестициями.

5. Внедрение технологий: государственные службы и регуляторы финансовых услуг могут использовать современные технологии, чтобы улучшить свой анализ в секторе финансовых услуг. Решения по детекции транзакций на большие суммы денег, например, могут помочь ограничить возможности действия финансовых пирамид.

Все эти меры в целом содействуют устранению финансовых пирамид, защите прав и интересов инвесторов, а также обеспечивают финансовую стабильность на рынке.

Финансовые пирамиды являются массовым явлением в современном мире. История развития таких схем насчитывает несколько десятилетий, а их уровень сложности и масштабы постоянно растут. Данный феномен наносит немалый ущерб не только жертвам, но и экономике страны в целом. Поэтому важно внимательно относиться к подобным проектам и проверять информацию о компаниях, прежде чем вкладывать в них свои сбережения. Российские власти, в свою очередь, работают над предотвращением данного явления и принимают законы, направленные на защиту потенциальных жертв.

Библиографический список

1. Гусев А. Финансовые пирамиды в России: проблемы и перспективы // Финансовый менеджмент. 2019.
2. Дорохин В. Анализ пирамидальных схем в финансовой системе России // Финансы: теория и практика. 2018.

УДК 658.3.07

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Лантев А.Е., бакалавр 3 курса

Научный руководитель: Лескина О.Н., к.э.н., доцент

Пензенский филиал Финуниверситета, Пенза

Аннотация: Данная статья представляет исследование о влиянии маркетинговых технологий на финансовом рынке. Авторы рассматривают современные методы и стратегии маркетинга, применяемые в финансовой индустрии, и их влияние на привлечение клиентов, управление рисками и развитие финансовых продуктов. Статья также анализирует новейшие технологические инновации, такие как искусственный интеллект, блокчейн и аналитика данных, и их роль в оптимизации маркетинговых стратегий на финансовом рынке.

Ключевые слова: Маркетинговые технологии, Финансовый рынок, Маркетинг в финансах, Привлечение клиентов, Управление рисками, Финансовые продукты, Искусственный интеллект, Инновации в маркетинге

MARKETING TECHNOLOGIES AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET

Laptev A.E. bachelor's degree 3rd year

*Supervisor: Leskina O.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Penza Branch of the University of Finance, Penza*

Abstract: This article presents a study on the impact of marketing technologies in the financial market. The author examines modern marketing methods and strategies used in the financial industry and their impact on customer acquisition, risk management and the development of financial products. The article also analyzes the latest technological innovations such as artificial intelligence, blockchain and data analytics and their role in optimizing marketing strategies in the financial market.

Keywords: Marketing technologies, financial market, Marketing in finance, Customer attraction, Risk management, financial products, Artificial intelligence, Innovations in marketing

Современный мир финансов находится в постоянном состоянии изменений и развития. Один из главных двигателей этих изменений – цифровизация, появление новых перспективных технологий торговли, способов коммуникаций участников рынка и маркетинговых технологий [1]. Стремительное развитие цифровых инструментов и технологий изменило способы, которыми финансовые учреждения привлекают и удерживают клиентов, а также управляют рисками и создают инновационные продукты [2]. В данной статье мы рассмотрим, какие маркетинговые технологии трансформировали финансовую индустрию и какие тенденции ожидают нас в ближайшем будущем. Финансовые рынки не будут исключением, и различные брокеры соревнуются между собой за поток клиентов и привлечение новых.

Каждый брокер старается работать с аудиторией, выпуская все новые и новые форматы своих услуг, придумывая все более изощренные способы привлечения клиентуры, так как основной доход брокера как известно 0 комиссии на пополнение брокерского счета и покупку или продажу ценных бумаг. Далее будут рассмотрены способы маркетинговых уловок на финансовых рынках и необычные способы привлечения клиентов, какое влияние на рынок они могут оказать.

На данный период среди брокеров можно проследить такие тренды как:

- искусственный интеллект (AI): использование AI для анализа рынка, автоматизации операций и предоставления рекомендаций инвесторам;
- социальная торговля: платформы, позволяющие клиентам копировать стратегии успешных трейдеров и инвесторов, становятся популярными;

- блокчейн: использование технологии блокчейн для обеспечения безопасности и прозрачности финансовых операций;
- финансовые приложения: развитие мобильных приложений, позволяющих клиентам управлять своими инвестициями и счетами в режиме реального времени;
- социальные медиа и инфлюэнсер-маркетинг: сотрудничество с финансовыми блогерами и инфлюэнсерами для продвижения услуг и привлечения аудитории.

Рассмотрим рычаги маркетинга, которые могут быть задействованы при преследовании цели привлечения клиента:

- ставки тарифов на пополнение и операции по ценным бумагам;
- удобство пользования инструментами терминала;
- рекламные оферты;
- дополнительные услуги;
- механизмы работы с клиентом;
- другие уловки для привлечения клиента.

Рассмотрим первый рычаг маркетинга для работы с клиентами – ставки тарифов, на них обращают внимание, как правило, в первую очередь опытные инвесторы и финансово грамотные люди. Для удобства рассмотрения брокеров по их рычагам оказания влияния на целевую аудиторию сравнение будет вестись с одним из самых старых и консервативных участников на рынке брокерских услуг – ФИНАМ брокером. Для сравнения приведем в пример такого популярного брокера, как Тинькофф Инвестиции. Для упрощения будет использован для анализа базовый тариф в обоих случаях, так как основной пользователь брокерских услуг – это обыватель, юридических лиц, а также профессиональных инвесторов намного меньше.

Таблица 1. Сравнение тарифов Брокеров Тинькофф Инвестиции и Финам Трейд

Критерий	Тариф Тинькофф Инвестиций	Тариф Финам Трейд
Открытие	Бесплатно	Бесплатно
Обслуживание	Бесплатно	Бесплатно
Комиссия за сделку	0,3% (на акции и облигации, на ПФИ, Валюту, Драгметаллы – выше)	0,05% (и ниже на некоторые инструменты, либо фиксированная цена)

Анализируя представленные данные, можно заметить, что комиссия за сделку у Тинькофф в 6 раз выше, чем у Финам, что говорит о том, что у Финама больше клиентская база, исходя из того, что оборот этого брокера существенно больше, чем у Тинькофф, поэтому для достижения заработка им не нужно брать большие комиссии за операцию [1].

Рассмотрим следующий рычаг привлечения клиентов – дополнительные услуги. Одной из дополнительных услуг, которые может предоставить брокер – инвестиционный кредит, на лонжирование или шорт позиции. Условия по предоставлению плеча брокера лучше у брокера Тинькофф Инвестиции, так как он готов предоставить под более низкий процент свои средства инвестору, а также это будет большая сумма, чем у брокера ФИНАМ. Также последний берет больше комиссии с маржинального кредитования и ограничивает возможности инвестора по нему. Исходя из этого, можно сделать вывод, что с маркетинговой точки зрения – маржинальная торговля устроена на Тинькофф Инвестициях более выгодно, чем на Финам, поэтому это может существенно перетянуть часть профессиональных и квалифицированных инвесторов на сторону Тинькофф [3].

Дополнительными услугами можно назвать и образовательные услуги, с точки зрения информативности наиболее открыто и точно предоставляет всю информацию о трейдинге, инвестировании и работе финансовых рынков - БКС Инвестиции, так как на их сайте представлено больше всего информации о данной профессии и поведении на рынке [4].

Рассматривая рекламные оферты в социальных сетях, можно увидеть множество инвестиционных предложений в духе «вложи 1000 рублей, а получи 10000 на выходе». Вероятнее всего в данном случае рассматривается маржинальное кредитование, а чаще всего встречается такое объявление у Тинькофф Инвестиций, тарифы которого по маржинальной торговле более выгодны. Однако бесконтрольное взятие плеча на большие суммы может быть очень рискованным занятием – увеличивая плечо увеличивается и риск.

Большинство брокеров, представленных на рынке, прекрасно владеет корпоративной культурой и ведет частый обзвон клиентов с рекламой своих услуг, предлагая бесплатные консультации и предоставление индивидуальных предложений, инвестиционных идей.

Наиболее интересными маркетинговыми уловками крупных брокеров являются стратегии автоследования. Автоследование – это следование за наиболее успешными трейдерами и инвесторами. Клиенту предлагается подписать контракт доверительного управления с таким же участником рынка, конечно же на свой страх и риск, при этом клиент получает тот же самый доход что и человек, через стратегию использует клиент, а первоначальный инвестор получает определенную комиссию за использование информации с его операцией на терминале. Такое маркетинговое решение

позволяет привлечь к инвестированию не склонных к риску людей, предпочитающих пассивный доход [5].

Некоторые зарубежные инвестиционные платформы используют интересный способ привлечения клиента, они предлагают инвестору запрограммировать торгового робота, совершающего все операции по определенному алгоритму и получать доход с каждой сделки. Основной заработок брокера с такого решения состоит в том, что за создание торгового робота платформа берёт определенную сумму денег, при этом робот совершает сделки на термине, а с каждой сделки брокер берет комиссию, доход инвестора – трейдера зависит только от него, от его умения и способностей запрограммировать торгового робота [6].

Область маркетинга на финансовых рынках крайне важна в дальнейшем развитии этого сектора экономики, так как финансовых инструментов на рынке не, так и много, а с появлением новых инструментов на рынке требуется их актуализация для большой массы инвесторов, чтобы создать равновесие рынка.

В ходе анализа текущего состояния финансового рынка и учета потребностей потенциальных покупателей определяется возможность внедрения конкретного финансового инструмента (актива). Затем разрабатывается план финансового маркетинга, представляющий собой документ, включающий информацию о данном финансовом активе, его секторе на рынке, конкурентной обстановке, а также определяющий цели и задачи инвестора-продавца в области маркетинга и необходимые ресурсы для их реализации, включая трудовые и финансовые ресурсы.

План финансового маркетинга является ключевым документом, предоставляющим ответы на следующие вопросы: кто будет участвовать в реализации данного финансового актива, когда и где это произойдет, а также какие методы и средства будут использоваться для привлечения покупателей.

На основе плана финансового маркетинга разрабатывается план организационных мероприятий, включая планирование жизненного цикла финансового актива (ЖЦФА) и проведение рекламных кампаний. ЖЦФА представляет собой определенный период времени, в течение которого финансовый инструмент (актив) остается актуальным на рынке и способствует достижению поставленных целей как для покупателей, так и для продавцов данного актива.

На российском рынке существует реальная конкуренция за внимание потенциального инвестора. Каждый брокер старается завлечь по-своему: от образовательных кампусов, инвестиционной аналитики, качественных технологий ИИ, блокчейнов до стратегий автоследования и предоставления выгодных условий маржинальной торговли. Развитие финансового рынка важная задача для Российской Федерации, так как вложение вре-

менно свободных денежных средств – дает компаниям средства для развития и роста ВВП. Маркетинговые технологии для развития финансовых рынков косвенно способствуют развитию сначала биржевого оборота, а в перспективе – всей экономики в целом.

Библиографический список

1. Бондаренко В.В., Лескина О.Н., Филиппова Е.С., Аксенов В.В. Современные технологии коммуникаций как фактор формирования институционального доверия студенческой молодежи// Социодинамика. 2023. № 8. С. 11–32.
2. Лескина О.Н. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие. Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. 154 с.
3. Электронный ресурс: Тарифы Тинькофф Инвестиции. URL:<https://www.tinkoff.ru/invest/tariffs/> (дата обращения 02.11.2023).
4. Электронный ресурс: Как устроена маржинальная торговля. URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/help/brokerage/account/margin/about/?card=q2>. (дата обращения 02.11.2023).
5. Электронный ресурс: Обучение БКС экспресс. URL: <https://bcs-express.ru/education> (дата обращения 02.11.2023).
6. Электронный ресурс: Автоследование - как использовать экспертизу опытных трейдеров? URL:<https://www.banki.ru/news/columnists/?id=10961297> (дата обращения 02.11.2023)
7. Электронный ресурс: Торговые роботы – полный обзор. URL: <https://trading.biz/ru/posts/torgovye-roboty> (дата обращения 02.11.2023)

УДК 658.3.07

ВНЕБИРЖЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КАК СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

Лаптев А.Е. бакалавр 3 курса

Научный руководитель: Лескина О.Н., к.э.н., доцент

Пензенский филиал Финуниверситета, Пенза

Аннотация: Данная статья исследует роль внебиржевых финансовых инструментов в контексте повышения финансовой грамотности и инвестирования в современной эпохе глобальных вызовов. Авторы анализируют преимущества и риски внебиржевых финансовых инструментов, их доступность

для различных категорий инвесторов, а также способы использования этих инструментов для достижения финансовой стабильности и роста капитала.

Ключевые слова: внебиржевые финансовые инструменты, финансовая грамотность, краудлендинг, риски, инвестиционные инструменты, инвестор, капитал.

OTC FINANCIAL INSTRUMENTS AS WAYS TO INCREASE FINANCIAL LITERACY AND INVESTING IN AN AGE OF GLOBAL CHALLENGES

Laptev A.E. bachelor's degree 3rd year

*Supervisor: Leskina O.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Penza Branch of the University of Finance, Penza*

Abstract: This article explores the role of over-the-counter financial instruments in the context of improving financial literacy and investing in the modern era of global challenges. The author analyzes the advantages and risks of over-the-counter financial instruments, their availability for various categories of investors, as well as ways to use these instruments to achieve financial stability and capital growth

Keywords: Over-the-counter financial instruments financial literacy, Crowdlending, Risks, Investment instruments, Investor, Capital.

Государство в последнее время уделяет немало внимания повышению финансовой грамотности граждан, как и взрослого поколения, так и самое главное - молодого. Последние 2 года были непростыми для граждан, поскольку санкции, налагаемые на Российскую Федерацию западными странами, повлияли на уровень жизни населения. Повышение финансовой грамотности населения положительно скажется на экономике страны, поскольку граждане будут принимать более грамотные экономические решения вместо того, чтобы хранить денежные средства «под подушкой».

Финансовая грамотность граждан Российской Федерации (РФ) играет важную роль в их финансовом благополучии и стабильности экономики страны. Финансовая грамотность означает умение эффективно управлять своими финансами, принимать информированные финансовые решения и избегать распространенных финансовых ошибок.

Важными элементами финансовой грамотности граждан во всем мире являются [1]:

- бюджетное планирование – граждане должны уметь составлять личный и семейный бюджеты, чтобы избегать задолженностей и учиться экономить;

- инвестиции – граждане должны разбираться в инвестициях, чтобы строить финансовое будущее;
- граждане должны уметь управлять своими долгами, чтобы избегать переплат и проблем с кредитами;
- знание о финансовой безопасности важно при потере работы, болезни и кризисах;
- граждане должны разбираться в налогах и заполнять декларации правильно;
- понимать работу пенсионного фонда и планировать финансово свою жизнь в пожилом возрасте.

Рассмотрим наиболее рациональные способы вложения временно свободных средств граждан.

Основные виды и доли содержания капитала граждан подразделяются на:

- депозиты – 65%;
- акции + облигации + ПФИ – 23%;
- наличные – 22% [2].

С точки зрения грамотного распределения средств и попытки погасить негативное влияние инфляции на сбережения и инвестиции, граждане по-прежнему отдают предпочтение банковским депозитам. Работа с фондовым рынком остается для граждан менее привлекательна, чем вклады в банке. К большому сожалению, близко к фондовому рынку приближаются никуда не вложенные наличные деньги в таком большом процентном отношении, что говорит о не самом высоком уровне финансовой грамотности граждан РФ.

Если обратиться к социологическим опросам, то только каждый четвертый (26%) опрошенный считает себя финансовым экспертом и делится своими знаниями о финансах, читая статьи и просматривая передачи на эту тему [3].

Центральный банк России предоставил такие данные о финансовой грамотности (рис. 1).

Анализируя данные статистики, можно сделать вывод о том, что почти все показатели выросли за 5 лет, но 2 показателя упали – важность заботы о завтрашнем дне и количество сбережений за последний год, который является кризисным, так как Россия находится под давлением санкций. Среди прочих показателей можно отметить повышение понимания сути инфляции, что может говорить о желании граждан сохранить и приумножить свои сбережения и временно свободные средства в обозримом будущем.



Рисунок 1. Динамика финансовой грамотности граждан России

Классическими инструментами для инвестирования являются всеми привычные банковские вклады, а также акции и облигации. Для инвестирования банковский вклад не подойдет, так как он едва покроет теневой уровень инфляции, акции достаточно рискованный финансовый инструмент, но приносящий высокий доход при грамотном анализе рынка, а облигации хоть и имеют доходность выше, чем уровень инфляции, но в условиях нестабильной ставки рефинансирования, требуют тщательного отбора и возможности быстрого выхода из данного инструмента. Стоит учитывать и тот факт, что 90е годы нанесли неизгладимый ущерб восприятию фондового рынка старшим поколением, так как приватизационные чеки были непонятны гражданам и по истечению года обесценились, поэтому недоверие к традиционным финансовым инструментам стало уже привычным.

В настоящий момент популярность среди инвесторов набирает крауд инвестирование – финансирование физическими лицами, регулируемое законодательством РФ по 259-ФЗ [4]. Оно реализуется по 2 формам:

- краудвенчурные платформы;
- краудлендинговые платформы.

Отличие данных форм инвестирования в том, что в первом случае мы являемся венчурным инвестором, покупая акции компаний-стартапов, а во втором – покупаем микрооблигации, выпускаемые ИП и Юрлицами. Данный вид вложения средств является внебиржевым, так как каждая платформа является микробиржей с предпочтением первичного рынка, вторичный рынок чаще всего используется для быстрого выхода одних инвесторов из актива и желающих извлечь максимальную выгоду других.

Рассматривая доходность данного вида инвестирования, стоит разделить их на те же две группы, так как принципы формирования капитала у них разные. Краудлендинг, как формат инвестирования достаточно прост в освоении, поскольку можно отследить сколько средств, кому и под какой процент было проинвестировано. Пользователю даже предоставляется информация о риске заемщика и стратегиях автоследования – инвестирования с помощью ИИ на основе заданных пользователем параметров [5]. Как указывает одна из самых популярных краудлендинговых платформ «Поток», ее доходность составляет – 23% в среднем за год, так же «Поток» подсчитывает собственный индекс, который превышает IMOEX (рис. 2).

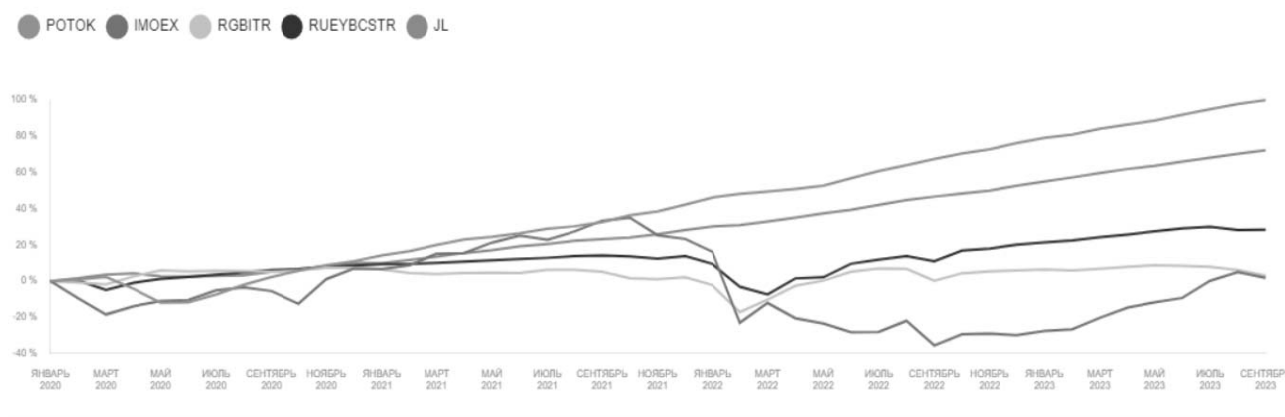


Рисунок 2. Индекс Потока относительно IMOEX и других платформ

Рассматривая крауд венчурное инвестирование, стоит понимать, что доходность, которую обещает каждая оферта – не гарантированная, как и в случае краудлендинга, но в случае с первым – можно инвестировать средства без риска: дефолтные займы платформа выкупит, но доходность в таком случае будет ниже. Покупая долю компании стартапа важно обращать внимание на цели, представленные в оферте, они могут быть различными, например, вырасти как компания и продать все активы более крупной организации или выйти на биржевую торговлю. Вкладываясь в стартапы через данные платформы, можно как извлечь многократную прибыль, так и потерять вложенные деньги, риск соответствует доходности [5].

Работа крауд-платформ достаточно проста, заемщики заполняют заявку на платформе, вносят организационную структуру своего предприятия, загружают отчетность, свои доходы и расходы, далее проходят процедуру верификации, получают одобрение или отказ, в случае одобрения – заемщик получает кредитный рейтинг. Инвестору же просто остается внести средства на виртуальный счет платформы. Многие платформы реализуют процесс автоинвестирования, пользователь задает определенные параметры, попадающие под его личные стратегии, или пользуется представленными. В случае краудлендинга – инвестор выдает займы и получает обратно на счет пени с телом долга, а в вреудвенчурном инвестировании – получает акции компании.

Краудинвестирование является прекрасным инструментом сбережения и инвестирования временно свободных средств граждан. Как и ПИФы оно является достаточно стабильным инструментом, но в отличии от них имеет одно весомое преимущество – предлагает большую информативность и большие возможности управления своими активами.

Повышение финансовой грамотности, благополучия граждан и, как следствие формирование среднего класса как основы стабильного поступательного развития общества [6], может быть достигнуто с помощью вышеописанных инструментов. Однако применение данных инструментов сопряжено с определенной долей риска, что может не соответствовать стратегиям консервативно настроенных людей. Об особенностях применения данных финансовых инструментов знает немного людей, занимающихся инвестированием, хотя на рынке представлено множество платформ, берущих истоки с начала 2010-х годов. По нашему мнению, в программах по повышению финансовой грамотности стоит внести данные способы инвестирования для предоставления целевой аудитории различных способов сохранения и увеличения своих денежных средств.

Библиографический список

1. Лескина О.Н. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие. – Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. 154 с.
2. Электронный ресурс: Сбережения держат при себе. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5977574> <https://iz.ru/1567573/2023-09-01/rossiiane-stali-bolee-finansovo-gramotnymi-v-2023-godu>. (дата обращения 01.11.2023).
3. Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 № 259-ФЗ (последняя редакция).

4. Электронный ресурс: Что такое краудлендинг, чем он отличается от краудфандинга URL: <https://journal.sovcombank.ru/glossarii/chto-takoe-kraudlending> (дата обращения 01.11.2023).

5. Электронный ресурс: Что такое венчурные инвестиции и кто на них зарабатывает. URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/venture-invest/> (дата обращения 01.11.2023).

6. Лескина О.Н. Средний класс как фактор устойчивости социально-экономической системы// Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина». Тамбов, 2005.

УДК 332.1, 338.1

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Лизун Е.И., бакалавр 2-ого курса

*Научный руководитель: Костина О. И., к.э.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Применение санкций в 2022–2023 годах действительно имеет сложное и многогранное воздействие на экономику России. Санкции могут оказывать негативное влияние на различные отрасли, включая финансовый сектор, энергетику, и торговлю. Они могут ограничивать доступ к международным рынкам, усложнять привлечение инвестиций и влиять на валютный курс. Санкции также могут привести к нарушению цепей поставок и усложнению ведения бизнеса с зарубежными партнерами. Однако следует обратить внимание, что санкции не во всех отраслях оказали негативное влияние для страны. Например, сельское хозяйство и продовольственная безопасность показали прогресс в развитии своей отрасли. Россия стала более самостоятельной в производстве сельскохозяйственных продуктов, что снижает ее зависимость от импорта. Это может способствовать укреплению продовольственной безопасности страны и снижению уязвимости перед внешними экономическими давлениями.

Ключевые слова: санкции, российская экономика, российские предприятия, инвестиции, инфляция.

THE IMPACT OF SANCTIONS ON THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Lizun E. I., bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Kostina O. I., Candidate of Economics, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga.*

Annotation. The application of sanctions in 2022-2023 really has a complex and multifaceted impact on the Russian economy. Sanctions can have a negative impact on various industries, including the financial sector, energy, and trade. They can restrict access to international markets, make it more difficult to attract investment and influence the exchange rate. Sanctions can also lead to disruption of supply chains and complication of doing business with foreign partners. However, it should be noted that sanctions have not had a negative impact on the country in all sectors. For example, agriculture and food security have shown progress in the development of their industry. Russia has become more independent in the production of agricultural products, which reduces its dependence on imports. This can help strengthen the country's food security and reduce vulnerability to external economic pressures.

Keywords: sanctions, Russian economy, Russian enterprises, investments, inflation.

Санкции представляют собой меры, принимаемые международным сообществом, которые накладывают ограничения на финансовые операции, торговлю, технологическое сотрудничество и другие аспекты международных отношений с целью оказания давления на страну, нарушающую международное право или осуществляющую агрессивные действия.

В данной статье мы рассмотрим разнообразные аспекты воздействия санкций на российскую экономику, начиная с ограничений финансовых операций и доступности технологий, и заканчивая влиянием на энергетический сектор, инфляцию, курс рубля, и продовольственную безопасность. Мы также обратим внимание на региональные различия в воздействии санкций. Кроме того, рассмотрим, как Россия реагирует на санкции и какие стратегии принимает для смягчения их воздействия.

Актуальность данной работы состоит в изучении воздействия санкций на российскую экономику важно в наше время из-за растущих напряженностей между странами. Это поможет нам понять, как санкции влияют на российскую экономику и как Россия старается с этим справиться. Такой анализ поможет нам лучше предсказывать, какие могут быть последствия для российской экономики и какие стратегии можно использовать, чтобы смягчить эти последствия.

Целью данной статьи является проведение анализа воздействия санкций на экономику России в период с 2022 по 2023 годы. Анализ охватывает различные аспекты санкций, их воздействие на российскую валюту, инвестиции, нефтегазовую индустрию в стране.

В условиях динамично меняющейся обстановки и экономических вызовов, воздействие санкций на экономику России остается актуальной и важной темой для анализа и обсуждения.

Воздействие санкций на экономику России:

1. Ограничения финансовых операций. Санкции ограничивают доступ российских компаний к международным финансовым рынкам. Это включает в себя запрет на кредитование и инвестиции, а также замораживание активов. Компании могут столкнуться с трудностями в привлечении капитала для развития, что ограничивает их финансовую гибкость. Банки сталкиваются с ограничениями на международные транзакции и обслуживание внешних клиентов, что снижает доходы и прибыль.

Кредиты в валюте сократились на 30,2 млрд долларов (18,2%) за 2022 год [9]. В конце февраля продажи российских активов иностранными инвесторами вызвали снижение котировок и рост объемов выставленных маржинальных требований. Последствием шока для фондового рынка стало снижение объемов торгов и рост роли розничных инвесторов.

2. Снижение доступности технологий. Санкции ограничивают доступ России к передовым технологиям и оборудованию, особенно в секторах энергетики и обороны. Это затрудняет модернизацию и развитие российских предприятий. Ограничения на импорт технологий могут привести к тому, что российские компании будут вынуждены разрабатывать собственные аналоги, что может требовать времени и средств.

Российский рынок технологий и интернет-бизнеса прошел болезненную трансформацию после ухода ряда западных поставщиков, но Россия сумела сохранить неофициальную связь, а также связь через посредников с некоторыми из ушедших компаний, например, Cisco [14].

3. Повышение инфляции и курса рубля. Санкции могут увеличить инфляцию в России. Запреты на импорт некоторых товаров и услуг, а также ограничения на доступ к иностранной валюте могут привести к росту цен на импортные товары и услуги. Это негативно сказывается на покупательной способности населения. Санкции также могут оказать давление на российский рубль, что делает импортные товары дороже.

Инфляция в апреле 2022 года достигла 17,8% и в течении всего времени подвергалась росту, но по итогам года составила 11,9%. Но ситуация с курсом рубля намного сложнее, так как он остается плавающим. Его ди-

намика определяется балансом между спросом импортеров на валюту и предложении валюты со стороны экспортеров [9].

4. Энергетический сектор. Россия является крупным экспортером газа и нефти. Санкции могут ограничить доступ России к мировым энергетическим рынкам и инвестициям в этот сектор. Это может уменьшить доходы от экспорта энергоресурсов, особенно если цены на нефть и газ колеблются на мировых рынках.

Доходы от продажи нефти и газа увеличились на 10,4 трлн рублей (40,9%) от общего объема по сравнению с 9 трлн рублей (35,8%) в 2021 году [11]. Общая сумма ожидаемых в 2023 году нефтегазовых доходов составит 8,9 трлн рублей. Сильно уменьшилась сумма поступлений от экспортных пошлин за продажу газа – в 4,5 раза (172 млн рублей), чем в январе-апреле 2022 года [6].

5. Иностранные инвестиции и развитие. Санкции создают преграды для иностранных инвестиций и технического сотрудничества. Это может затруднить развитие российской экономики, особенно в высокотехнологичных и инновационных секторах. Ограничения на доступ иностранных инвесторов могут уменьшить потоки капитала в Россию.

Из-за того, что иностранные инвесторы стали продавать свои доли в российских компаниях отток капитала в 2021 году, составил 72 млрд долларов, а уже в первую половину 2022 года вырос на 91,66% и составил 138 млрд долларов [5, с. 24]. По итогу отток капитала из России в 2022 году составил 243 млрд долларов [4].

6. Сельское хозяйство и продовольственная безопасность. Санкции могут создать проблемы в сельском хозяйстве. Ограничения на импорт сельскохозяйственной техники и материалов могут затруднить модернизацию отрасли. В ответ на санкции Россия активно продвигает политику импортозамещения в сельском хозяйстве и пищевой промышленности.

Также агропромышленный комплекс в 2022 году показал внушительный рост в 10,2% из чего сделан вывод, что нужно ускорять темпы развития импортозамещения, так как своей техники уже не хватает. По итогу экспорт минудобрений снизился на 15%. Но запасы прочности, наработанные в отрасли и экстренные меры правительства, помогли почти год без потерь. Россия осталась мировым лидером по поставкам пшеницы [14].

7. Региональные последствия. Эффекты санкций могут быть неравномерными по регионам России. Регионы, зависящие от добычи и экспорта природных ресурсов, могут быть более уязвимыми к экономическим последствиям санкций. Санкции могут вызвать сокращение рабочих мест и снижение экономической активности в этих регионах.

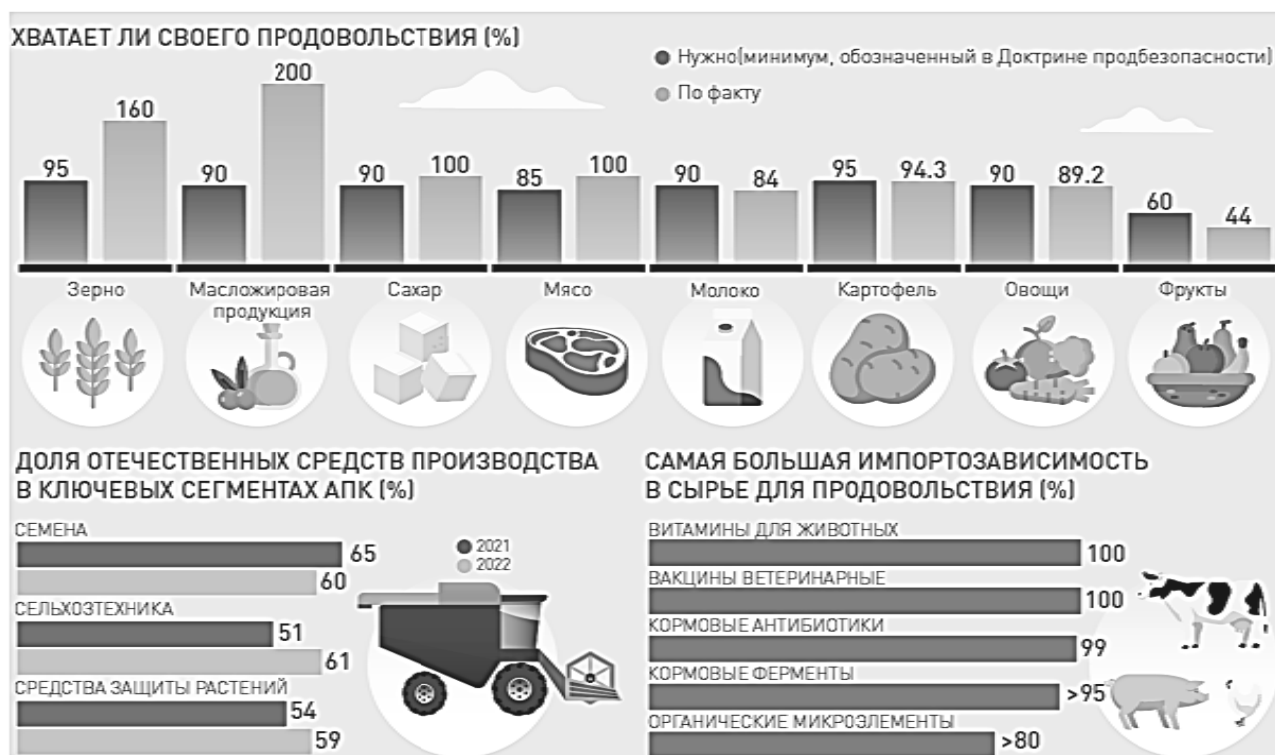


Рисунок 1. Чего России не хватает для производства продуктов [14]

Спад промышленности России в 2022 году составил 99,4% по отношению к 2021 году, что говорит о некотором снижении производства. Среди регионов нефтепереработки падение характерно для Самарской и Нижегородской областей, а рост – для Омской и Волгоградской областей. Сильный спад в автомобилестроении (Калининградская и Калужская области). Падение также характерно для регионов минеральных удобрений (Самарская и Удмуртская области), черной металлургии (Кемеровская и Липецкая области). Тем не менее, промышленное производства в Москве и Санкт-Петербурге характеризуется ростом [2, с. 7].

Воздействие санкций на экономику России в 2022-2023 годах остается сложным и многогранным процессом. Санкции сказались на различных аспектах российской экономики, начиная от финансовых операций и доступности технологий до инфляции, энергетического сектора, иностранных инвестиций. Россия, в свою очередь, предпринимает шаги для смягчения воздействия санкций и адаптации к новым реалиям.

Важно подчеркнуть, что эффекты санкций могут продолжаться в долгосрочной перспективе, и мировое сообщество должно оценивать их последствия как для России, так и для глобальной экономики. Эффективность санкций как инструмента внешней политики также остается темой дискуссий и исследований.

Библиографический список

1. Белый К. Финансово-экономические итоги 2022 года в России / Белый К. [Электронный ресурс] // Финансовый гений: [сайт]. URL: <https://fingeniy.com/finansovo-ekonomicheskie-itogi-2022-goda-v-rossii/> (дата обращения: 14.10.2023).
2. Бобровский Р.О. Тенденции развития и модернизация промышленности регионов России. Итоги 2022 г. [Текст] / Р.О. Бобровский // РЭУ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА. 2022. № 4. С. 1–18.
3. Воронов А.А., Ильенкова К. . Международные санкции как фактор формирования и развития региональных потребительских рынков Российской Федерации. [Текст] / Воронов А.А., Ильенкова К. М. // Экономические науки. 2023. № 1(218). С. 10–17.
4. Гальчева А., Виноградова Е. Эксперты назвали четыре основных канала рекордного оттока капитала / Гальчева А., Виноградова Е. [Электронный ресурс] // Экономика: [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/09/08/2023/64d2189a9a794772654b1a2a> (дата обращения 19.10.2023).
5. Глотова И.И. Состояние финансового рынка России в период санкционных ограничений [Текст] / Глотова И.И. // Финансы и учетная политика. 2022. № 2. С. 22–27.
6. Гринкевич Д., Милькин В., Кузнецов М Нефтегазовые доходы бюджета оказались меньше ожиданий / Гринкевич Д., Милькин В., Кузнецов М [Электронный ресурс] // Ведомости: [сайт]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2023/05/17/975616-neftegazovie-dohodi-byudzheta-okazalis-menshe-ozhidanii> (дата обращения: 19.10.2023).
7. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. URL:<https://mcx.gov.ru/> (дата обращения: 19.10.2023 г.)
8. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL:<https://www.hse.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
9. Официальный сайт Банка России. URL:<https://cbr.ru/> (дата обращения: 14.10.2023 г.)
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL:<https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).
11. Романова Любовь Минфин ждет долю доходов бюджета от продажи нефти и газа в 2022 году выше 40% / Романова Любовь [Электронный ресурс] // Ведомости: [сайт]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/06/20/927599-minfin-byudzheta-prodazhi-nefti> (дата обращения 17.10.2023).
12. Российская ассоциация производителей специализированной техники и оборудования. URL:<https://rosspetsmash.ru/> (дата обращения: 19.10.2023 г.)

13. Российский союз производителей химических средств защиты растений. URL: <https://www.pesticidesunion.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).

14. Тихонов С., Карабут Т., Гайва Е., Капранов Е., Трубилина М. Год под санкциями. Как изменилась экономика России / Тихонов С., Карабут Т., Гайва Е., Капранов Е., Трубилина М. [Электронный ресурс] // RGRU: [сайт]. URL: <https://rg.ru/2023/02/25/god-pod-sankciiami-kak-izmenilas-ekonomika-rossii.html> (дата обращения 19.10.2023).

УДК 658.511

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕРЕВА ЦЕЛЕЙ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОТКРЫТИЯ САМОЗАНЯТОСТИ

Литвинчук В.А., бакалавр 3-го курса

*Научные руководители: Росторгуева Н.Ю., к.тех.наук, доцент
Новороссийский филиал Финуниверситета, г. Новороссийск*

Аннотация. В этой статье исследуются основы процесса открытия самозанятости через визуализацию данных. Различные способы регистрации самозанятости представлены с использованием нотации BPMN и составлении дерева целей.

Ключевые слова: дерево целей, бизнес-процесс, самозанятость, «Мои налоги», «Госуслуги», BPMN

VISUALIZATION OF FUNCTIONAL-COST ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES OF THE SALES DEPARTMENT

Litvinchuk V.A., 3rd year bachelor

*Scientific supervisors: Rostorgueva N.Yu., candidate of technical sciences,
associate professor
Novorossiysk branch of the Financial University, Novorossiysk*

Annotation. This article explores the fundamentals of the self-employment discovery process through data visualization. Various ways to register self-employment are presented using BPMN notation and drawing up a goal tree.

Key words: goal tree, business process, self-employment, "My taxes", "Government services", BPMN

Дерево целей (также известное как аналитическая иерархия целей или ДЦ) – это метод анализа и планирования, который используется для организации и структурирования целей и подцелей в иерархической форме. Он помогает определить цели проекта, а также разбить их на подцели и дальнейшие уровни, чтобы обеспечить логическую связь и последовательность их достижения.

Дерево целей состоит из корневой цели, которая может быть общей целью проекта, и нескольких уровней подцелей, которые постепенно декомпозируются на все более конкретные задачи. В результате создается структура, где каждый уровень подцелей является средством достижения более общих целей на предыдущем уровне. Преимущества использования дерева целей включают:

1) Понимание иерархической структуры целей, что способствует лучшему планированию и управлению проектом.

2) Ясное определение целей и их связей, что помогает участникам проекта понять, как их вклад вкладывается в общий успех проекта.

3) Легкая обнаружимость проблем и пропусков в планировании, что позволяет предпринять корректирующие действия на более ранних этапах проекта.

4) Возможность идентификации конкретных задач для каждой цели, что упрощает распределение ресурсов и назначение ответственности.

Дерево целей является полезным инструментом для разработки стратегии и плана действий в проекте, так как он помогает определить конечные цели и разделить их на более мелкие и конкретные задачи, которые могут быть легко реализованы.

Дерево целей в процессе формирования бизнес процессов позволяет достичь следующие задачи:

1) Установление стратегических целей: Дерево целей помогает организации определить ее стратегические цели и приоритеты, которые затем могут быть преобразованы в операционные цели и задачи.

2) Разработка операционных целей: Дерево целей фасуется на более мелкие, конкретные операционные цели, которые дают возможность организации разработать агрегированные планы и бизнес процессы для их достижения.

3) Определение ключевых показателей эффективности: Дерево целей помогает определить ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators – KPIs) для каждой цели, что позволяет организации отслеживать и измерять свой прогресс в достижении целей.

4) Установление связей и взаимосвязей: Дерево целей позволяет организации определить зависимости и взаимосвязи между различными целями и подцелями, что позволяет более эффективно планировать и управлять бизнес процессами.

5) Коммуникация и прозрачность: Дерево целей обеспечивает прозрачность и понимание целей и задач каждого уровня организации, что улучшает коммуникацию и координацию внутри организации.

Целью исследования данной статьи является анализ формирования дерева целей при исследовании бизнес процессов открытия самозанятости.

Объектом исследования является процесс открытия самозанятости.

В этой статье будет исследован процесс регистрации самозанятости на различных платформах, обсудим цели такой регистрации и рассмотрим основные этапы, которые нужно пройти для успешной регистрации.

На рисунке 1 изображено дерево целей процесса открытия самозанятости.

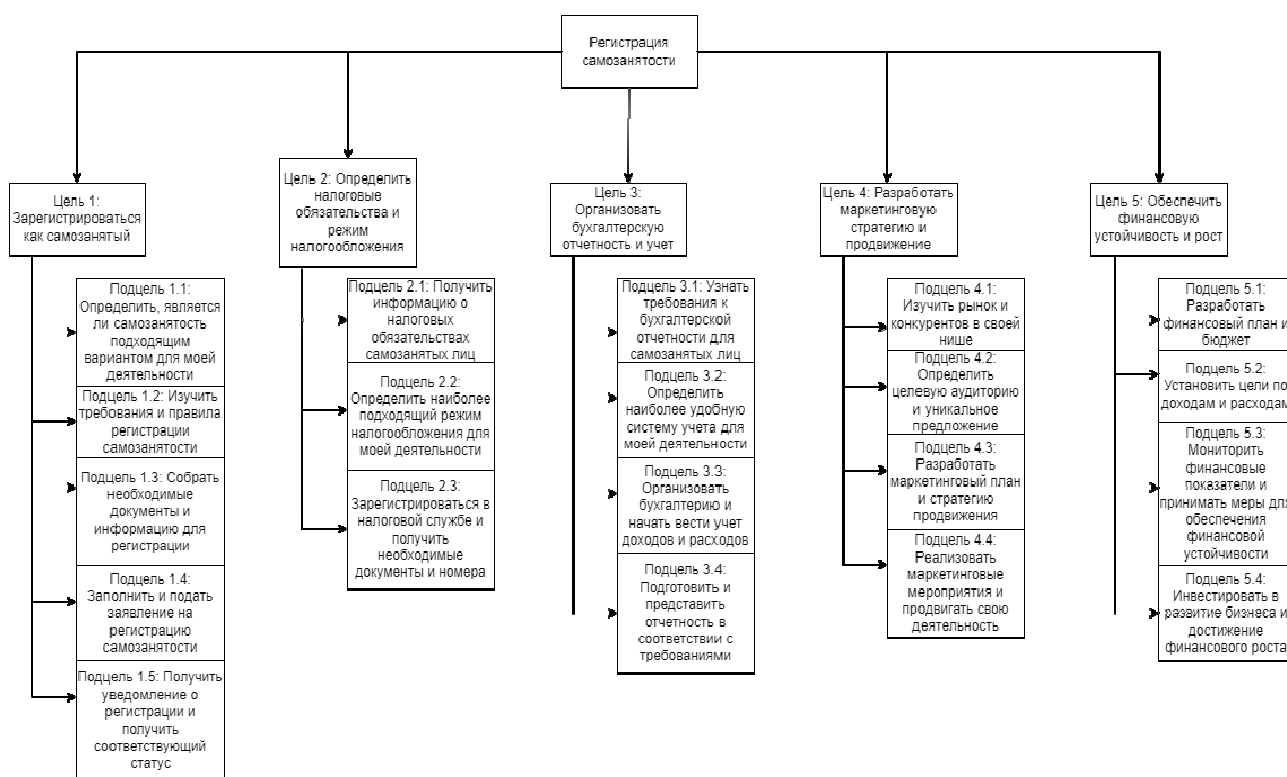


Рисунок 1. Дерево целей открытия самозанятости

Дерево целей регистрации самозанятости состоит из 5 основных целей:

- 1) Регистрация самозанятости;
- 2) Определение налоговых обязательств и режима налогообложения;
- 3) Организовать бухгалтерский отчет и учет;
- 4) Разработать маркетинговую стратегию и продвижение;
- 5) Обеспечить финансовую устойчивость и рост.

Открытие самозанятости может иметь различные цели в зависимости от индивидуальных потребностей и обстоятельств человека:

1) Получение дохода: основная цель для большинства самозанятых – это получение постоянного источника дохода. Это может быть, как основной источник дохода, так и дополнительный заработок.

2) Уменьшение налоговой нагрузки: многие самозанятые осознают, что они не являются работодателями и не платят налоги с заработной платы своих работников. Поэтому открытие своего бизнеса или самозанятости позволяет им уменьшить налоговую нагрузку на свой доход.

3) Расширение возможностей: открытие своего бизнеса или самозанятости дает возможность расширить свои возможности и начать заниматься тем, чем раньше не занимались. Например, если человек работал в офисе, то он может открыть свое дело или заняться фрилансом.

4) Социальная ответственность: некоторые люди считают, что самозанятый может помочь обществу, занимаясь благотворительностью или помогая нуждающимся. Открытие своего бизнеса или самозанятости может стать способом реализации этих целей.

5) Развитие навыков: открытие своего бизнеса или самозанятости помогает развивать навыки и умения, которые могут пригодиться в будущем. Например, если человек занимается ремонтом автомобилей, то он может научиться ремонтировать компьютеры и другие электронные устройства.

6) Исследование новых возможностей: Открытие самозанятости может быть способом исследования новых возможностей и испытания себя в новой области или отрасли. Это может помочь расширить кругозор, научиться новым навыкам и открыть двери к новым возможностям и перспективам карьерного роста.

Регистрация самозанятости через сайт «Мои налоги».

На рисунке 2 изображен процесс регистрации самозанятости через сайт «Мои налоги».

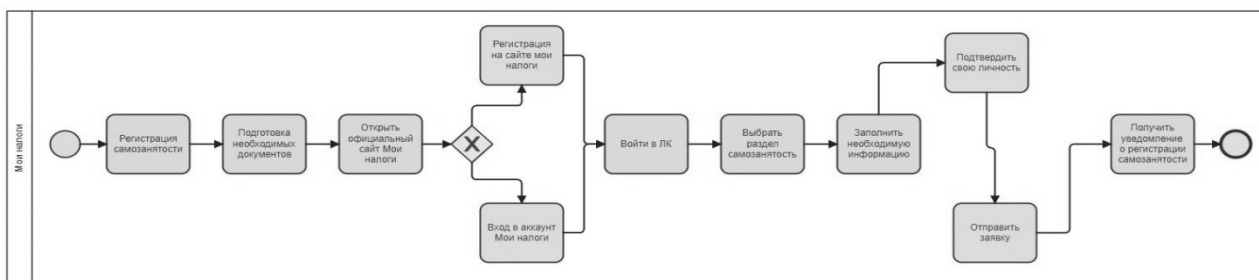


Рисунок 2. Процесс регистрации самозанятости через сайт «Мои налоги»

Алгоритм:

1) Подготовка необходимых документов: перед началом процесса регистрации самозанятости нужно подготовить документы, такие как паспорт, СНИЛС и банковские реквизиты.

2) Открыть официальный сайт «Мои налоги»: открыть веб-браузер и перейдите на официальный сайт «Мои налоги» (<https://lkfl2.nalog.ru/lkfl/login>).

3) Регистрация на сайте: Если уже есть учетная запись на сайте «Мои налоги», войти в свою учетную запись. Если нет учетной записи, зарегистрироваться, следуя инструкциям на сайте.

4) Войти в личный кабинет: После успешной регистрации или входа в учетную запись нажать на соответствующую ссылку, чтобы войти в личный кабинет.

5) Выбрать раздел «Самозанятость»: В личном кабинете найти раздел, связанный с самозанятостью. Обычно он называется "Самозанятость" или «Регистрация как самозанятый».

6) Заполнить необходимую информацию: Внимательно заполнить все необходимые поля, предоставляя информацию о себе, своем месте жительства, контактах и других требуемых данных.

7) Подтвердить свою личность: В процессе регистрации может потребоваться подтвердить свою личность. Это может быть сделано с помощью электронной подписи или других способов, предлагаемых сайтом.

8) Завершить процесс регистрации: После заполнения всех необходимых данных и подтверждения своей личности пройти пошаговые инструкции на сайте, чтобы завершить процесс регистрации.

9) Получить уведомление о регистрации: После успешной регистрации возможно получение уведомления о том, что ваша самозанятость зарегистрирована (или нет). Обычно уведомление отправляется на электронную почту или доступно в личном кабинете на сайте «Мои налоги».

Регистрация самозанятости через сайт «Гос услуги».

На рисунке 3 изображен процесс регистрации самозанятости через сайт «Госуслуги».

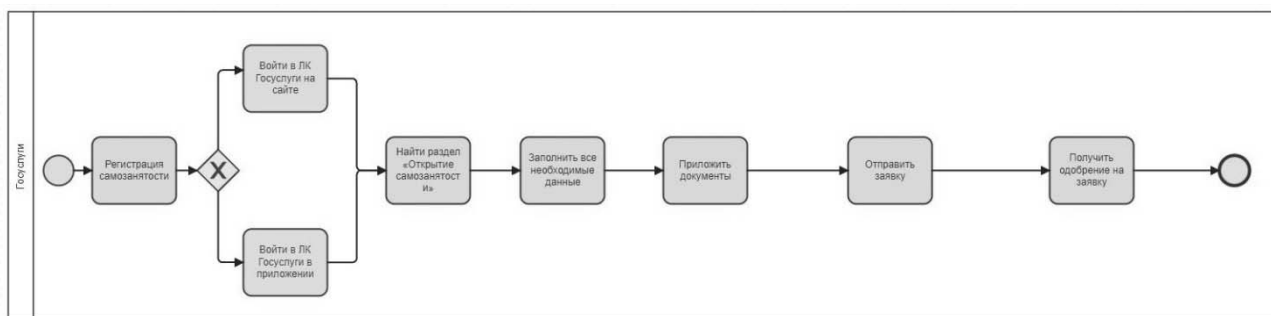


Рисунок 3. Процесс регистрации самозанятости через сайт «Госуслуги»

Алгоритм:

1) Перейти на официальный сайт «Госуслуги» своего региона. Обычно адрес сайта выглядит следующим образом: (www.gosuslugi.ru).

2) Найдите раздел «Работа» или «Трудовая деятельность» на главной странице и выбрать его.

3) В разделе «Трудовая деятельность» найти информацию о самозанятости или предпринимательстве и перейти на соответствующую страницу.

4) Там найти раздел «Открытие самозанятости» или «Регистрация предпринимателя». Перейти на эту страницу.

5) Заполнить все необходимые данные в регистрационной форме, такие как ФИО, дата рождения, контактная информация, паспортные данные и другие требуемые документы.

6) Приложить сканы или фотографии необходимых документов, например, копии паспорта, ИНН или документы об образовании.

7) После заполнения формы и прикрепления документов, отправить заявку на регистрацию.

8) Может потребоваться подтвердить свою личность, например, предоставить электронную подпись или другие идентификационные данные.

9) После успешной регистрации остается ждать получения уведомления о том, что ваша заявка принята и будет рассмотрена.

10) Дождаться уведомления о готовности документов или получить доступ к личному кабинету самозанятого на сайте «Госуслуги».

11) В личном кабинете можно заполнять и отправлять декларации, производить расчеты по уплате налогов и сборов, а также вести учет своей деятельности.

Таким образом, в статье на основе дерева целей и платформ для регистрации самозанятости был сделан вывод, что в целом, дерево целей помогает организации ориентироваться в своих целях и задачах, а также эффективно планировать, управлять и измерять свой прогресс в достижении этих целей. Помимо этого, открытие самозанятости может иметь различные цели в зависимости от индивидуальных потребностей и обстоятельств человека.

Библиографический список

1. Официальный портал Гос Услуги // URL: <https://www.gosuslugi.ru/> (дата обращения 31.10.23)

2. Официальный сайт «Мои налоги» // URL: <https://lkfl2.nalog.ru/lkfl/login/> (дата обращения 31.10.23)

3. BPMN 2.0 // URL: <https://bpmn.io/> (дата обращения 31.10.23)

4. Кроссплатформенное программное обеспечение для рисования графиков DiagramsNet // URL: <https://app.diagrams.net/> (дата обращения 31.10.23)

РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДО 2030 ГОДА

Моисеева И.Г., к.пс.н.

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье представлен сравнительный анализ показателей национальных стратегий повышения финансовой грамотности до 2023 и до 2030 года. Автором представлен комплекс научных исследований обучающихся общеобразовательных школ Калужской области в сфере финансовой грамотности. Определен стратегический вектор будущих научных исследований в виде цифровой финансовой грамотности. Результаты проведенного анализа позволили определить дальнейшие перспективы развития финансовой грамотности.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовая культура, национальная стратегия, финансовая безопасность, цифровая среда.

RESULTS AND PROSPECTS OF IMPROVING FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION BY 2030

Moiseeva I.G., PhD,

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article presents a comparative analysis of the indicators of national strategies for improving financial literacy until 2023 and 2030. The author presents a set of scientific studies of students of secondary schools of the Kaluga region in the field of financial literacy. The strategic vector of future scientific research in the form of digital financial literacy has been determined. The results of the analysis made it possible to determine further prospects for the development of financial literacy.

Keywords: financial literacy, financial culture, national strategy, financial security, digital environment.

Начиная с 2017 года, в нашей стране был взят курс на формирование финансовой культуры населения и повышения его финансовой грамотности. Стратегическая идея и основные этапы повышения финансовой грамотности населения были отражены в Стратегии повышения финансовой грамотности на 2017–2023 годы. В контексте показателей данной стратегии нами было проведено несколько исследований по оценке сформиро-

ванности компетенций по финансовой грамотности у обучающихся общеобразовательных школ Калужской области.

В 2021 году Калужским Филиалом Финуниверситета было осуществлено исследование обучающихся общеобразовательных школ, направленное на оценку уровня сформированности компетенций финансовой грамотности. Его результаты показали, что знания о финансовых продуктах, а также способность получать, понимать и оценивать существенную информацию, необходимую для принятия решений у школьников, находится на уровне ниже среднего, особенно это касается области управления финансовыми рисками [1].

В 2022 году Калужским филиалом Финуниверситета проведено исследование на предмет оценки уровня компетенций по противодействию финансовому мошенничеству обучающихся общеобразовательных школ Калужской области. По результатам проведенного исследования выявлено преобладание показателей высокого уровня сформированности умений, навыков и поведения в ситуации финансового мошенничества. Вместе с этим, в части знаний о финансовом мошенничестве и части личностных характеристик, проявляющихся в ситуации финансового мошенничества, преобладают показатели низкого и среднего уровня соответственно [2].

Начиная с 2023 года, в нашей стране была утверждена Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года, которая отличается от прежней и ключевой идеей и новыми используемыми понятиями и инструментами оценки уровня финансовой грамотности [3]. Сравнительный анализ этих стратегических документов представлен в таблице 1:

Таблица 1. Сравнительный анализ национальных стратегических документов в сфере повышения финансовой грамотности населения

Критерий	Стратегия повышения финансовой грамотности на 2017–2023 годы	Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года
Используемые понятия	Финансовая грамотность, финансовое образование, основы финансово грамотного поведения	Финансовая грамотность, финансовая культура
Ключевая идея	Повышение финансовой грамотности потребителей финансовых услуг и защита их прав	Рост благополучия граждан и развитие экономики

Ключевое направление деятельности	Подготовка учебных материалов и реализация просветительской деятельности в сфере финансовой грамотности	Формирование компетенций по финансовой грамотности, расширение практических навыков и опыта принятия финансовых решений
Ведущие инструменты оценки уровня финансовой грамотности	Количественные показатели (количество школ, количество программ, количество регионов, посещаемость порталов)	Качественные индикаторы: Индекс уровня финансовой грамотности населения Уровень внедрения финансовой грамотности в систему образования Уровень инфраструктурного развития Индекс развития финансовой культуры
Оценка эффективности стратегии	Использование результатов социологических и статистических исследований	Комплексный анализ результатов мероприятий дорожной карты и достигнутых индикаторов (показателей)
Качественный результат	Сформированные осведомленность, знание, понимание Несформированные умения, навыки, поведение	Переход от финансовой грамотности как набора знаний, умений и навыков к финансовой культуре

Как показано в таблице 1, ключевыми изменениями детерминирован качественный результат стратегии. Несформированные в результате проведенной работы умения, навыки и поведение привели к переходу от финансовой грамотности как набора знаний, умений и навыков к финансовой культуре. Кроме того, перспективы дальнейших исследований заключаются в сфере цифровой финансовой грамотности.

Цифровая финансовая грамотность выступает на первый план в контексте финансового мошенничества, а вопросы финансовой безопасности – в разрезе цифровизации экономики и образования [3]. Поэтому в 2023 году Калужским филиалом Финуниверситета было проведено научное исследование, посвященное оценке уровня сформированности компетенций в сфере цифровой финансовой грамотности обучающихся по образовательным программам основного общего образования в Калужской области.

Следует отметить, что полученные в ходе исследования данные имеют значение для ожидаемых результатов Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. Например, умение защищать свои права потребителя в цифровой среде, готовность получать знания о новых финансовых технологиях и инструментах, умение безопасно пользоваться цифровыми финансовыми технологиями, умение осмотрительно относиться к размещению личных данных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», сокращать свой «цифровой след». Также эти данные имеют значение при разработке образовательных программ и программ повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры в отношении подростков и молодых граждан.

Таким образом, к результатам и перспективам повышения финансовой грамотности до 2030 года будет относиться следующее. В существенной степени будут появляться индикаторы, связанные с пониманием взаимодействия в цифровой среде и пониманием требований к финансовой безопасности в цифровой среде. На первый план выйдут индикаторы, связанные с пониманием важности повышения финансовой грамотности самим населением, поскольку это является основополагающим процессом повышения качества жизни населения и роста экономики Калужской области. В качестве частных индикаторов могут выступить такие, как владение инструментами инициативного бюджетирования, понимание процессов пенсионного обеспечения и оценки своей предпринимательской деятельности. Возможным направлением работы станет определение взаимосвязи между повышением финансовой грамотности и достижением целей устойчивого экономического развития. В Калужской области это имеет приоритетное значение, поскольку повышение финансовой грамотности может повлиять на качество жизни населения в регионе.

Для повышения финансовой грамотности молодежи необходимо работать с обучающимися образовательных учреждений, начиная с 14-летнего возраста, чтобы к моменту их вхождения в экономически самостоятельную жизнь на территории Калужской области, они могли уже приобрести все необходимые навыки. Здесь следует обеспечить широкий охват обучающихся образовательными программами повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры. При этом необходимо понимать, что такие образовательные программы должны в себе содержать тематические разделы и методы обучения, позволяющие формировать поведенческую и личностную составляющую компетенций финансовой грамотности.

Также мероприятия и образовательные программы по повышению финансовой грамотности и формированию финансовой культуры до 2030 года необходимо разрабатывать с учетом специфики текущего экономиче-

ского развития Калужской области и его прогнозных значений. Результаты и перспективы научных исследований в сфере оценки уровня финансовой грамотности населения должны лечь в основу разработки эффективных мероприятий по повышению финансовой грамотности и формированию финансовой культуры населения Калужской области.

Библиографический список

1. Моисеева И.Г. Способы преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях // Калужский экономический вестник. 2021. № 4. С. 69–72.
2. Матчинов В.А., Моисеева И.Г., Сусякова О.Н. Результаты исследования уровня сформированности компетенции по противодействию финансовому мошенничеству обучающихся общеобразовательных школ в Калужской области // Калужский экономический вестник. 2022. № 4. С. 53–57.
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.10.2023 г. № 2958-р «Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года».

УДК 332.1

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПОСЛЕДСТВИЙ РИСКОВАННОГО ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В КРЕДИТНО-ЗАЕМНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

*Несонова Н.И., бакалавр 1 курса
Научный руководитель: Моисеева И.Г., к.пс.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрена проблема правового преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях. Автором рассмотрены нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения займодателей и заемщиков, где выявлена недостаточная степень защиты и гарантий прав заемщиков. Автором представлены статистические данные по взысканию задолженностей в России и по Калужской области за последние 5 лет. Представлены предложения по разрешению поставленной проблемы.

Ключевые слова: кредиты и займы, должник, взыскатель, коллекторские агентства, задолженность, финансовая грамотность.

ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS OF OVERCOMING THE CONSEQUENCES OF RISKY FINANCIAL BEHAVIOR IN CREDIT AND LOAN RELATIONS

Nesonova N.I. Bachelor (student) of the 1st year

Scientific supervisor: Moiseeva I.G., PhD,

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article considers the problem of legal overcoming the consequences of risky financial behavior in credit and loan relations. The author examines the normative legal acts regulating the relationship between lenders and borrowers, which revealed an insufficient degree of protection and guarantees of borrowers' rights. The author presents statistical data on debt collection in Russia and the Kaluga region over the past 5 years. Suggestions for solving the problem are presented.

Keywords: loans and borrowings, debtor, recovered, collection agencies, debt, financial literacy.

Последние годы мощного технологического развития определили появление новых финансовых рисков в сфере услуг кредитования и займов. В России банковская деятельность регламентируется Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-I, а деятельность микрофинансовых организаций (МФО) – Федеральным законом «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» от 02.07.2010 № 151-ФЗ.

В случае нарушения заемщиком обязательств по договору зачастую возникает ситуация передачи долга сторонней компании – коллекторскому агентству. Деятельность таких организаций регламентируется Федеральным законом от 03.07.2016 г. № 230-ФЗ «О защите прав и законных интересов по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях"», за нарушение которого предусмотрена административная ответственность по ст. 14.57 КоАП РФ.

За период с 2019 по 2023 год выявлены высокие темпы увеличения количества исполнительных производств с физических лиц в пользу кредитных организаций, что само по себе свидетельствует о наличии относительно простых юридических и инструментальных способов взыскания задолженностей.

Это подтверждает и ежегодное увеличение количества исполнительных производств о взыскании денежных средств, находящихся на счетах в кредитных организациях. Это значит, что денежные средства взыскиваются не напрямую с должника, а независимо от его согласия – со счетов в

банках и других кредитных организациях. Статистические данные представлены в таблице 1:

Таблица 1. Статистические данные по взысканию задолженностей по России

Показатели количества исполнительных производств:	2019	2020	2021	2022	2023*
о взыскании с физических лиц в пользу кредитных организаций	10 542 880	12 926 212	15 432 663	20 114 156	19 994 623
о взыскании денежных средств, находящихся на счетах в кредитных организациях	14 259	15 089	15 479	36 078	26 222
дел об административном правонарушении по ст. 14.57 КоАП РФ	1 724	1 884	3 788	5 601	5 245

* Статистика приведена за 8 месяцев 2023 года.

Согласно статистическим данным, приведенным в таблице 1, за последние пять лет ежегодно наблюдается увеличение количества исполнительных производств по взысканию задолженностей в России. Статистические данные по Калужской области представлены в таблице 2:

Таблица 2. Статистические данные по взысканию задолженностей по Калужской области

Показатели количества исполнительных производств:	2019	2020	2021	2022	2023*
о взыскании с физических лиц в пользу кредитных организаций	24 856	68 341	94 807	122 509	97 001
о взыскании денежных средств, находящихся на счетах в кредитных организациях	51	29	177	258	14
дел об административном правонарушении по ст. 14.57 КоАП РФ	22	7	22	28	15

* Статистика приведена за 8 месяцев 2023 года.

Согласно статистическим данным, приведенным в таблице 2, за последние пять лет ежегодно наблюдается увеличение количества исполнительных производств по взысканию задолженностей в Калужской области.

Несмотря на то, что существуют законодательные акты, защищающие права должника, все равно у взыскателей прав оказывается больше. Для разрешения данной проблемы необходимо осуществлять внедрение в образовательные программы консультантов-методистов по финансовой грамотности разделы, посвященные алгоритму действий гражданина-должника при получении судебного приказа и формированию навыков подготовки возражений на такие приказы. Данные специалисты будут оказывать консультации и проводить обучение граждан-должников на рабочих местах. О Внедрение данного предложения позволит повысить финансовую грамотность граждан и сформировать у них необходимые навыки для эффективной защиты своих прав при урегулировании вопросов задолженности перед коллекторскими агентствами.

При успешной реализации данные предложения могут быть масштабированы на федеральном и региональном уровне.

Библиографический список

1. Моисеева И.Г. Способы преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях // Калужский экономический вестник. 2021. № 4. С. 69–72.

2. Комарь А.С. К вопросу формирования модели финансового поведения в сфере кредитования // Актуальные проблемы теории и практики развития цифровой экономики региона: сборник научных статей по материалам 8-й межрегиональной научно-практической конференции молодых ученых / под редакцией Матчинова В.А., Сусликовой О.Н. Калуга, 2022. 566 с. С. 83–89.

3. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395- 1 (последняя редакция) // СПС «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/ (04.11.2023).

4. Федеральный закон «О защите прав и законных интересов по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях"» от 03.07.2016 года № 230 (последняя редакция) // Сайт ФССП России. URL: <https://fssp.gov.ru/docs/ReglamentAct/federallaws/2575300> (05.11.2023).

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Олисько Д.Д., бакалавр 1 курса
Научный руководитель: Рзун И.Г
Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные виды инновационных маркетинговых технологий, примеры их использования крупными компаниями, а также их влияние на экономику.

Ключевые слова: маркетинговые технологии, инновационные маркетинговые технологии, инновации, экономика

INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMY

Olisko D.D. Bachelor of the 1st year
Scientific supervisor: I.G. Rzun
Novorossiysk Branch of the Financial University, Novorossiysk

Annotation. This article discusses the main types of innovative marketing technologies, examples of their use by large companies, as well as their impact on the economy.

Keywords: marketing technologies, innovative marketing technologies, innovations, economics

Маркетинговые технологии играют ключевую роль в современной экономике и имеют значительное влияние на успех бизнеса. Они представляют собой совокупность инструментов и методов, используемых для анализа, планирования, выполнения и контроля маркетинговых активностей, с целью достижения конкурентного преимущества и увеличения прибыли. Они помогают компаниям привлекать и удерживать клиентов, улучшать свою конкурентоспособность и повышать свою прибыльность.

Современный мир меняется со скоростью света, и маркетинговые технологии должны идти в ногу с этими изменениями. В последние годы мы наблюдаем появление и распространение инновационных маркетинговых технологий, которые полностью трансформируют способы продвижения продуктов и услуг.

Инновационные маркетинговые технологии – это направленные на удовлетворение потребностей клиента новые или улучшенные маркетинговые методы, базирующиеся на принципах модернизации торгово-технологического процесса (изменение упаковки, дизайна, внешнего вида, презентации товара, продвижение его на целевом рынке), обеспечивающие рост объема продаж [1]

Это новаторские подходы и инструменты, применяемые в сфере маркетинга с целью эффективного привлечения и удержания клиентов, повышения продаж и улучшения бренд-имиджа компании. Такие технологии основаны на использовании передовых информационных технологий, аналитических методов, социальных сетей и других инновационных решений.

Внедрение инновационных технологий в маркетинг является важной составляющей развития и успешности современных компаний. Использование новых технологий помогает улучшить эффективность маркетинговых стратегий, повысить конкурентоспособность и улучшить отношения с клиентами.

Рассмотрим ключевые инновационные маркетинговые технологий и их применение в современном мире [2].

Первая инновационная маркетинговая технология – искусственный интеллект (ИИ). Искусственный интеллект используется для анализа данных и прогнозирования поведения клиентов. Это позволяет компаниям создавать персонализированные предложения и рекомендации, улучшать процессы маркетинга и повышать эффективность кампаний. Например, компания может использовать ИИ для анализа данных о покупках клиентов и на основе этой информации предлагать им наиболее подходящие товары или услуги.

Вторая инновационная маркетинговая технология – виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR). VR и AR используются для создания интерактивных и захватывающих маркетинговых кампаний. Компании могут создавать виртуальные туры, игры или интерактивные демонстрации продуктов, чтобы привлечь внимание клиентов и улучшить их взаимодействие с брендом.

Третья инновационная маркетинговая технология – интернет вещей (IoT). IoT-устройства используются для сбора данных о клиентах и их поведении. Например, умные домашние устройства или носимая техника могут собирать информацию о потреблении продуктов или предпочтениях клиентов. Эта информация может быть использована компаниями для создания персонализированных предложений и улучшения качества обслуживания.

Четвертая инновационная маркетинговая технология – голосовой поиск. Развитие голосовых помощников, таких как Siri или Alexa, открывает новые возможности для оптимизации маркетинговых стратегий. Компании могут адаптировать свой контент для голосового поиска или создавать навыки для голосовых помощников, чтобы быть более доступными для клиентов, использующих голосовые запросы.

Пятая инновационная маркетинговая технология – блокчейн. Блокчейн может использоваться для обеспечения прозрачности и безопасности маркетинговых операций. Например, блокчейн может быть использован для подтверждения подлинности продуктов или учета рекламных транзакций. Это помогает компаниям повысить доверие клиентов и защитить свою репутацию.

Рассмотрим несколько примеров использования популярными компаниями инновационных маркетинговых технологий (ИИ).

The Washington Post с 2016 года использует бота Heliograf, помогающего быстрее собирать новости. Это полуавтоматическая система, работающая в тандеме с редакцией. Сначала её использовали для освещения Олимпийских игр: журналисты готовили шаблоны, а ИИ сразу после спортивных событий наполнял заготовки данными и публиковал результаты на разных площадках.

Позднее Heliograf стали применять для любых шаблонных новостей и даже для аналитических статей. Редакторы заранее делали шаблоны, журналисты создавали базу ключевых фраз, а бот подставлял в шаблоны данные и фразы и выдавал готовый текст менее чем за полминуты.

Другой пример – Alibaba Group заменила копирайтеров искусственным интеллектом. Разработчики создали программу, которая может писать 20 тысяч строк текста в секунду. Для этого ИИ обучили на более чем миллионе текстов, написанных людьми. Теперь для создания описания на площадках Taobao, Tmall, Mei.com и 1688.com продавцу достаточно вставить ссылку на страницу товара и выбрать стиль повествования. Бот возьмёт характеристики продукта и выдаст описание.

Один из примеров успешного применения технологии ИИ – робот Олег от Тинькофф. Он умеет синтезировать и распознавать речь, а также помогает при 80 видах типовых запросов от клиента. Нетиповые запросы переводятся на операторов.

Похожий робот есть и у Сбербанка – он не только отвечает на шаблонные вопросы, но и ищет в базе данных решения для более сложных случаев. И только если бот не может понять, как ответить на вопрос, он передаёт клиента сотруднику службы поддержки. По утверждению компании, бот повысил скорость обработки обращений на 3%.

Применение VR в маркетинговых компаниях.

Volvo, чтобы собрать предзаказы на люксовый автомобиль Volvo XC 90, компания провела виртуальный тест-драйв. Для этого она создала приложение и брендированные VR-очки на базе Google Cardboard. Видео с виртуальным тест-драйвом набрало 4 000 000 просмотров в социальных сетях. Более 500 000 человек перешли на лендинг и 40 000 скачали приложение. В итоге первую партию Volvo XC 90 раскупили за 2 дня.

Инновационные маркетинговые технологии имеют значительное влияние на экономику. Они способствуют развитию и росту компаний, улучшают эффективность и результативность их маркетинговых стратегий, а также повышают конкурентоспособность бизнеса. Выделить можно несколько основных влияний инновационных маркетинговых технологий на экономику:

1. Увеличение эффективности маркетинга: Инновационные технологии помогают компаниям лучше понять свою аудиторию, узнать ее потребности и предпочтения, а также создать персонализированные и целевые маркетинговые кампании. Это приводит к повышению эффективности и результативности маркетинговых усилий, и улучшению взаимодействия с клиентами.

2. Снижение затрат и повышение эффективности: Инновационные маркетинговые технологии позволяют автоматизировать многие рутинные задачи и процессы, что приводит к снижению затрат на маркетинговые операции и повышению эффективности ресурсов компании.

3. Создание новых рынков и возможностей: Инновации в маркетинге часто открывают новые рынки и возможности для бизнеса. Новые технологии позволяют компаниям достигать более широкой аудитории, проникать на новые территории и создавать инновационные продукты и услуги.

4. Развитие цифровой экономики: Инновационные маркетинговые технологии, особенно в цифровой сфере, стимулируют развитие цифровой экономики. Они способствуют росту онлайн-торговли, созданию новых цифровых платформ и развитию цифровых услуг, что имеет положительный эффект на экономику в целом.

5. Повышение конкурентоспособности: Компании, успешно применяющие инновационные маркетинговые технологии, получают преимущество на рынке. Они могут предложить более персонализированный опыт покупателя, улучшенные продукты или услуги, более эффективное взаимодействие с клиентами, что способствует росту и укреплению их позиций на рынке.

Инновационные маркетинговые технологии играют важную роль в экономике, стимулируя рост, развитие и конкурентоспособность компа-

ний, а также способствуя эффективному использованию ресурсов и улучшению взаимодействия с клиентами.

Библиографический список

1. Карасюк И.А, Барбарук А.И., Шейнина М.А. Инновационные маркетинговые технологии в организации розничной торговли// Журнал Практический маркетинг/ URL: Инновационные маркетинговые технологии в организации розничной торговли – тема научной статьи по экономике и бизнесу читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка (cyberleninka.ru)/стр. 3.
2. Тренды в инновационном маркетинге [Электронный ресурс]/ URL: Тренды digital-маркетинга на 2023 год (cybermarketing.ru)
3. AR и VR в маркетинге [Электронный ресурс]/AR и VR в маркетинге – Маркетинг на vc.ru

УДК 330.101.

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВИЧНЫХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ДОШКОЛЬНИКОВ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Сиденко М.С. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Матчинов В.А., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: в данной статье рассмотрены законодательные основы реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации, отдельные аспекты Федерального государственного общеобразовательного стандарта для дошкольных образовательных учреждений, приведены теоретические и практические основы конкретного сценария занятия по финансовому просвещению, объяснены перспективы и даны рекомендации по использованию сценария в будущей практике.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовое просвещение, финансовая культура, дошкольное образование, воспитание дошкольников, формирование личности, средства образования, методы образования, сценарий образовательной игры.

PROSPECTS FOR THE INFORMATION OF PRIMARY FINANCIAL AND ECONOMIC IDEAS OF PRESCHOOLERS IN THE FRAMEWORK OF THE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY TO IMPROVE FINANCIAL LITERACY

Sidenko M.S. bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: Matchinov V.A., Candidate of Economics,

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: This article examines the legislative basis for the implementation of the Strategy for Improving Financial Literacy in the Russian Federation, certain aspects of the Federal State General Education Standard for Preschool educational institutions, provides theoretical and practical foundations of a specific scenario for financial education classes, explains the prospects and provides recommendations for using the scenario in future practice.

Keywords: financial literacy, financial education, financial culture, preschool education, upbringing of preschoolers, personality formation, means of education, methods of education, scenario of an educational game.

Формирование системной работы по адаптации ключевых понятий о финансовой грамотности для восприятия ребенка является одним из приоритетных направлений реализации Стратегии повышения финансовой грамотности на уровне дошкольных учреждений. Целью стратегии, в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации [3], является создание основ для формирования финансово грамотного населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан.

Принятая Стратегия в своих приоритетных задачах пересекается с задачами, закрепленными действующим Федеральным Государственным Общеобразовательным Стандартом ДО [2]. Среди принципов дошкольного образования, закрепленных ФГОС, можно выделить приобщение детей к существующим в современном российском обществе и праве нормам, а также стимулирование к познанию ребенка в различных видах деятельности. Включение элементов финансового просвещения в основную программу обучения и воспитания позволяет педагогам приблизить дошкольника к реальным жизненным ситуациям, формировать в ребенке способность мыслить и объяснять явления вокруг себя с помощью экономических понятий; воспитывать личностные качества [5, с. 58].

На уровне индивидуального развития ребенка можно выделить следующие образовательные задачи изучения финансовой грамотности:

1. Дать дошкольнику представление об экономике как части жизни общества – его самого, семьи, сверстников, педагогов; научить дошкольника обращению с деньгами, правильно относиться к финансам.

2. Доступно объяснить дошкольникам понятия и суть процессов мира финансов и экономики, способствовать расширению словарного запаса детей и верному объяснению ими выученных терминов.

3. Подготовить дошкольника к принятию первых решений, связанных с хранением денег, обменом их на товары, научить ребенка оценивать имеющиеся у него материальные потребности и возможности их удовлетворения, доступные ему.

В процессе формирования и развития личности – в особенности на первой ступени образования – процессы обучения и воспитания тесно пересекаются друг с другом. Можно выделить следующие воспитательные задачи, реализующиеся в рамках уроков повышения финансовой грамотности среди воспитанников дошкольных учреждений:

1. Активизация и поддержание интереса к изучению финансового мира.

2. Активизация коммуникативной направленности деятельности ребенка.

3. Мотивация детей в положительном ключе к усвоению ими самостоятельно и с помощью взрослого финансовой культуры.

4. Повышение уровня ответственности при принятии решений.

5. Воспитание уважения к собственному труду и труду окружающих людей.

6. Воспитание нравственных ценностей в ребенке.

Перечисленные образовательные и воспитательные задачи выполняются действующими педагогами ДООУ, приглашенными специалистами Банка России и его отделений, волонтерами финансового просвещения, активно участвующих в просветительской деятельности, осуществляемой Центральным Банком. При этом форма проведения занятий может быть различной и зависит от созданной на площадке конкретного образовательного учреждения предметно-пространственной среды, выбранных в соответствии с планом занятия по финансовой грамотности методических и демонстрационных материалов, профиля и компетенций педагога. Все актуальные материалы размещаются и регулярно пополняются на медиаплатформе «Финансовая культура», созданной Банком России – дополнительные материалы в соответствии со Стратегией и ФГОС разрабатываются в регионах и муниципальных образованиях совместно с Министерством просвещения и Министерством финансов [6, 7].

На примере проводимого волонтером Калужского регионального отделения Банка России игрового занятия «Дружные монетки» проанализиру-

ем степень выполнения поставленных Стратегией образовательных задач, применяемые в ходе проведения урока средства, а также сформулируем рекомендации для дальнейшего проведения данного игрового занятия.

Знакомство с денежными средствами (их номиналом, формами выпуска Банком России, элементарного представления о национальной валюте) является одной из задач повышения финансовой грамотности среди дошкольников. Конкретный сценарий игрового занятия направлен именно на эту задачу. В изучении финансовой грамотности в дошкольных образовательных учреждениях средства обучения играют ключевую роль для педагога. В нашем занятии волонтером и педагогом образовательного учреждения различные демонстрационные средства используются в симбиозе, успешно сочетаясь и дополняя друг друга, позволяя ребенку как можно более доступно и интересно рассказать о деньгах и даже их функциях (таблица 1).

Таблица 1. Средства, направленные на развитие деятельности детей в сценарии игрового занятия «Дружные монетки»

Чтение	кроссворд, отгадывание загадок
Познавательно-исследовательская деятельность	распечатанные макеты монет
Продуктивная деятельность	материалы для рисования: раскраска, цветные карандаши
Двигательная деятельность	физкульт-минутка
Коммуникативная деятельность	обращение волонтера и педагога к детям с вопросами в процессе занятия, диалог, побуждение детей к собственному рассказу по теме занятия, принятие совместных решений с детьми
Моделирование	предметные модели – изображение денег

Занятие носит ознакомительный характер – целью является познакомить детей с исследовательской деятельностью, дать представление о монетах разного номинала, их наборе и размене; задача – упражнять детей в умении считать, учитывая заданные единицы счета; развить инициативность, воспитать дружеское взаимодействие между детьми.

Важным аспектом проведения игрового занятия является мотивация ребенка – в начале урока волонтер кратко рассказывает о том, что ждет группу в процессы игры – и делает акцент на получении заслуженных подарков в конце занятия за активную работу каждого.

В процессе урока волонтер периодически апеллирует к уже имеющемуся опыту детей, задает вопросы, помогающие в усвоении материала («Что такое монетки?», «Какие монетки вы знаете?»). Чтение сказки активизирует внимание дошкольника – волонтером перед детьми ставится проблема: монетки решают сделать подарок мальчику, но им необходимо решить, какая из них «младше» (меньше по номиналу), а какая «старше» (больше по номиналу).

Обучающемуся дается задание выстроить монетки по порядку – таким образом, закрепляются знания, полученные на занятиях по формированию простейших математических представлений дошкольников, а также осуществляется оперативная проверка степени понимания и усвоения материала первой части урока финансовой грамотности (содержание сказки).

Постановка проблемы в процессе игры – повторяющийся этап: после распределения монет по «старшинству» необходимо собрать требующуюся сумму для обмена денежных средств на товар (книгу) – с обучающимся разыгрывается элементарный пример экономических отношений «покупатель-продавец» с сопутствующим пополнением словарного запаса экономическими терминами («цена товара» - цена книги). Параллельно с закреплением новых знаний дети усваивают нормы социального взаимодействия – правильное ведение диалога (определение цены книги), будучи покупателем, принятие решения коллективом с учетом мнения каждого (сбор монеток, подарок герою сказки).

Высокая степень усвоения материала обеспечивается за счет смены видов деятельности ребенка – физкульт-минутка является одним из наиболее часто используемых приемов при проведении обучающих занятий в дошкольных учреждениях. Во время рассматриваемого нами сценария игры целью данного этапа урока является не только переключение внимания обучающегося, но и развитие у него коммуникативных навыков (повторение текста за волонтером), ассоциативное мышление (жесты и мимика, которые сопровождают конкретную строку стихотворения, проговариваемого детьми).

В процессе рефлексии происходит не только активизация образного мышления детей – каждый делится с волонтером и воспитателем желаниями и мечтами, имеющими материальную основу; но и проявление положительных качеств личности ребенка (желание сделать подарок близким: членам семьи, друзьям, родственникам и т.д.)

Этап отгадывания загадок и разгадывания кроссворда снова отправляет ребенка к уже накопленным им знаниям и жизненному опыту. Рефлексия повторяется – подводится итог усвоенного материала: волонтер проговаривает, что делали дети под его руководством, с какой целью и как это пригодится им в будущем. Завершающий этап – поощрение обучающихся за проделанную работу в виде подарков.

В результате проведения игрового образовательного занятия были достигнуты поставленные цели и выполнены задачи волонтером финансового просвещения и обучающимися дошкольных образовательных учреждений – занятие проведено успешно. Указанные нами выше цели и задачи так же эффективно могут быть достигнуты с учетом следующих рекомендаций по улучшению конкретного сценария:

- во-первых, увеличение количества раздаточного материала для дошкольников: дублирование распечатанных моделей монет на каждого ребенка в группе или замена их на комплекты моделей монет из другого материала (например, дерево, картон, пластмасса и т.д.);

- во-вторых, включение в состав демонстрационного материала, помимо изображений реальных монет, распечаток с крупным изображением книжного магазина с внутренним содержанием: книга, касса магазина и т.д.;

- в-третьих, замена чтения сюжета сказки видеоматериалом – мультфильмом;

- в-четвертых, дополнение подарочных комплектов для каждого ребенка моделями монет.

Элементы рассмотренного нами игрового занятия можно включать в другие образовательные занятия у дошкольников для закрепления материала и обучения новому:

- включение персонажей сказки о монетках в ход занятий таких образовательных дисциплин, как «Математика», «Развитие речи» в игровых моментах;

- использование распечатанных изображений монеток на занятиях по математике;

- изготовление копилки своими руками «Домик для монеток» на занятиях по изобразительной деятельности;

- изготовление с детьми макетов монеток для сюжетно-ролевой игры «Магазин»;

- включение вопросов по содержанию игрового занятия «Монетки» в проведение сюжетно-ролевых игр (типа «Магазин»).

Таким образом, использование элементарных знаний по финансовой грамотности в разных видах деятельности раскрывает широкие перспективы развития данного направления как первой ступени образования в системе непрерывного образования. Развитие на более высоком уровне финансово-экономических знаний далее у младших школьников, школьников среднего звена и старших классов формирует в ребенке и подростке готовность к быстро меняющимся условиям социализации и успешной самореализации как сформировавшейся личности в современном обществе.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) СПС «КонсультантПлюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 05.11.2023).

2. Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 № 1155 (ред. от 08.11.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.11.2013 № 30384) СПС «Консультант.Плюс.» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154637/1ad1a834f2604827f926f8d5cce7251c500a26cd/?ysclid=loosltbsnn434286345 (дата обращения: 05.11.2023).

3. Распоряжение Правительства РФ от 24.10.2023 № 2958-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года» (документ не вступил в силу) СПС «Консультант. Плюс» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_460597/ (дата обращения: 05.11.2023).

4. Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 № 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы» СПС «Консультант. Плюс» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_278903/ (дата обращения: 05.11.2023).

5. Шевченко И.С. Дошкольное образование: учебное пособие / И.С. Тундалева. Москва: ИНФРА-М, 2024. 223 с.

6. Сборник демонстрационных материалов на основе примерной парциальной образовательной программы дошкольного образования для детей 5–7 лет [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fincult.info/upload/iblock/d08/d087e4bbc25fa57c278da2475c94c69e.pdf> (дата обращения: 05.11.2023).

7. Сборник методических материалов на основе примерной парциальной образовательной программы дошкольного образования для детей 5–7 лет [Электронный ресурс]. Режим доступа: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fincult.info/upload/iblock/8a8/8a8aae5f83bb171e19e5726bfeaf79b6.pdf> (дата обращения: 05.11.2023).

8. Экономическое воспитание дошкольников: формирование предпосылок финансовой грамотности. Примерная парциальная образовательная программа дошкольного образования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fincult.info/upload/iblock/2c4/2c4d6c18363046e09c6561814284b7da.pdf> (дата обращения: 05.11.2023).

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В УРОВНЕ СФОРМИРОВАННОСТИ ЦИФРОВОЙ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ ШКОЛ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

*Тришина М.Д., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Моисеева И.Г., к.пс.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрен уровень сформированности цифровой финансовой грамотности у школьников, возраст которых составляет от 13 до 16 лет, в целом, а также проведен анализ гендерных различий в уровне сформированности цифровой финансовой грамотности у обучающихся школ Калужской области. Проведено исследование, в ходе которого выяснился уровень знаний обучающихся в различных блоках цифровой финансовой грамотности, а именно в общих вопросах осведомленности, в знаниях о банковских картах, о медиа и социальных сетях, о компьютерных технологиях и мобильных приложениях и о персональных данных.

Ключевые слова: цифровая финансовая грамотность, обучающиеся, Калужская область, юноши, девушки

GENDER DIFFERENCES IN THE LEVEL OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY AMONG STUDENTS OF SCHOOLS IN THE KALUGA REGION

*Trishina M.D., bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: I.G. Moiseeva, candidate of Psychological Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article examines the level of formation of digital financial literacy among schoolchildren aged from 13 to 16 years, in general, and also analyzes gender differences in the level of formation of digital financial literacy among students of schools in the Kaluga region. A study was conducted, during which the level of knowledge of students in various blocks of digital financial literacy was found out, namely in general awareness issues, in knowledge about bank cards, about media and social networks, about computer technologies and mobile applications, and about personal data.

Keywords: digital financial literacy, students, Kaluga region, boys, girls

В настоящее время цифровые технологии используются все чаще и чаще практически во всех сферах жизни. Сфера экономики и финансов не является исключением. Подтверждением этого является, например, то, что Центральный банк России разрабатывает третью форму денег – цифровой рубль. Цифровая финансовая грамотность включает в себя знания о платежных системах, электронных кошельках, о том, как совершать финансовые операции безопасно и не ставить под угрозу свои накопления [2].

Для того, чтобы обезопасить свои сбережения и персональные данные, необходим достаточно высокий уровень цифровой финансовой грамотности, потому что с каждым днем появляется все больше мошенников, которые используют различные способы хищения чужого имущества. Наше государство активно борется с этим, внедряя различные программы по повышению уровня финансовой грамотности у граждан. В Калужской области также осуществляется региональная программа «Повышение уровня финансовой грамотности населения Калужской области на 2019–2023 годы». В соответствии с ее содержанием на территории области должны проводиться мероприятия, которые позволят повысить уровень финансовой грамотности [1].

В сентябре этого года на базе Калужского филиала Финансового университета при Правительстве РФ состоялось мероприятие регионального уровня – «Ассамблея по финансовой грамотности», которое было организовано совместно с Министерством финансов, Банком России, Министерством образования и науки, Федеральной налоговой службой, а также общественным объединением «Опора России». Данное мероприятие позволило затронуть основные аспекты финансовой грамотности, провести игру для школьников по цифровой финансовой грамотности.

Следует отметить, что существуют такие категории граждан, которые наиболее подвержены финансовому мошенничеству по причине излишнего доверия, возможного недостатка знаний, возраста. К таким категориям относятся дети, подростки и пожилые люди. Рассмотрим подробнее уровень цифровой финансовой грамотности у обучающихся школ Калужской области, потому что именно они в скором времени будут в большей мере влиять на экономический рост, материальное положение своё и близких. Возраст школьников составляет от 13 до 16 лет.

Для того, чтобы провести данное исследование, было разработано тестирование, которое включало в себя вопросы по цифровой финансовой грамотности, а именно на следующие темы:

На рисунке 1 можно заметить, что тестирование включило в себя не только различные блоки цифровой финансовой грамотности, но и 3 уровня компетенции:

1. Осведомленность, знания, понимание;
2. Умения, навыки, поведение;

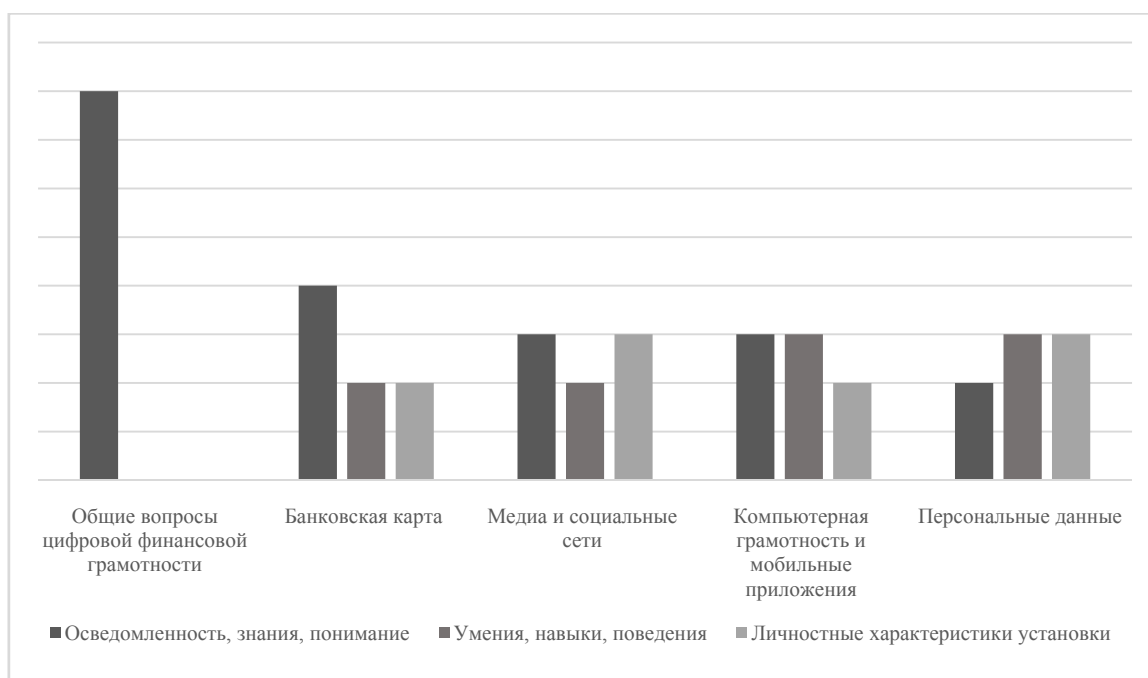


Рисунок 1. Темы и компетенции исследования по цифровой финансовой грамотности

3. Личностные характеристики установки.

Исследование показало, что высоким уровнем цифровой финансовой грамотности обладают 12 % школьников, средним уровнем – 57 %, низким уровнем – 31 %, при том, что о низком уровне цифровой финансовой грамотности свидетельствует результат от 1 до 14 баллов, среднем уровне – результат от 15 до 27 баллов, высоком уровне – результат от 28 до 40 баллов. Уровень цифровой грамотности представлен на рисунке 2:

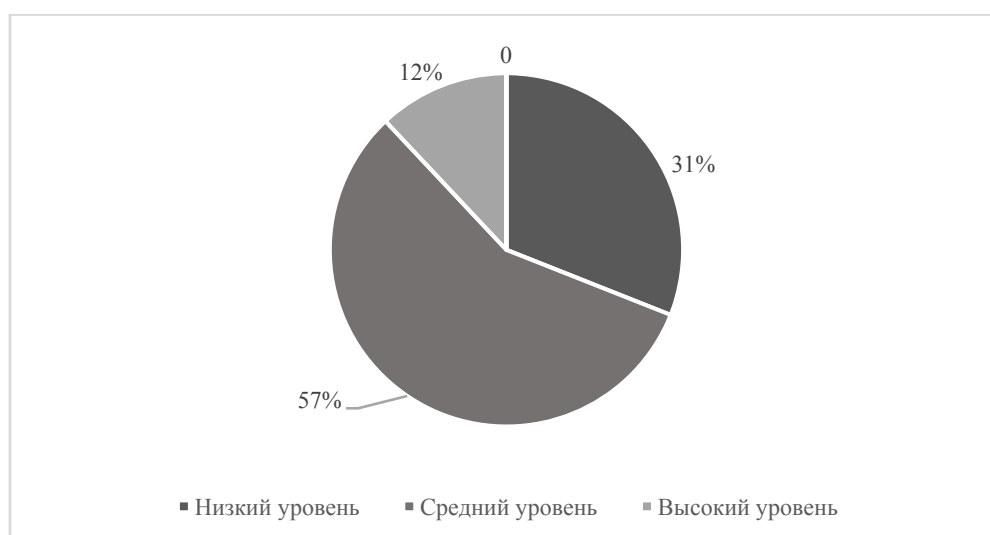


Рисунок 2. Уровень цифровой финансовой грамотности

Далее приведем статистические данные, которые позволяют определить наличие гендерных различий в уровне сформированности цифровой

финансовой грамотности у школьников Калужской области, возраст которых составляет от 13 до 16 лет. Данные по средним рангам и сумме рангов представлены в таблице 1:

Таблица 1. Данные по средним рангам и сумме рангов

	Пол	Количество	Средний ранг	Сумма рангов
Осведомленность, знания, понимание	Ж	4224	4129,00	17440896,50
	М	3697	3769,05	13934184,50
	Всего	7921		
Умения, навыки, поведения	Ж	4224	4176,92	17643307,50
	М	3697	3714,30	13731773,50
	Всего	7921		
Личностные характеристики установки	Ж	4224	4163,75	17587672,50
	М	3697	3729,35	13787408,50
	Всего	7921		
Общее количество баллов	Ж	4224	4184,37	17644759,50
	М	3697	3705,79	13700321,50
	Всего	7921		

Данные по результатам применения статистического критерия U Манна-Уитни представлены в таблице 2:

Таблица 2. Данные по результатам применения статистического Критерия U Манна-Уитни

	Осведомленность, знания, понимание	Умения, навыки, поведения	Личностные характеристики установки	Общее количество баллов
U Манна-Уитни	7098431,500	6896020,500	6951655,500	6864568,500
Z	-7,011	-9,041	-8,515	-9,300
Асимп. знач. (двухсторонняя)	,000	,000	,000	,000

В первой части компетенции «Осведомленность, знания, понимание» у девушек выявляется тенденция к более высокому уровню сформированности ($U=7098431$; $p=0,000$; $R1=4129,00$; $R2=3769,05$). Во второй

части компетенции «Умения, навыки, поведения» более высокий уровень сформированности имеют девушки ($U=6896020$; $p=0,000$; $R1=4176,92$; $R2=3714,30$). В третьей части компетенции «Личностные характеристики установки» девушки имеют более высокий уровень сформированности ($U=6951655$; $p=0,000$; $R1=4163,75$; $R2=3729,35$).

Таким образом, используя аналитические программы, выявлены статистически значимые различия в уровне сформированности компетенций в сфере цифровой финансовой грамотности между группами юношей и девушек. У девушек выявляется тенденция к более высокому уровню ее сформированности ($U=6864568$; $p=0,000$; $R1=4184,37$; $R2=3705,79$).

Полученные результаты позволяют сделать вывод о связи различий с тем, что девочки являются более организованными и ответственными, например, посещают занятия по финансовой грамотности в полной мере. Также стоит сказать о том, что девочки взрослеют раньше, чем мальчики, вследствие чего у них раньше формируются потребности, которые требуют финансовых затрат. Соответственно, возможно, что из-за более частого использования цифровых технологий в финансовой сфере у девочек уровень цифровой финансовой грамотности выше.

Библиографический список

1. Постановление Правительства Калужской области от 29.12.2018 № 836 «Повышение уровня финансовой грамотности населения Калужской области на 2019–2023 годы» // СПС КонсультантПлюс
2. Кузина О.Е. Финансовая грамотность и финансовая компетентность: определение, методики измерения и результаты применения в России [Текст] // Вопросы экономики. 2015. № 8. С. 129–148.

УДК 336.74

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПО ИТОГАМ 2022 ГОДА

Холкина Е.С. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Губанова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные на 2022 г. принципы повышения уровня финансовой грамотности в Российской Федерации. Проанализированы показатели уровня финансовой грамотности населения,

представлены процентные соотношения показателей в разрезе периода 2018–2022 гг., а также сформулированы общие выводы относительно актуального на конец 2022 г. уровня финансовой грамотности в России.

Ключевые слова: финансовая грамотность, уровень финансовой грамотности, население, индекс финансовой грамотности, динамика показателя.

ASSESSMENT OF THE FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION AT THE RESULTS OF 2022

Holkina E.S. Bachelor of the 4th year
Supervisor: Gubanov E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article discusses the principles of increasing the level of financial literacy in the Russian Federation that are relevant for 2022. The indicators of the level of financial literacy of the population are analyzed, the percentages of indicators in the context of the period 2018-2022 are presented, and general conclusions are formulated regarding the actual at the end of 2022. the level of financial literacy in Russia.

Keywords: financial literacy, level of financial literacy, population, financial literacy index, dynamics of the indicator.

В современных реалиях, когда денежные средства являются неотъемлемой частью жизни каждого человека, а количество возможностей в области использования финансовых услуг и инструментов растет в геометрической прогрессии, возрастает необходимость повышения общего уровня финансовой грамотности населения. Динамичные темпы развития национального финансового сектора открывают новые горизонты как для эффективного использования денежных активов, так и для совершения мошеннических действий с целью присвоить себе чужие персонализированные данные и денежные активы незаконным путем. Повсеместное повышение уровня финансовой грамотности населения позволяет людям не только узнавать о новшествах, внедряемых в рамках финансово-экономического сектора Российской Федерации, но и рационально управлять своими денежными средствами, начиная с планирования личного бюджета и заканчивая способами защиты своих активов. Проще говоря, чем выше культура финансовой грамотности населения, тем грамотнее граждане могут использовать ценные денежные средства, что влияет не только на общую культуру обращения населения с деньгами, но и на более масштабные показатели, такие как общий уровень благосостояния населения,

что и обуславливает актуальность исследования рассматриваемой в данной работе тематики.

Важно отметить, что повышение финансовой грамотности населения является не только инициативой частных физических и юридических лиц, но и государственным приоритетом и регламентируется Национальной стратегией повышения финансовой грамотности 2017–2023 гг. и Федеральными государственными образовательными стандартами нового образца. Российская практика повышения уровня финансовой грамотности среди населения страны включает следующие направления:

1. Разработка и реализация федеральных проектов и государственных программ, постоянный мониторинг и оценка финансовой вовлеченности и умения грамотно распоряжаться деньгами среди населения;

2. Формирование и развитие потенциала граждан в области распоряжения личными финансами;

3. Разработка и внедрения разномасштабных комплексных программ по финансовой грамотности, в том числе внедрение предмета соответствующей тематики в общеобразовательных учреждениях, проведение разноуровневых информационных кампаний по просвещению в области финансовой грамотности, организация и проведения тематических «круглых столов», тренингов, мастер-классов и др.;

4. Развитие политики защиты прав потребителей финансовых услуг и субъектов финансового рынка;

5. Содействие развитию инициатив по повышению финансовой грамотности, выделение финансирования на реализацию частных тематических проектов, проведение конкурсов и предоставление грантов на тематику повышения финансовой грамотности населения. [3]

Благодаря проведению перечисленных выше мероприятий, развитие уровня финансовой грамотности населения имеет положительную динамику, что говорит, во-первых, о результативности данных мероприятий, во-вторых, о необходимости их дальнейшего проведения и оптимизации под динамику современных экономических условий.

Согласно отчету аналитического центра НАФИ, выполненного по заказу Центрального банка Российской Федерации, индекс финансовой грамотности в период с 2018 г. по 2022 г. увеличился с показателя в 12,12 балла до 12,79 при возможном максимуме в 21 балл. Рассматривая индекс в контексте общего населения страны, выявляется следующее процентное соотношение на 2022г.: около 28% граждан имеют низкий уровень финансовой грамотности, 57% – средний уровень и 15% являются финансово грамотными в максимально возможной степени на данный временной период, динамика процентного соотношения распределения уровня финансовой грамотности среди населения представлена на рисунке 1 [1]:

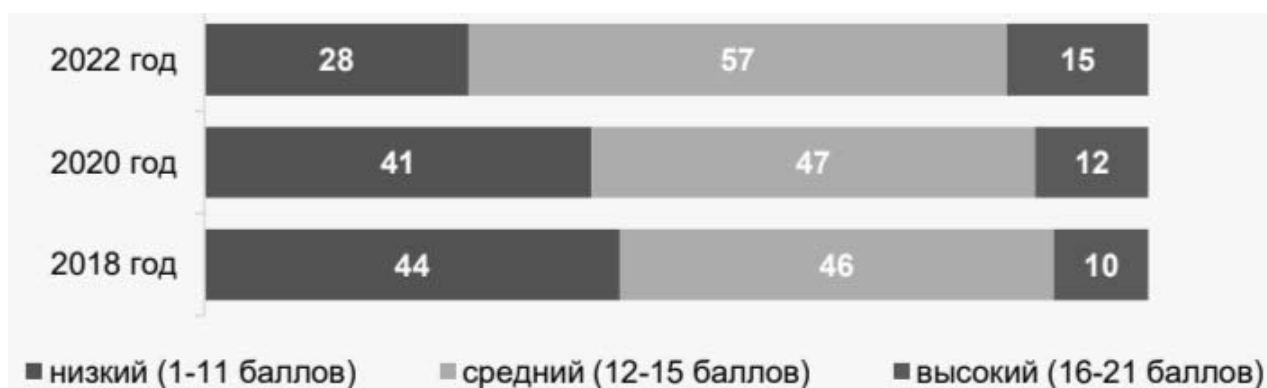


Рисунок 1. Доли населения по уровню финансовой грамотности за период 2018-2022гг. (в % от всех опрошенных)

Опираясь на данные из рисунка выше, можно отметить, что также, как и с динамикой индекса финансовой грамотности, процентное соотношение видоизменяется в положительную сторону, что, опять же, обуславливает результативность реализации программ по финансовой грамотности. Стоит отметить, что результаты массовых опросов, проводимых на базисе ряда тестовых тематических вопросов и заданий, сопоставимы с самооценкой граждан относительно личного уровня финансовой грамотности, так, около 47% считают, что их уровень финансовой грамотности является достаточным, около 3% считают, что они отлично «подкованы» в вопросе финансовой грамотности и около 9% опрошенных обозначили, что они совершенно не ориентируются в финансовых вопросах. Так, сопоставляя два обозначенных опроса, можно сказать, что россияне склонны объективно оценивать свои знания и компетенции в области финансовой грамотности, что также положительно влияет на общий уровень развития финансовой грамотности населения, т.к. ввиду объективной оценки своих компетенций население использует возможности для повышения полученных результатов и, как следствие, влияют на общую динамику национального уровня финансовой грамотности [1].

В рамках рассмотрения тематики финансовой грамотности также исследуются и иные показатели, которые оказывают значительное влияние на общий уровень благосостояния населения как факторы умения грамотного распоряжения денежными средствами:

1. Частный индекс «Финансовые знания» – характеризует общую осведомленность и степень понимания базовых финансовых концепций и принципов работы финансовых операций. На 2022 г. показатель составляет 4,19 балла из 7 возможных и имеет негативную динамику относительно периодов прошлых лет в 2018 г. 4,55 и в 2022 г. 4,68, соответственно. В рамках опроса, определяющего конечный показатель данного индекса, было выявлено, что около 76% граждан осознают взаимосвязь риска и доходности финансовых средств, около 64% понимают значение термина

«инфляция» и ее влияние на современную экономическую обстановку в стране, около 80% россиян умеют рассчитывать процентные ставки по кредитам и займам, т.к. активно пользуются данными банковскими продуктами.

2. Частный индекс «Финансовое поведение» – характеризует понимание населения о важности краткосрочного и долгосрочного личного финансового планирования, а также необходимости формирования личных сбережений. На 2022г. показатель составил 5,75 из 9 возможных, в сравнении с предыдущими показателям в 2018г. 4,78 балла и в 2020 г. 4,89 балла, соответственно. Согласно исследованиям, проведенным в рамках формирования данного индекса около 70% опрошенных россиян склонны вести личный/семейный бюджет либо в рекомендуемых Центральным банком, либо в индивидуальных формах, однако около трети опрошенных граждан предпочитают вести учет своих доходов и расходов «в уме», без фиксации данных.

3. Частный индекс «Финансовые установки» – характеризует стремление россиян к финансовому планированию бюджета и намеренному отказу от совершения импульсивных трат. На 2022 г. показатель составил 2,86 балла из 5 возможных и имел хоть и небольшую, но положительную динамику относительно 2018 и 2020 гг. Опираясь на представленные числовые данные и исходя из анализа опросов населения, можно сделать вывод, что подавляющее большинство граждан (около 80%) совершают покупки осознанно (в большей степени из-за недостаточности денежных средств на совершение импульсивных приобретений и из-за наличия негативного опыта). В рамках показателя корректных финансовых установок наименьший показатель имеют такие группы населения, как «мужчины» (2,78 балла), возрастная группа 35–44 лет (2,75 балла) и жители городов (2,80 балла).

Сопоставляя проанализированные выше показатели, можно сделать следующие обобщенные выводы:

1. Уровень финансовой грамотности российского населения имеет однозначную положительную динамику и тенденцию к дальнейшему повышению, исходя из анализа показателей 2-ух и 4-ех летней давности;

2. Наиболее низкий уровень финансовой грамотности имеют такие группы населения, как представители молодежи, жители сельской местности и пенсионеры, что обуславливает необходимость реализации большего упора в области проведения информирующих мероприятий на данные группы;

3. С 2018 г. подавляющее большинство россиян стали более ответственно относиться к личным финансовым средствам и принципам управле-

ния ими, что характеризует повышение общей культуры обращения с финансовыми средствами;

4. На момент 2022 г. подавляющее большинство россиян не имеют реального представления об экономических явлениях и принципах их влияния на экономическую систему, что затрудняет понимание о происходящей в экономическом секторе ситуации;

5. Россияне склонны объективно оценивать личный уровень финансовой грамотности и демонстрируют готовность к его повышению, в большей степени, если данные мероприятия будут бесплатными.

Таким образом, в заключение данной статьи можно сказать, что несмотря на все еще недостаточный уровень финансовой грамотности населения Российской Федерации, начинает проследиваться очевидный прогресс, что формирует фундамент для дальнейшего развития. Развитие финансовых навыков и компетенций позволит людям эффективно планировать свои финансы, принимать обоснованные финансовые решения и поддерживать свою финансовую устойчивость, что в совокупности достаточно быстро окупится на личном уровне каждого отдельного человека. Вложение усилий в развитие финансовой грамотности должно оставаться приоритетной задачей как для государства, образовательных учреждений и общественных организаций, так и для каждого отдельного человека, т.к. именно личное стремление к становлению финансово грамотным гражданином и определяет темпы достижения поставленной цели.

Библиографический список

1. Смирнова Е.Д., Губанова Е.В. Развитие финансовой грамотности предпринимателей. В сборнике: Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы. Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 307–311.

2. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://nafir.ru/> (Дата обращения: 04.11.2023)

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 04.11.2023)

4. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cbr.ru/> (Дата обращения: 04.11.2023)

**АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ
И НЕНАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
ЗА 2020–2022 ГОДЫ**

Элоян А.В. бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Витютин Т. А., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: В статье проведен анализ структуры и динамики налоговых и неналоговых доходов Калужской области за 2020–2022 годов. Также установлены причины отклонений каждого показателя. Выявлено, что объем безвозмездных поступлений ежегодно будет падать и Калужской области, будет стремиться к финансовой независимости от других субъектов и федерального центра.

Ключевые слова: динамика налоговых поступлений, динамика неналоговых поступлений, структура налоговых поступлений, структура неналоговых поступлений, прогноз налоговых и неналоговых поступлений.

**ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND DYNAMICS OF TAX
AND NON-TAX REVENUES KALUGA REGION FOR 2020–2022**

Eloyan A.V. Bachelor of the 3rd year
Supervisor: Vityutina T. A., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article analyzes the structure and dynamics of tax and non-tax revenues of the Kaluga region for 2020–2025. The reasons for the deviations of each indicator are also established. It is revealed that the volume of gratuitous receipts will fall annually, and the Kaluga Region will strive for financial independence from other subjects and the federal center.

Keywords: dynamics of tax revenues, dynamics of non-tax revenues, structure of tax revenues, structure of non-tax revenues, forecast of tax and non-tax revenues.

В доходной части бюджета Калужской области налоговые доходы занимали в 2020, 2021 и 2022 годах 65,15%, 70,12% и 70,32% соответственно. Проанализируем структуру налоговых доходов.

Так, самыми важными налогами, которые образуют почти весь налоговый доход являются налоги на прибыль организаций и доходы физиче-

ских лиц, акцизы по подакцизным товарам, производимым на территории РФ, то есть большая доля налоговых доходов формируется в основном за счет отчислений от федеральных налогов. В 2020, 2021 и 2022 годах их совокупный удельный вес составлял 89%, 89,51% и 89,25% соответственно. Наименьшую долю в налоговых доходах бюджета занимают задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам, налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами государственная пошлина, налог на совокупный доход и налог на имущество, включающий в себя налог на имущество организаций, транспортный налог и налог на игорный бизнес. Таким образом, структура налоговых доходов показывает стабильность.

В бюджете Калужской области сформировался устойчивый тренд повышения налоговых доходов (табл. 1). Так, налоговые доходы в 2022 году по сравнению с 2020 годом увеличились на 9 930,83 млн. рублей или на 19,39%, в 2021 году – на 2 614,78 млн. рублей или на 4,47%. Рассмотрим изменение основных налогов.

Таблица 1. Динамика основных налоговых доходов за 2020–2022 года

Наименование	Областной бюджет 2020, млн. руб.	Областной бюджет 2021, млн. руб.	Областной бюджет 2022, млн. руб.	Отклонение			
				2022 года к 2020 году		2022 года к 2021 году	
				абсолютное, млн. руб.	темпы прироста, %	абсолютное, млн. руб.	темпы прироста, %
I. НАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ – ВСЕГО	51 225,39	58 541,45	61 156,22	9 930,83	19,39	2 614,78	4,47
Налог на прибыль организаций	17 507,21	21 300,38	18 883,18	1 375,97	7,86	-2 417,20	-11,35
Налог на доходы физических лиц	17 321,23	18 672,83	21 435,38	4 114,15	23,75	2 762,55	14,79
Акцизы по подакцизным товарам, производимым на территории РФ	10 762,23	12 428,88	14 262,14	3 499,91	32,52	1 833,26	14,75
Прочие налоговые доходы	5 634,73	6 139,36	6 575,53	940,80	16,70	436,17	7,10

Налог на прибыль организаций в 2022 году относительно 2020 года увеличились на 1 375,97 млн. рублей или на 7,86%, а в 2021 году уменьшились на 2 417,2 млн. рублей либо на 11,35%. В 2020 и 2022 годах причиной падения объемов сбора налога на прибыль предприятий стали пандемия COVID-19 и СВО, из-за которого некоторые компании приостановили свою деятельность или же вовсе покинули российский рынок. Рост обусловлен в 2021 году восстановлением экономики после пандемия COVID-19. Рассматривая поступления по налогу на прибыль предприятий, стоит акцентировать внимание на экономических субъектах – плательщиках данного прямого вида налогов. В частности, стоит упомянуть таких крупнейших налогоплательщиков, как АО «Аб Инбев Эфес», АО «Инвест Альянс», ООО «Нестле Россия», АО «Л'ореаль» и другие.

Налог на доходы физических лиц в 2022 году относительно 2020 года увеличились на 4 114,15 млн. рублей или на 23,75%, а в 2021 году – на 2 762,55 млн. рублей или на 14,79%. Величина НДФЛ находится в зависимости от доходов населения региона, а именно заработной платы. На сборы по НДФЛ в тот период времени оказывала влияние степень конкурентоспособности функционирующих в Калужской области компаний, способных выплачивать заработную плату работникам в большем или меньшем размере. Как итог, крупные компании, которые смогли создать большое количество рабочих мест, функционируя в области, позволили получить экономические преимущества региону перед менее развитыми субъектами страны.

Акцизы по подакцизным товарам в 2022 году по сравнению с 2020 годом увеличились на 3 499,91 млн. рублей или на 32,52%, в 2021 году – на 1 833,26 млн. рублей или на 14,75%. Это свидетельствует о восстановлении спроса населения на подакцизные товары.

Отметим, что стремительный рост имели налог на совокупный доход и акцизы по подакцизным товарам за анализируемый период.

Прочие налоговые доходы показывают имеют положительную динамику, но темпы прироста замедляются.

В доходной части бюджета Калужской области неналоговые доходы занимали в 2020, 2021 и 2022 годах 1,45%, 1,98% и 2,94% соответственно.

Рассмотрим структуру неналоговых доходов. В 2020 году наибольший удельный вес, который равен 45,29%, имели штрафы, санкции, возмещение ущерба, а в 2021 и 2022 годах, где удельный веса равны 42,15% и 61,66% соответственно – доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности. Из года в год платежи при пользовании природными ресурсами занимали третье место.

На остальные неналоговые доходы приходилось в 2020, в 2021 и 2022 годах всего лишь 11,01%, 6,52% и 3,29% соответственно. Так, в составе анализируемых доходов отсутствует четко доминирующая статья.

В течение анализируемого периода можно заметить, что неналоговые доходы имеют положительную динамику (табл. 2). Неналоговые доходы по сравнению с 2020 годом увеличились на 1 417,91 млн. рублей или на 124,71%, а по сравнению с 2021 годом – на 899,9 млн. рублей или на 54,38%. Проанализируем динамику основных неналоговых доходов.

Таблица 2. Динамика основных неналоговых доходов за 2020–2022 годы

Наименование	Областной бюджет 2020, млн. руб.	Областной бюджет 2021, млн. руб.	Областной бюджет 2022, млн. руб.	Отклонение			
				2022 года к 2020 году		2022 года к 2021 году	
				абсолютное, млн. руб.	темп прироста, %	абсолютное, млн. руб.	темп прироста, %
II. НЕНАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ – ВСЕГО	1 136,96	1 654,97	2 554,87	1 417,91	124,71	899,90	54,38
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	322,00	697,63	1 575,46	1 253,46	389,27	877,83	125,83
Платежи при использовании природными ресурсами	174,88	207,74	160,30	-14,58	-8,33	-47,44	-22,84
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	514,89	641,72	735,13	220,24	42,78	93,42	14,56
Прочие неналоговые доходы	125,20	107,88	83,98	-41,22	-32,92	-23,90	-22,16

Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности в 2022 году, относительно 2020 года увеличились на 1 253,46 млн. рублей или на 389,27%, относительно

2021 года – на 877,83 млн. рублей или на 125,83%. Такой быстрый рост доходов от использования государственного имущества отражает эффективность управления государственной и муниципальной собственностью.

Платежи при пользовании природными ресурсами в 2022 году относительно 2020 года уменьшились на 14,58 млн. рублей или 42,78%, по сравнению с 2021 годом – на 47,44 млн. рублей либо на 22,84%. То есть право пользования ресурсами стало не востребованным, а выплаты на воспроизводство, а также охрану природных ресурсов уменьшились.

Штрафы, санкции, возмещение ущерба в 2022 году относительно 2020 года увеличились на 220,24 млн. рублей или 8,33%, по сравнению с 2021 годом – на 93,42 млн. рублей либо на 14,56%. Причиной их преобладания выделяют развитие систем фиксации нарушений правил дорожного движения, что способствует их увеличению за счет денежных взысканий.

Прочие налоговые доходы показывают отрицательную динамику и резкие темпы прироста.

Планируется наращивание доли налоговых доходов до 98,6% и сокращение доли неналоговых доходов до 1,4% к 2025 году (рис. 1).

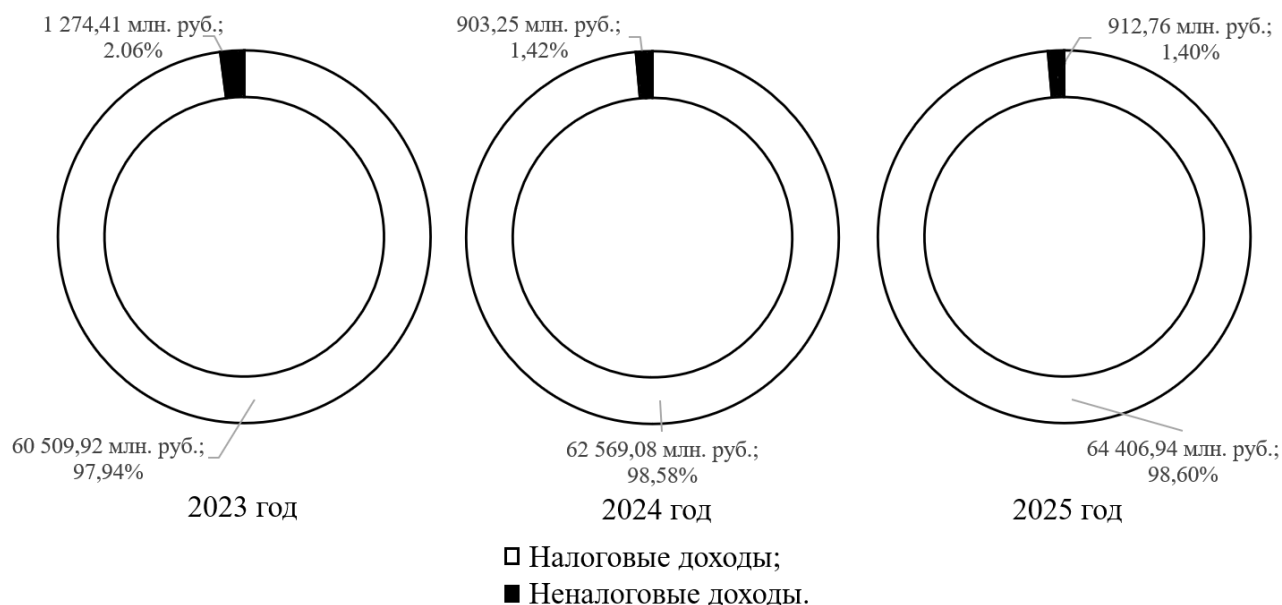


Рисунок 1. Прогноз структуры налоговых и неналоговых доходов за 2023–2025 годы

Тренд на плановый период налоговых и неналоговых доходов в совокупности восходящий (рис. 2). Но, изучая их в разрезе, заметим, что налоговые доходы имеют восходящий тренд, а неналоговые – нисходящий.

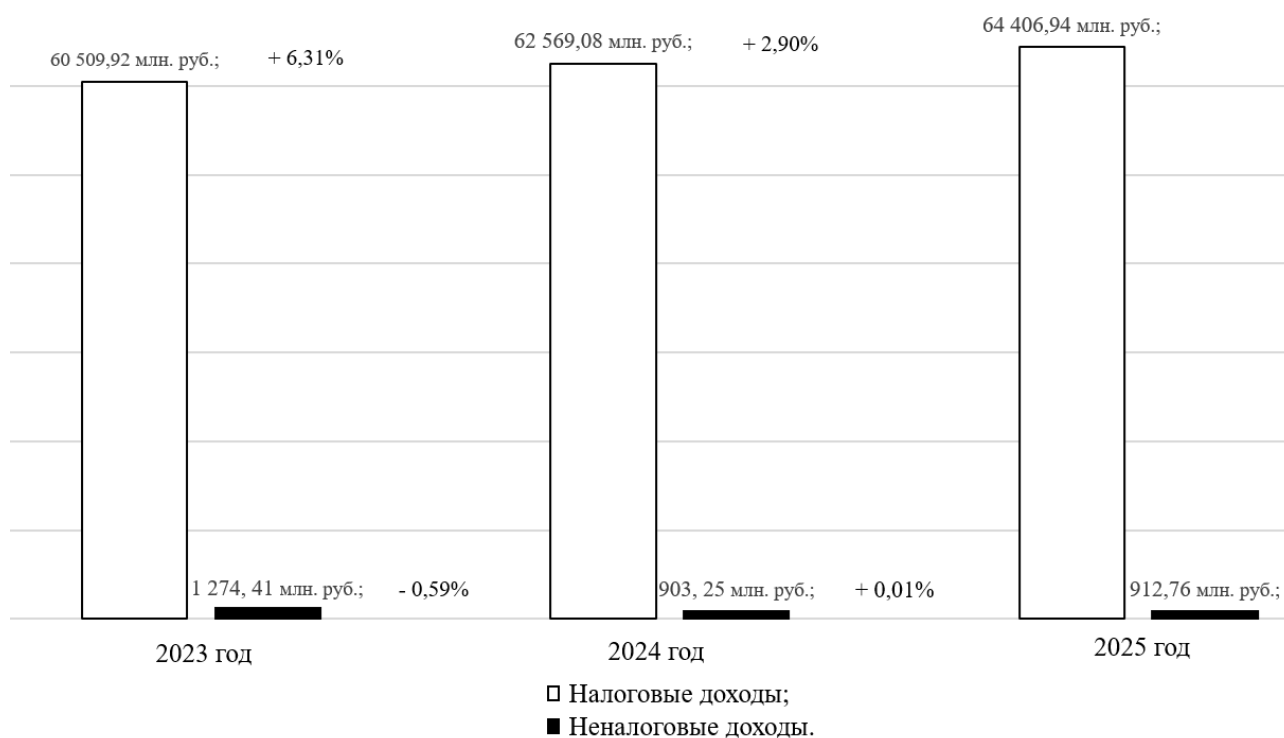


Рисунок 2. Прогноз динамики налоговых и неналоговых доходов за 2023–2025 годы

В доходной части бюджета Калужской области налоговые и неналоговые доходы, согласно плану, должны занять в 2023, 2024 и 2025 годах 81,07%, 85,87% и 89,61% соответственно. К 2025 году также планируется достичь профицита в размере 2 799,78 млн. рублей. Подчеркнем, что объем безвозмездных поступлений ежегодно будет падать. Калужская область стремиться к финансовой независимости от других субъектов и федерального центра.

Библиографический список

1. Лыкова Л.Н. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / Л.Н. Лыкова. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 357 с.
2. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / Л.Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л.Я. Маршавиной, Л.А. Чайковской, Г.Н. Семенов. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 526 с.

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

*Сборник статей по материалам
Всероссийской научно-практической конференции,
посвященной 105-летию Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации
(15 ноября 2023 г.)*

Подписано в печать 20.03.2024. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Объем 34,25 усл. печ. л.
Тираж 200 экз. Зак. № 39.

Отпечатано «Наша Полиграфия»,
г. Калуга, Грабцевское шоссе, 126.
Тел. (842) 77-00-75.