



**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
МОДЕРНИЗАЦИИ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Сборник статей по материалам
II Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
(22 марта 2024 г.)**

Калуга - 2024

ББК 65.04
УДК 332.1
А 43

Печатается по решению
Организационного комитета конференции

Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования: сборник научных статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Калуга, 22 марта 2024 г.) / под редакцией В.А. Матчинова, И.Г. Моисеевой. – Калуга, 2024. – 217 с.

ISBN 978-5-6050801-8-3

В сборник включены статьи по результатам работы II Всероссийской научно-практической конференции «Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования», прошедшей на базе Калужского филиала Финуниверситета 22 марта 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.

© Авторы, 2024
© Финуниверситет, 2024

Содержание

Секция 1. Современные проблемы и направления развития учетно-информационной системы в коммерческих организациях в условиях санкций.....	6
<i>Алешина Д.С.</i> Импортозамещение в Российской Федерации в условиях внешних санкций... ..	6
<i>Бочкин Е.А.</i> Золотое сечение в экономике и управлении	9
<i>Голубкова К.С.</i> Классификация затрат на производство и методы их учета.....	12
<i>Доброходова Е.А., Башкирова Н.В.</i> Внешняя торговля в России.....	15
<i>Гордеева М.Д.</i> Инновационные подходы к развитию учетно-информационной системы в коммерческих организациях в условиях санкций.....	19
<i>Дмитрук А.А.</i> Особенности адаптации учетно-информационной системы в коммерческих предприятиях к новым реалиям санкционной политики.....	21
<i>Дьякова Т.И., Степанян Я.С.</i> Управление чистым оборотным капиталом в коммерческих организациях в условиях санкций.....	23
<i>Иващенко В.В.</i> Формы и особенности бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками.....	28
<i>Ицков А.Ю.</i> Применение цифровых технологий в процессе учета готовой продукции.....	33
<i>Лукьянченко М.С.</i> Влияние иностранных санкций на экономическую деятельность ООО «САМСУНГ ЭЛЕКТРОНИКС РУС КАЛУГА».....	36
<i>Муравьев А.Д.</i> Обеспечение кибербезопасности учетно-информационных систем в коммерческих организациях в условиях санкций.....	39
<i>Падерина Д.В.</i> Особенности организация бухгалтерского учета на малом предприятии.....	43
<i>Попова Е.В.</i> Экономический анализ спроса на потребительском рынке товаров и услуг и его прогнозирование.....	47
<i>Пытина А.И.</i> Порядок формирования и учета финансового результата деятельности организации.....	50
<i>Савкина А.А.</i> Бухгалтерский учет затрат на производство продукции.....	53
<i>Савкина А.А.</i> Методика анализа и оценки финансовой устойчивости на примере ООО «РУСПЛАСТ».....	56
<i>Самотос Д.А.</i> Анализ состояния расчетов с покупателями и заказчиками.....	59
<i>Сергутина К.М.</i> Сравнительный анализ действующих методик оценки производственных запасов.....	62
<i>Степанян Я.С.</i> Методы анализа для эффективного управления малым бизнесом.....	65
<i>Стукова К.М.</i> Использование современных цифровых технологий в финансовом бизнес-анализе организаций.....	70
<i>Таенчук Я.Ю.</i> Цифровые финансовые активы – перспективный инструмент развития финансового рынка России.....	72
<i>Харитонова Е.А.</i> Влияние цифровизации на процесс экономического анализа.....	76
<i>Царова К.В.</i> Бухгалтерский учет расчетов с персоналом по оплате труда и направления его развития.....	78
<i>Чухрай А.А.</i> Cost-killing как метод оптимизации затрат.....	82
Секция 2. Роль маркетинговых технологий в современной экономике.....	85
<i>Жукова К.В.</i> Роль социальных медиа в маркетинге.....	85
<i>Короходкин И.К.</i> Разработка стратегических альтернатив в развитии бизнеса.....	87
<i>Миронова А.В.</i> Партизанский маркетинг: необычные способы рекламы.....	90
<i>Петрова Г.В.</i> Клиентоцентричная парадигма – основа философии современного маркетинга.....	93

<i>Пономарева А.П.</i> Использование инновационных технологий в маркетинговой деятельности: VR и AR	96
<i>Скуратова Ю.А.</i> Искусство привлечения клиентов: секреты эффективного маркетинга.....	99
<i>Столяров М.В., Муравьев Д.А.</i> Нейросети в маркетинге: революционные методы и перспективы применения	101
<i>Харазян С.А.</i> Влияние цифровых маркетинговых инструментов на эффективность бизнеса.....	104
<i>Чухрай А.А.</i> Роль финансового анализа в процессе принятия инвестиционных решений.....	107
<i>Элоян А.В.</i> Практика использования электронной коммерции в деятельности организации «AMAZON».....	111
Секция 3. Цифровизация и математическое моделирование в трансформации финансово-экономического образования.....	114
<i>Варагян О.Г., Карапетян А., Романюк В.Г.</i> Создание базы данных туристических маршрутов России.....	114
<i>Вельбык У.А., Воронцова А.Н., Пинигина Е.В.</i> О структуре базы данных для организации правильного питания.....	117
<i>Горохова К.В.</i> Математико-статистический анализ курса доллара США за последние 5 лет.....	120
<i>Евсеева Д.С., Илюшкина А.А.</i> Прогнозирование финансовых показателей с использованием линейной регрессионной модели Logitom.....	125
<i>Ильин А.И.</i> Изменение цифровых изображений с помощью элементарных матричных преобразований.....	128
<i>Кондратенко А.А.</i> Нейросети как ключевой фактор трансформации современного бизнеса.....	131
<i>Лизун Е. И.</i> Взаимодействие экономического анализа и аудита.....	134
<i>Лобач Ю.В.</i> Математико-статистический анализ прожиточного минимума населения в российской федерации	137
<i>Ромашков А.К.</i> Использование искусственного интеллекта при создании персонажей для гр-игр.....	140
<i>Тришина М.Д.</i> Постановка и решение задачи о назначениях в ms excel и r studio.....	143
Секция 4. Инновации в финансово-экономическом образовании как драйвер устойчивого развития региона.....	147
<i>Алиферов А.Д., Чумаков Н.С.</i> Некоторые аспекты инвестиционной привлекательности калужской области.....	147
<i>Богатов А.В.</i> Роль финансовой безопасности организации в условиях экономической нестабильности.....	151
<i>Восканян М.Х., Харитонов Е.А.</i> Внедрение цифровой валюты центральным банком России	153
<i>Голиков Н.Е.</i> Развитие финансового образования для молодежи: обеспечение перспективного будущего и устойчивого развития Калужской области	156
<i>Горохова К.В.</i> Государственная поддержка высшего образования и научно-исследовательской деятельности по Калужской области.....	160
<i>Зайцев М.С.</i> Роль цифрового рубля в российской экономике: преимущества и недостатки... ..	164
<i>Лизун Е.И.</i> Инфляция: ожидание и реальность.....	167
<i>Лобач Ю.В.</i> Областной бюджет калужской области: анализ, тенденции и перспективы.....	170
<i>Массалин М.А.</i> Текущее состояние и перспективы развития бизнес-образования предпринимателей в калужской области.....	175
<i>Новикова А.С.</i> Использование цифровых технологий и инноваций для повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий.....	178

<i>Петрова Г.В.</i> Трансформация финансового образования в эпоху цифровизации.....	183
<i>Семыкина К.А.</i> Применение технологии блокчейн в образовательном процессе.....	185
<i>Шершукина А.В.</i> Кластерный подход как инструмент стимулирования экономического роста: опыт развития в Калужской области	188
<i>Якушина А.В.</i> Налоговая нагрузка: что это такое и как ее контролировать в современном мире.....	194
<i>Яртышова Я.С.</i> Самозанятые, их роль в современных экономических отношениях.....	198
Секция 5. Национальная стратегия повышения финансовой грамотности: проблемы и перспективы до 2030 года.....	202
<i>Денисова Е.Д.</i> Влияние финансовой грамотности на экономический рост страны и благосостояние населения.....	202
<i>Губанова Е.Д.</i> Новые национальные проекты до 2030 года.....	205
<i>Глякова А.А.</i> Роль и значение финансовой грамотности и финансовой культуры в современной экономике.....	207
<i>Несонова Н.И.</i> Влияние кредитно-заемных отношений на качество жизни человека.....	211
<i>Слепычина И.С.</i> Теоретические основы соблюдения законодательства в сфере охраны персональных данных при проведении научных исследований	213

СЕКЦИЯ 1. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

УДК 338.23

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ САНКЦИЙ

Алешина Д.С. бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: *Витюткина Т.А., к.э.н., доцент*
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрена российская политика импортозамещения 2022 года в условиях введенных внешних санкций. Представлен анализ импорта в Российскую Федерацию на 2021-2022 годы. Также изучены проекты и планы по импортозамещению. Проанализированы меры государственной поддержки в условиях проведения политики импортозамещения.

Ключевые слова: импорт, импортозамещение, санкции, национальные проекты, меры поддержки.

IMPORT SUBSTITUTION IN THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONDITIONS OF EXTERNAL SANCTIONS

Aleshina D.S. bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: *T.A. Vityutina, Candidate of Economics, Associate Professor*
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article examines the Russian import substitution policy of 2022 in the context of the imposed external sanctions. The analysis of imports to the Russian Federation for 2021-2022 is presented. Projects and plans for import substitution have also been studied. The measures of state support in the context of the import substitution policy are analyzed.

Keywords: import, import substitution, sanctions, national projects, support measures.

Впервые импортозамещение в Российской Федерации стало активно развиваться еще в 2014 года, когда на страну обрушилась масштабная волна санкций. Тогда США, Канада, страны Евросоюза, Австралия и Новая Зеландия ввели ряд ограничений, которые в свою очередь отрицательно сказались на дальнейшем развитии экономики России. В результате введенных ограничений вырос уровень инфляции, появился дефицит определенных товаров иностранного производства, под угрозой оказались важные отрасли промышленности. Именно в этот период начали реализовывать различные меры по импортозамещению.

В феврале 2022 года геополитическая ситуация крайне обострилась. После начала спецоперации на Украине количество введенных против России санкций достигло апогея. Все ограничения так или иначе затрагивали экономическую сферу государства. И поскольку большинство санкций было направлено на ограничение импорта в нашу страну, перед экономикой встала главная задача – замещение той продукции, которая попала под запреты ввоза, продукцией отечественного производства. Поэтому в настоящее время тема импортозамещения является актуальной для Российской Федерации.

Чтобы говорить о реализации политики импортозамещения в России, для начала необходимо выяснить, в какой степени санкции повлияли на состояние импорта. Конечно, введенные санкции отразились на экономике всей страны, однако, сильнее всего пострадал северо-западных регион России. Здесь товароборот по отношению к 2021 году снизился почти на 45%. По данным, представленным заместителем руководителя ФТС России, Владимира Ивина, спад импорта с февраля 2022 года составляет около 30%. Для создания более ясной картины сравним, как изменились показатели импорта основных торговых партнеров России в 2022 году в сравнении с показателями 2021 года [3].

В таблице 1 для анализа рассмотрим страны, доля импорта которых в нашу страну была достаточной высокой, и которые ввели санкции, тем самым значительно изменили показатели импорта.

Таблица 1 - Показатели импорта основных торговых партнеров России в 2021-2022гг.

Страна	Импорт 2021, € млн	Импорт 2022, € млн
Германия	2318,6	983,5
Италия	706,5	349,6
Польша	659,7	324,8
Нидерланды	681,1	211,5
Франция	465,6	178
Весь Европейский Союз	7645,7	3420,1

Нельзя не сказать об экспорте из США, которые совсем недавно являлись одним из ведущих крупнейших торговых партнеров России. В марте 2022 года экспорт товаров из США в Россию сократился в пять раз. В апреле этого же года был зафиксирован почти полный отказ от поставок в Россию продукции ряда промышленных и транспортных отраслей. Так, например, США полностью отказались от поставок лодок и судов, поршней двигателей внутреннего сгорания, бурильных установок, оборудования для забивки свай. Сильно сократился экспорт легковых и сельскохозяйственных машин.

Отрасли, которые больше всего пострадали от внешних санкций:

- 1) Автомобильная промышленность
- 2) Авиастроение
- 3) Социально значимые отрасли
- 4) Фармацевтическая промышленность и другие

Именно на продукцию этих отраслей большое влияние оказали введенные против России санкции, так как им принадлежала большая доля в общем импорте. В таблице 2 рассмотрим основные товары, импортируемые в Россию из зарубежных стран.

Таблица 2 - Основные импортируемые товары, %

Товары	Доля в общем импорте, %
Машины, оборудование и аппаратура	31,2
Транспорт	12,7
Продукция химической промышленности	12,1
Пластмассы, каучук и резина	11,9
Металлы и изделия из них	7,3

В связи со сложившейся экономической и политической ситуаций в России, импортозамещение стало как никогда актуальным и необходимым. Летом 2022 года под руководством Председателя Правительства РФ Михаила Мишустина были определены приоритетные отрасли импортозамещения, которые в первую очередь нуждаются в обеспечении независимости от продукции зарубежного производства. Такими отраслями стали:

- 1) Транспортное машиностроение
- 2) Тяжелое машиностроение
- 3) Автомобильная промышленность
- 4) Фармацевтика и медицинская промышленность
- 5) Авиастроение и другие.

Для достижения необходимого уровня замены импортируемой продукции товарами отечественного производства, была создана целая программа импортозамещения, которая включает в себя различные способы по достижению поставленных целей. Так, Фондом Развития Промышленности были размещены отраслевые планы импортозамещения. Более 25 планов развития импортозамещения в каждой отрасли. В том числе в приоритетных отраслях промышленности. В каждом плане прописана доля отечественной продукции соответствующей отрасли до реализации планов импортозамещения и планируемая доля, которую необходимо достичь до 2024 года. Например, план мероприятий по импортозамещению в социально значимых отраслях показывает, что доля отечественной продукции по всем видам товаров до реализации плана импортозамещения в среднем составляет 33,7%. К 2024 года планируется повысить это значение до 54,4%.

Теперь рассмотрим импортозамещение в сфере IT – одной из самых важных сфер, оказывающих огромное влияние на развитие страны в 21 веке. В марте 2022 года с российского рынка ушли крупные поставщики программного обеспечения. Но это совсем не означает крах данной

отрасли. Пока что не все товары этой отрасли получается заменить качественными аналогами, тем не менее уже предпринято немало мер для увеличения доли продукции отечественного производства. Так, например, еще с 2019 года действует национальный проект «Цифровая экономика», задачи которого направлены на развитие сферы цифровых технологий. Завершить проект планируется к 2024 году.

Одним из эффективных способов реализации программы импортозамещения являются меры государственной поддержки. В сфере бизнеса был принят ряд мер государственной поддержки, направленных на поддержание и укрепление отечественного производителя, которые включают законодательные изменения:

1) Внесены поправки в статью 14 закона «О государственных закупках» и в закон об информации, который обязывает государственных и муниципальных заказчиков покупать, в первую очередь, российское ПО.

2) Постановление Правительства РФ № 522 от 31 марта 2022 года утвердило увеличенное финансирование на гранты для создания отечественных комплектующих в различных сферах производства.

3) Постановление Правительства РФ № 616 от 30 апреля 2020 года полностью запрещает покупать иностранные промышленные товары государственным и муниципальным заказчикам (146 видов продукции).

Помимо этого, увеличивается объем государственных субсидий, направленных на создание дизайн-центров электроники, которые будут заниматься разработкой новой продукции, в том числе электронной и радиоэлектронной аппаратуры, телекоммуникационного оборудования, специального технологического оборудования, автомобильной электроники и медицинской техники. Планируется, что к 2023 году объем субсидий составит 1 млрд рублей.

В 2022 году также выделены дополнительные средства на компенсацию затрат организаций, занимающихся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, относящимися к современным технологиям. Так, по Постановлению Правительства РФ № 1649 от 12 декабря 2019 на субсидирование данной сферы в 2022 году было выделено более 15 млрд рублей. Причем более 1/3 этой суммы было выделено на поддержку развития технологии производства сжиженного природного газа, мало- и среднетоннажной химии.

В 2022 году Правительство Российской Федерации сформировало перечень проектов по импортозамещению в критических направлениях, который включает в себя 162 проекта, на которые планируется выделить 5,2 трлн. рублей. По словам Василия Осьмакова, заместителя Министра промышленности и торговли РФ, 2,3 трлн. рублей предоставят в виде льготных кредитов, 2,9 трлн рублей – от инвесторов. На 2023 год зарезервировано 5 млрд рублей на субсидирование ставки для проектов импортозамещения, а также государственные гарантии. Многие проекты, входящие в данный перечень, рассчитаны до 2024 и даже до 2030 годов [4].

Проекты разделяются по сферам промышленности следующим образом:

- 1) Черная металлургия – 27 проектов;
- 2) Лесопромышленный комплекс – 18 проектов;
- 3) Железнодорожное машиностроение – 16 проектов;
- 4) Фармацевтическая промышленность – 12 проектов;
- 5) Автомобильная промышленность – 8 проектов.

Помимо данных отраслей, планируется осуществление шести проектов в сельскохозяйственном машиностроении, 5 – в строительном-дорожном машиностроении и цветной металлургии, 3 – в судостроении, 2 – в авиапромышленности и другие.

Сегодня Россия переживает непростой этап в своем развитии. События последних лет коснулись всех сфер общественной жизни. Особое влияние было оказано на экономику страны. Россия не впервые попадает под натиск внешних санкций. Сегодня же количество введенных ограничений достигло максимума. Обострились отношения с основными торговыми партнерами. В особенности это сказалось на импорте продукции иностранного производства. С российского рынка ушли многие зарубежные компании. Снижение импорта значительно сказалось почти на всех отраслях промышленности. Но несмотря на это, экономика России не пошла ко дну. Государством вовремя была организована программа импортозамещения, направленная на стимулирование и защиту национальных экономических интересов. Принято более двухсот проектов по импортозамещению, созданы планы увеличения доли отечественной продукции для каждой отрасли промышленности, приняты новые законопроекты и постановления, оказаны меры поддержки производства и населения. Все это не только поддерживает экономику на необходимом уровне, но

также способствует ее дальнейшему развитию, усилению отечественного производства и суверенитета страны в целом.

Библиографический список

1. Карпунина Е. К. Карпунин Д.В., Алехина О.Ф., Швецова И.Н., Сусяжкова О.Н., Витюткина Т.А., Пономарев С.В., Бутова Л.М., Назарчук Н.П., Абалакин А.А., Губернаторова Н.Н., Федотова Е.В., Астахин А.С. Современные подходы к обеспечению экономической безопасности государства и регионов в эру неопределенности: монография / кол. авторов. — Москва : РУСАЙНС, 2022. — 306 с.
2. Федеральная служба государственной статистики (2022): URL: <https://rosstat.gov.ru/search?q> (дата обращения 17.11.2022)
3. ФТС России: данные об экспорте-импорте России за январь-июль 2021 года (2021). Федеральная таможенная служба. URL: <https://customs.gov.ru/press/federal/document/325325> (дата обращения 17.11.2022)
4. ФРП России: основные планы импортозамещения Минпромторга России 2022. Фонд Развития Промышленности. URL: <https://frpf.ru/zaymy/prioritetnye-proekty/?docs=334> (дата обращения 17.11.2022)
5. Экспорт и импорт России по товарам и странам (2022). Ru-Stat. URL: <https://ru-stat.com/> (дата обращения 17.11.2022)
6. Правительство России: национальные проекты. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/> (дата обращения 17.11.2022)

УДК 330.4

ЗОЛОТОЕ СЕЧЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ

Бочкин Е.А. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Дробышев Ю.А. д.пед.н. профессор
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: в работе раскрыто понятие золотого сечения, а также способы применения его основных принципов в общественной жизни и, в частности, в моделях экономики и управления предприятий. В качестве примера рассмотрены следующие субъекты: ООО «ТЕРМЫ» и ООО «НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ» и их положение за 2021-20223годы.

Ключевые слова: золотое сечение, гармонический менеджмент, экономика бизнеса, структура капитала, структура организаций.

THE GOLDEN RATIO IN ECONOMICS AND MANAGEMENT

Bochkin E.A. bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: Drobyshev Yu.A., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The paper reveals the concept of the golden ratio, as well as ways to apply its basic principles in public life and, in particular, in models of economics and enterprise management. As an example, the following entities are considered: LLC "THERMY" and LLC "NOVO NORDISK PRODUCTION SUPPORT" and their position for 2021-20223.

Keywords: golden ratio, harmonic management, business economics, capital structure, organization structure.

В настоящее время достаточно актуальным является вопрос учёта ресурсов организации и её работы в производственных отраслях. Для решения этих задач разрабатываются различные теории и стратегии, источники которых содержатся в различных научных отраслях. Попробуем рассмотреть применение математических законов и принципов для задания стратегии управления и экономики в предприятиях, работающих в настоящее время. Рассмотрим золотое сечение как один из инструментов математики, и узнаем, к какому результату приведёт применение данной пропорции к компонентам экономических и управленческих систем в пределах организации.

Золотое сечение – одно из древнейших математических правил, закономерности которого можно найти в практически любом предмете, или живом существе. Геометрический смысл золотого сечения заключается в следующем: отношение А к Б такое же, как отношение А+Б к А. Золотое сечение было известно ещё древним грекам. Первые упоминания о нем связаны с именами Пифагора, Евклида, Платона. В эпоху возрождения его свойства изучались с легким помешательством. Ранее оно называлось Средним или крайним отношением. Пропорция золотого сечения выражается буквой ф, и равняется 1,618. То есть на меньшую долю приходится 38%, а на большую 62%. [1] Данную пропорцию можно заметить во многих окружающих нас предметах: в листьях растений, в раковинах

морских моллюсков, в цветах. Ведь оказывается, что эти методы являются эффективным средством для построения чего-то устойчивого и эффективного, и именно поэтому во многих случаях природа действует не вслепую, а более сложно, методом Фибоначчи [2]. Книга о счете, написанная Фибоначчи в 1202 году, подарила миру методы применения золотого сечения в системах исчисления и знания о ряде чисел Фибоначчи. Метод золотой пропорции и «метод Фибоначчи» в настоящее время находят применение в методологии научного исследования и различных отраслях дисциплин, требующих от человека решение практических вопросов. Золотое сечение – это то соотношение, которое имеет место во многих произведениях различных видов изобразительного искусства, дизайна, фотографиях, архитектуре.

Еще одно направление применения золотого сечения связано с экономикой организаций, структура которых характеризуется множеством подразделений. Его рассматривают в качестве базового при анализе и построении экономики таких организаций. Гармонизованное разнообразие при этом обеспечивается и гарантирует системное качество, а также обеспечивает функциональную эффективность, в результате которой доля издержек опускается до минимальных значений. Обращаясь к структуре экономического капитала субъекта, мы можем заметить, что золотая пропорция может прослеживаться в его составных частях: заемных средствах и собственных средствах. Отношение собственного капитала к заемному капиталу образует показатель такого механизма финансового менеджмента, как финансовый рычаг [3]. Для обеспечения успешного роста инвестиций и развития организации показатель финансового рычага должен быть максимально приближен к числу ф. Доля заемных средств, соответственно, должна составлять 62-67%, в то время как доля собственных – 33-38%. За счёт подобного изменения структуры капитала в организации достигаются условия для увеличения прибыли: дополнительные привлеченные денежные средства становятся новым источником формирования активов, тем самым увеличивая поступающий денежный поток и чистую прибыль.

Коэффициент финансового рычага, определение значения которого мы сравнили с принципом золотого сечения, должен находиться в диапазоне от 50% до 70%. При меньшем размере заемного капитала организация теряет потенциальную возможность к увеличению прибыли. При уровне коэффициента финансового рычага больше 70% у организации формируются дополнительные резервы, которые не успевают преобразоваться в дополнительные активы. Рассмотрим структуру капитала следующих экономических субъектов: ООО «ТЕРМЫ» и ООО «НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ», в которых проследим за реализацией золотого сечения. На рис.1 представлены данные бухгалтерских балансов указанных субъектов за период с 2021 по 2023 год [4], [5].

	ООО "ТЕРМЫ"			ООО "НОВО НОРДИСК"		
	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021
Активы	10	10	-	3 692 635,00	3 682 853,00	2 454 924
Заемный капитал	10,00	10,00	-	701 864	337 911	168 956
Собственный капитал	0,00	0,00	-	2 990 771,00	3 344 942,00	2 285 968,50
Коэффициент финансового рычага	1	1	-	0,190071318	0,091752508	0,06882311

Рисунок 1. Коэффициенты финансового рычага субъектов

Перед началом анализа следует отметить, что ООО «ТЕРМЫ» не принесло прибыли за последние два года, этим объясняется коэффициент финансового рычага равный 100%, что могло бы говорить нам о финансовом избытке и простое дополнительных средств, но данные средства уходят на обслуживание оборудования и человеческого капитала. Вся доля поступающего денежного потока не формирует дополнительные финансовые активы компании, а уходит на окупаемость своей деятельности. Коэффициент финансового рычага ООО «НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ» за 2023г. равен 19%, т.е. не достаёт до обозначенного диапазона, что может свидетельствовать об отсутствии дополнительных денежных потоков и отсутствии тенденции к увеличению прибыли.

В менеджменте отношение золотого сечения послужило основой для нового его направления – Гармоничного менеджмента. Основным отличием этого направления является взаимосвязь между собой всех компонентов в соответствии с логикой устойчивых пропорций. Применение гармоничного менеджмента позволяет вырабатывать самые оптимальные решения для фирм и предприятий с целью устойчивого функционирования на рынке и формирования рациональной и гибкой структуры управления производством, ресурсами и персоналом. Использование золотых пропорций возможно при полной возможности соотнесения элементов к определённой части целого и позволяет сокращать затраты, поднять объём производства и продажи товаров и услуг, улучшить качество обслуживания труда и оборота активов. Таким образом, при помощи золотого сечения устанавливаются постоянные значения для следующих показателей финансового анализа: коэффициент финансовой напряженности, которому присваивается меньшая доля 0,38, и коэффициент автономии, которому присвоим долю 0,62. Попробуем сравнить данную теорию с показателями, которые мы найдём на основе имеющихся данных по вышеназванным экономическим субъектам за 2021-2023 г. [4] [5] Для этого подсчитаем коэффициенты автономии и финансовой напряженности и на основе полученных данных найдём отношение автономности предприятий к финансовой напряженности и сравним результаты с числом ϕ (рис.2):

	ООО "ТЕРМЫ"			ООО "НОВО НОРДИСК"		
	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021
Коэффициент автономии	1	1	-	0,0522662	0,052405024	0,07861751
Коэффициент финансовой напряженности	1	1	-	1	1	1
Отношение Автономии к Напряженности	1	1	-	0,0522662	0,052405024	0,07861751
Число ϕ	1,6180339	1,6180339	1,6180339	1,6180339	1,6180339	1,6180339

Рисунок 2. Сравнение отношения автономии к напряженности и числа ϕ

Анализируя данные, представленные в таблице, можно сделать выводы об отсутствии гармоничной структуры управления в ООО «ТЕРМЫ», поскольку отношение коэффициентов меньше числа ϕ . Это может обуславливаться спецификой выбранного направления деятельности. Организация является самостоятельным производителем услуг, она предоставляет физкультурно-оздоровительные услуги для своих посетителей, а также, как было сказано ранее, организацией не приносит прибыли за два года своего существования, что объясняет крайне низкий уровень автономии и крайне высокий уровень зависимости от внешней среды. ООО «НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ» также не соблюдает золотую пропорцию, также к 2023г. заметно небольшое отдаление от числа ϕ , что говорит об отсутствии потенциала у данного предприятия к гармоничной структуре управления организацией. Данные показатели могут быть обусловлены спецификой данной организации: фармацевтическая компания Ново Нордиск является Датским предприятием, осуществляющим представительство своей головной компании в Калужской области. При данных условиях ООО «НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ» не имеет возможности к самостоятельности и гибкости организации производства на рынке, поскольку является монополистом в сфере производства препаратов от сахарного диабета в области и действует по выданным технологиям производства основной кампании.

В заключении работы можно отметить, что благодаря применению принципов золотого сечения возникают дополнительные стратегии для ведения учёта ресурсов организации. В свою очередь на основе золотой пропорции появилось новое направление в менеджменте – гармоничный менеджмент – который приводит к решению вопроса работы в производственных отраслях и построения устойчивой фирмы и управленческой структуры в ней.

Библиографический список:

1. Н. Васютинский – Золотая пропорция/Москва «Молодая гвардия» .1990. 11 с.

2. А. Стахов, А. Слученкова, И. Щербаков – Код да Винчи и ряды Фибоначчи/Санкт-Петербург «Питер» 2006. 320 с.
3. Кох Р. Принцип 20/80: секреты достижения больших результатов при затрате меньших усилий/ Пер. с англ. Минск: Попурри, 2004 . 269 с.
4. ООО "ТЕРМЫ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4027149326_ooo-termy
5. ООО "НОВО НОРДИСК ПРОДАКШН САППОРТ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4028001562_ooo-novo-nordisk-prodakshn-sapport

УДК 657

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И МЕТОДЫ ИХ УЧЕТА

Голубкова К.С., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные аспекты учёта затрат на производство товаров, работ, услуг в организациях, подчеркивая их важность для контроля и эффективности деятельности организации. В ней дано определение понятия затрат на производство товаров, работ, услуг, рассмотрены вопросы организации учета таких затрат, их группировки по видам. В статье представлены методы учета затрат на производство, их классификация и важность организации четкой и эффективной системы учета для контроля расходов и формирования себестоимости продукции, работ и услуг.

Ключевые слова: затраты, себестоимость, калькуляция, учет затрат, классификация затрат.

CLASSIFICATION OF PRODUCTION COSTS AND METHODS FOR THEIR ACCOUNTING

Golubkova K.S., 3rd year bachelor

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

Annotation. The article examines the main aspects of production costs in production organizations, emphasizing their importance for the control and effectiveness of the organization. It defines the concept of costs for the production of goods, works, services, discusses the organization of accounting for such costs, their grouping by type. The article presents methods of accounting for production costs, their classification and the importance of organizing a clear and effective accounting system for cost control and cost formation of products, works and services.

Keywords: costs, cost, calculation, cost accounting, cost classification

Основными направлениями деятельности производственной организации являются производство продукции, выполнение работ, оказание услуг с целью их последующей реализации потребителям. Производство товаров, работ и услуг связано с определенными затратами. Одним из ключевых инструментов, обеспечивающих успешное управление предприятием, является выбор оптимальных методов их учета. Правильная организация учёта позволяет эффективно контролировать использование производственных затрат, тем самым оптимизировать расходы, снижать себестоимость и повышать конкурентоспособность предприятия.

Понятие «затраты на производство» может варьироваться в зависимости от источника. Так, например, в своей статье авторы С.В. Кесян и А.А. Чеснюк определяют затраты на производство как сумму израсходованных в процессе производства и реализации сырья, материалов, рабочего времени, топлива, энергии, основных фондов, а также других затрат организации в денежном выражении [4, С.63]. В приказе Минсельхоза России №654 под затратами на производство понимается совокупность всех издержек производства за определенный период, связанных с обеспечением процесса расширенного воспроизводства (суммарное выражение всех издержек производства) [3].

В целом затраты на производство – это стоимость ресурсов, используемых в процессе производства товаров, работ, услуг.

Структура затрат на производство зависит от специфики каждой конкретной организации, ее отраслевой принадлежности, масштабов деятельности и иных факторов. Бухгалтерский учет общей суммы затрат на производство организуют по экономическим элементам затрат, а учет и калькуляцию себестоимости отдельных видов продукции, работ и услуг – по статьям затрат.

Затраты на производство можно сгруппировать по следующим элементам:

Таблица 1 - Состав затрат на производство

Вид затрат	Что можно отнести
1. Затраты на оплату труда	Различные начисления сотрудникам в денежной форме, такие как: заработная плата; компенсации, связанные с условиями труда или режимом работы; надбавки; премии, предусмотренные договором или законом; другие начисления в пользу работников
2. Страховые взносы	Взносы на обязательное пенсионное, медицинское и социальное страхование, включая страховые взносы на травматизм, а также взносы на добровольное страхование.
3. Амортизация	Амортизационные отчисления по основным средствам, нематериальным и поисковым активам
4. Материальные затраты	Приобретение сырья и материалов, предназначенных для производства и продажи, товаров, а также инструментов, приспособлений, инвентаря, приборов, лабораторного оборудования, спецодежды и другое для хозяйственных нужд и прочее
5. Прочие затраты	Различные затраты, произведённые в интересах организации и необходимые для её деятельности, но не относящиеся к её основной деятельности. Например: комиссии сторонних организаций; оплата аренды и лизинга; налоги; затраты на консультации; затраты на оплату услуг связи; затраты на канцелярию; затраты на услуги банков и другое

Эффективность организации учета производственных затрат во многом зависит от их группировки или классификации. Классификация затрат осуществляется в зависимости от целей учета - для определения себестоимости изготовленной продукции и формирования финансового результата деятельности, осуществления текущего контроля, принятия управленческих решений. Затраты можно классифицировать по следующим видам:

1. По способу включения в себестоимость продукции:

- прямые — издержки, непосредственно связанные с изготовлением конкретного товара;
- косвенные — затраты данного вида связаны с производством нескольких видов товаров и должны быть распределены между позициями товаров пропорционально определенному показателю.

2. По экономической роли в процессе производства:

- основные – затраты, связанные непосредственно с выполнением технического процесса производства: материалы, оплата труда основных рабочих и другое;
- накладные – издержки, связанные с управлением, организацией и обслуживанием производства: общепроизводственные и общехозяйственные.

3. По периодичности возникновения:

- текущие – затраты, имеющие частую периодичность возникновения, вызванную непрерывно осуществляемой производственной деятельностью;
- единовременные – осуществляются однократно, например, на подготовку выпуска новых видов продукции или в связи с запуском новых производств.

4. Согласно экономическому элементу (по однородности):

- одноэлементные – затраты, которые не делятся на составные компоненты, например: зарплата рабочих, амортизация и другие;
- комплексные – представляют собой совокупность одноэлементных затрат: цеховые, общезаводские и другие.

В разделе III «Затраты на производство» Приказа Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н представлен ряд счетов бухгалтерского учёта, предназначенных для учёта затрат [2]. В крупных и средних организациях для учёта затрат на производство продукции чаще всего применяют счета 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», 28 «Брак в производстве», 97 «Расходы будущих периодов», 46 «Выполненные этапы по незавершённым работам», 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)». По дебету указанных счетов учитывают расходы, а по кредиту – их списание. По окончании месяца учтенные на собирательно-распределительных счетах (25, 26, 28, 97) затраты списывают на

счета основного и вспомогательного производств. С кредита счетов 20 «Основное производство» и 23 «Вспомогательные производства» списывают фактическую себестоимость выпущенной продукции (работ, услуг). Сальдо этих счетов характеризует величину затрат на незавершенное производство.

В зависимости от организации и технологии производства, вида и ассортимента производимой продукции, применяются различные методы учета затрат и калькулирование фактической себестоимости. Основными методами учёта затрат на производство являются:

Таблица 2 – Методы учета затрат на производство

Метод	Описание метода
Показанный	В основном используется на мелкосерийных производствах, где каждая единица затрат отличается от любой другой, и в качестве объекта учета выбирается конкретный заказ
Попередельный	Используется в основном на крупносерийных производствах. Учет затрат производят сначала по переделам, после чего их распределяют по конкретным изделиям
Попроцессный	Этот метод применяется в тех случаях, когда практически невозможно установить расходы, связанные с отдельными единицами затрат, так как готовая продукция получается в результате последовательной переработки сырья в одном или нескольких циклах. Используется для установления средней себестоимости партии одинаковых единиц затрат за период времени. Затраты на производство при нём учитывают по отдельным стадиям производственного процесса
Нормативный	Используется на предприятиях с широким ассортиментом выпускаемых товаров. Учет затрат на производство ведется с использованием нормативов с обязательным выявлением и учетом причин отклонений от них для дальнейшего анализа и предупреждения этих причин при работе
Котловой	Учет производственных затрат производится исходя из расходов, совершенных предприятием в целом за отчетный период. Данный метод часто используется в организациях, выпускающих один вид продукции.

Методы учета затрат могут применяться в сочетании, например, отличающиеся по объекту учета попередельный, показанный, попроцессный методы могут применяться одновременно с одним из методов, характеризующих учет полноты затрат (по прямым затратам или полной себестоимости). Выбранные методы учёта затрат на производство в организации должны быть обоснованы, обязательно определяться нормативными документами, отраслевыми инструкциями и методическими рекомендациями, а также быть закреплены бухгалтером в учетной политике предприятия.

Обязательному отражению в учетной политике также подлежат способы распределения косвенных затрат между конкретными позициями товаров, произведенных работ или оказанных услуг.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что процесс производства непосредственно связан с возникновением соответствующих ему затрат, которые формируют себестоимость произведённой продукции, работ, услуг. Без организации четкой и слаженной учетной системы невозможно получить полную и достоверную информацию о расходах, адекватно построить систему ценообразования, контролировать рациональное использование ресурсов. Учет затрат бухгалтером должен производиться в строгом соответствии с нормативными документами, быть своевременным, полным и достоверным.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 23.03.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.03.2024) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 20.03.2024)
2. Приказ Минсельхоза России от 13.06.2001 N 654 "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций агропромышленного комплекса и

Методических рекомендаций по его применению" [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 20.03.2024)

3. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 20.03.2024)

4. Кесян С.В., Чеснюк А.А. Методика учета затрат на производство продукции растениеводства в сельскохозяйственных организациях // Деловой вестник предпринимателя. 2021. №3 (5). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-ucheta-zatrat-na-proizvodstvo-produktsii-rastenievodstva-v-selskohozyaystvennyh-organizatsiyah> (дата обращения: 30.03.2024).

5. Бердичевская В.О. Учет затрат на производство и реализацию продукции и калькулирование себестоимости продукции: учебник для вузов / В.О. Бердичевская. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 146 с.

6. Шадрина Г.В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник и практикум для вузов / Г. В. Шадрина, Л. И. Егорова. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 429 с.

УДК 339.56.055

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ

*Доброходова Е.А., Башкирова Н.В., бакалавры 3-го курса
Научный руководитель: Витютина Т.А., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В статье проведено исследование динамики экспорта и импорта в России за 3 года. Авторами проанализирована внешнеторговая товарная структура России за 2 года, влияние санкций на её изменение и перспективы развития международных связей.

Ключевые слова: экспорт и импорт, сальдо торгового баланса, антироссийские санкции, торговые отношения.

FOREIGN TRADE IN RUSSIA

*Dobrohodova E.A., Bashkirova N.V., bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: T.A. Vityutina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The article examines the dynamics of exports and imports in Russia over 3 years. The authors analyzed the foreign trade commodity structure of Russia for 2 years, the impact of sanctions on its change and the prospects for the development of foreign trade relations.

Key words: export and import, trade balance, anti-Russian sanctions, trade relations.

В современных реалиях, когда глобализация мировой экономики обеспечивает значительное воздействие на экономику стран, закрепляются интернациональные рыночные отношения. Интернациональные рыночные отношения – совокупность рыночных отношений, которые складываются между субъектами мирового рынка [3]. Они осуществляются в виде международной торговли, которая представляет собой совокупность внешнеторговых связей всех стран мира. На данный момент времени внешняя торговля России претерпевает множество преобразований от изменения логистических цепочек до прекращения или сокращения сотрудничества в разных сферах международной торговли. Для более наглядного представления об изменениях во внешней торговле России рассмотрим динамику объёмов экспорта и импорта за последние три года в таблице 1.

Таблица 1 – Внешняя торговля Российской Федерации за январь-сентябрь 2020-2022 годов (млрд. долларов США)

	2020г. январь-сентябрь	2021г. январь-сентябрь	2022г. январь-сентябрь
Экспорт	242,2	343,8	431
Импорт	165,5	213,5	180
Сальдо торгового баланса	76,8	130,3	251

Анализ таблицы 1 показал, что экспорт в стоимостном выражении в 2022 году за январь-сентябрь составил 431 миллиардов долларов США, что приблизительно в 1,25 раз больше, нежели в январе-сентябре 2021 года. Рост объёма экспорта в 2022 году объясняется ростом цен на

энергоносители. Импорт за 9 месяцев 2022 года составил 180 млрд. долларов США, что примерно на 16% ниже показателя 2021 года. Снижение импорта связано с антироссийскими санкциями, которые привели к снижению объёмов поставок и увеличению издержек в сфере логистики. Профицит торгового баланса в 2022 году вырос на 92,6 % по сравнению с прошлым годом [5].

Из таблицы видно, что экспорт в январе-сентябре 2022 года вырос почти в 2 раза по сравнению с 2020 годом: с 242,2 млрд. долларов США в 2020 году до 431 млрд. долларов США в 2022 году (на 78%). Несмотря на уменьшение импорта в нынешнем году по сравнению с прошлым годом, импорт также имеет тенденцию к повышению: с 165,5 млрд. долларов США в 2020 году до 180 млрд. долларов США в 2022 году (на 8,8%). Также стоит отметить рост профицита торгового баланса в 3 раза: с 76,8 млрд. долларов США два года назад до 251 млрд. долларов США в 2022 году (на 226,8%). Каждый год за анализируемый период экспорт превалирует над импортом, то есть с 2020 по 2022 год сохраняется положительное сальдо торгового баланса. Данные таблицы показывают, что продукция, производимая в России, востребована за границей, такой вывод можно сделать исходя из положительного сальдо торгового баланса. Также рост сальдо торгового баланса с каждым годом говорит об укреплении национальной экономики. С другой стороны, невысокие показатели импорта говорят о том, что население не может себе позволить импортные товары, а в 2022 году обостряется ситуация возрастанием цен на импортные товары в связи с антироссийскими санкциями.

Чтобы детальнее рассмотреть внешнюю торговлю России необходимо проанализировать состав экспорта и импорта по видам продукции за минувшие 2 года, изображённый на рисунках 1, 2, 3, 4.

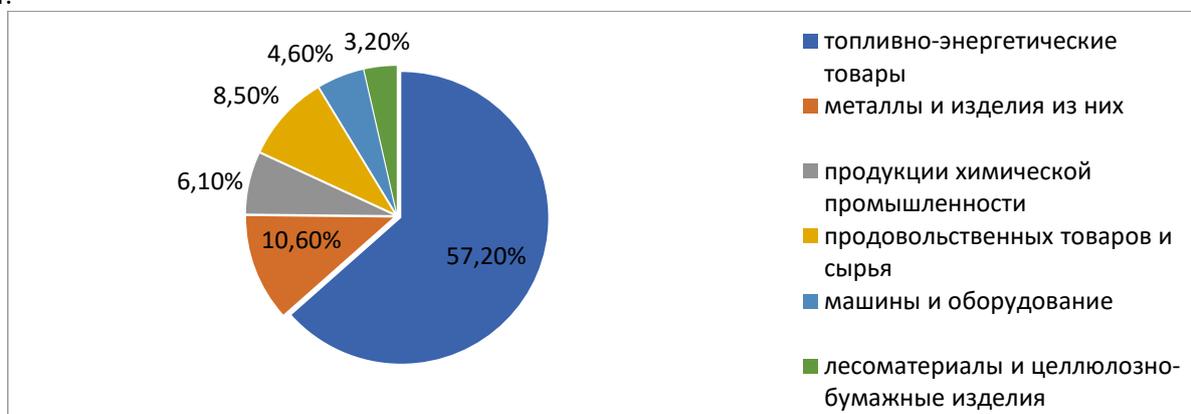


Рисунок 1. Товарная структура экспорта России за январь 2021 года

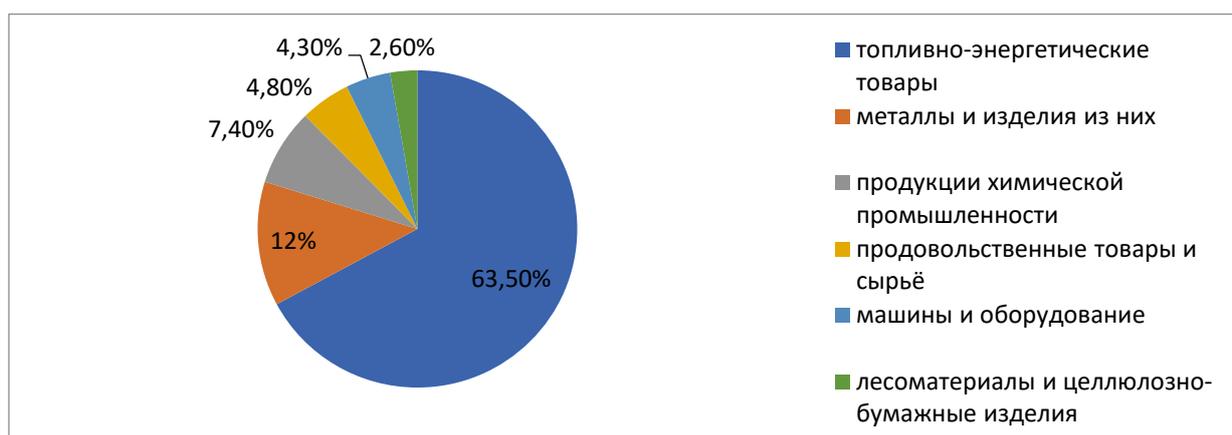


Рисунок 2. Товарная структура экспорта России за январь 2022 года

Оценка рисунков 1-2 показала, что доля топливно-энергетических товаров в экспорте России за январь 2022 года стала больше на 6,3% по сравнению с показателями января 2021 года, увеличилась и доля продуктов химической индустрии в нынешнем году на 1,3%, доля металлов, а также продукции с их использованием на 1,4%. Однако в текущем году уменьшилась доля лесоматериалов, а также целлюлозно-бумажных изделий на 0,6%, а также продовольственных товаров и сырья на 3,7%, машин и оборудования на 0,3%. Сокращение доли лесоматериалов, а также целлюлозно-бумажных изделий разъясняется внедрением Евросоюзом 5-ого пакета санкций: был установлен запрет на вывоз абсолютно всех ключевых категорий продуктов лесной промышленности

в государства Евросоюза. Кроме того, в Россию перестали поставлять некоторые товары, которые используются при производстве целлюлозно-бумажных изделий. Снижение доли продовольственных товаров и сырья произошло из-за проблем с логистикой, так как большинство маршрутов перевозки продовольственных товаров сейчас недоступны. Снижение доли машин и оборудования связано со снижением импорта иностранной техники и комплектующих, необходимых для производства данных товаров. Однако все изменения в товарной структуре экспорта России носят не глобальный характер благодаря стимулированию деятельности в сфере промышленности, в том числе благодаря финансовой и имущественной поддержке в области внешнеэкономической деятельности предприятий, осуществляющих экспорт продукции [2].

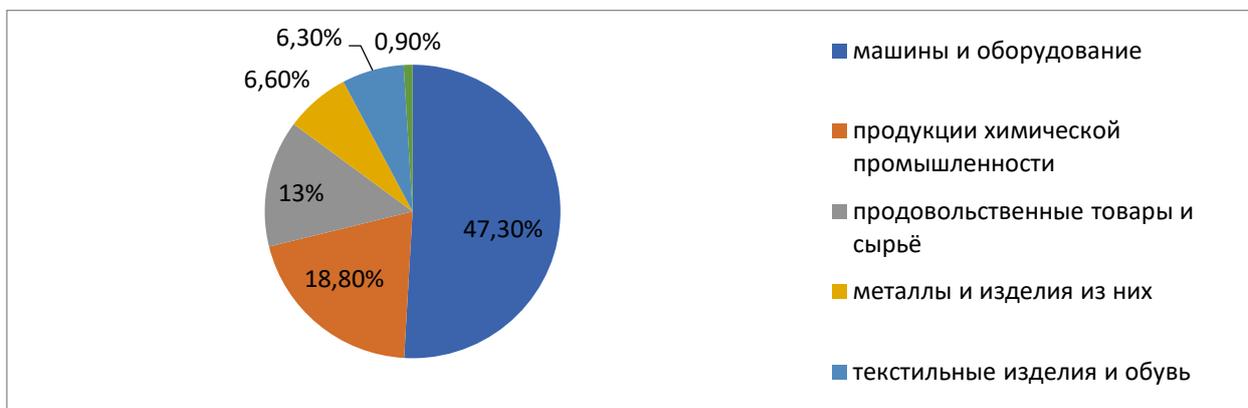


Рисунок 3. Товарная структура импорта России за январь 2021 года

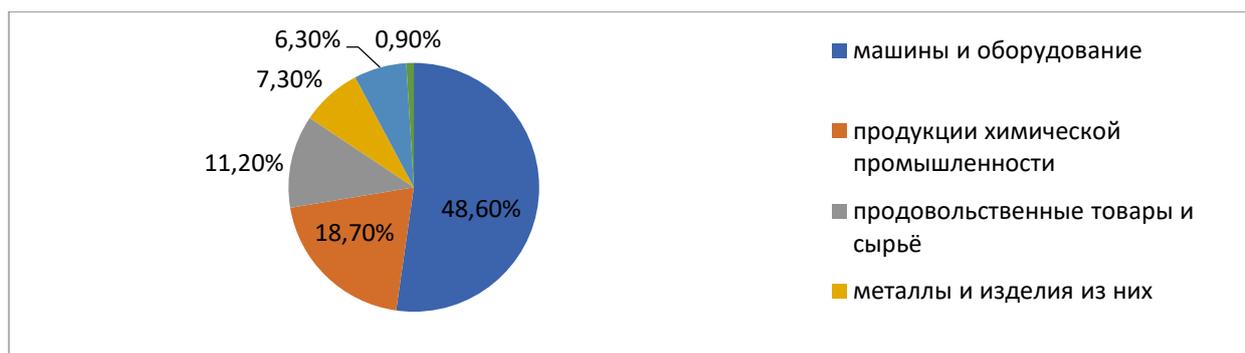


Рисунок 4. Товарная структура импорта России за январь 2022 года

Анализ рисунков 3, 4 показал, что значительных изменений в импорте за январь 2022 года по сравнению с январём 2021 года не произошло. Доля машин и оборудования выросла на 1,3%, металлов, а также продуктов с их использованием на 0,7%. Снизилась доля продовольственных товаров и сырья на 1,8%, продуктов хим. индустрии на 0,1%. Остались неизменными доля текстильных изделий и обуви и доля топливно-энергетических товаров. Частичного обхода санкций в части импорта удалось добиться «параллельным» импортом. «Параллельный» импорт – введение в гражданский оборот товаров, защищенных товарным знаком, посредством импорта без разрешения правообладателя в страну, не предназначенную для его распространения [1].

Для выявления внешнеторговых связей следует обратиться к данным по товарообороту за последние 2 года, представленных на рисунках 5, 6.



Рисунок 5. Товарооборот на январь 2021 года в процентах

Из этой диаграммы видно, что Китай имеет самый большой процент товарооборота с Россией (19,85%), на втором месте Германия (7,09%), а на третьем месте – Беларусь (5,34%) [4].



Рисунок 6. Товарооборот на январь 2022 года в процентах

На этой диаграмме мы видим товарооборот России в процентах. Мы видим, что Китай остается лидером по товарообороту с Россией, имея самый большой процент, который незначительно уменьшился по сравнению с прошлым годом (на 1,04%), на втором месте в процентном соотношении по-прежнему остается Германия, которая увеличила товарооборот с Россией по сравнению с прошлым годом (на 0,33%), а на третьем месте – Нидерланды. Они заметно увеличили свой товарооборот с Россией по сравнению с прошедшим годом (на 2,33%). Делая выводы, можно сказать, что экспорт и импорт товаров в России увеличился с 2021 в 2022 соответственно на 25% и 16%. Сальдо торгового баланса так же увеличилось и в 2022 году составило 251 млрд долл. Это подтверждает, что экономика в России, несмотря на санкции продолжает развиваться. При рассмотрении товарооборота России с другими странами так же можно сказать, что он имеет тенденцию к увеличению. В период с 2021 года по 2022 год товарооборот увеличился на 18656 млрд. долл. Это указывает на то, что российская продукция востребована в различных странах мира.

Библиографический список

1. Вестник Российской таможенной академии: научный журнал. Москва: Изд-во Российской таможенной академии, 2017. № 3. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1853292>
2. Витюткина Т.А. Стимулирование развития промышленности в России // Калужский экономический вестник. 2017. № 4. Режим доступа- <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35435759>
3. Коваленко Л. В. Основы экономики и предпринимательства: учебно-методическое пособие / Л. В. Коваленко, Д.Г. Кочергин, В.А. Логачев. Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2021. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/200867>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: [Федеральная служба государственной статистики \(rosstat.gov.ru\)](https://rosstat.gov.ru)
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. Режим доступа: [Федеральная таможенная служба \(customs.gov.ru\)](https://customs.gov.ru)

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Гордеева М.Д., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: **Костина О.И.** к.э.н профессор
Калужский филиал Финансового университета Калуга

Аннотация: В эпоху, когда глобальные санкции накладывают ограничения на торговые и финансовые операции, коммерческие организации сталкиваются с проблемами в поддержании эффективных систем бухгалтерского учета и информации. В этой статье исследуются инновационные стратегии, которые организации могут принять для улучшения своих учетных и информационных систем в условиях санкций. Используя технологические достижения, внедряя надежные системы внутреннего контроля и формируя культуру соблюдения требований, организации могут преодолевать сложности работы в санкционированной среде, обеспечивая при этом прозрачность, эффективность и соответствие нормативным требованиям.

Ключевые слова: инновации, учетно-информационная система, коммерческие организации, санкции, развитие, эффективность, экономическая нестабильность.

INNOVATION APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF ACCOUNTING AND INFORMATION SYSTEM IN COMMERCIAL ORGANISATIONS IN THE CONDITIONS OF SANCTIONS

Gordeeva M.D., bachelor degree of the 3rd year

Supervisor: **Kostina O.I.** Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: In the era when global sanctions impose restrictions on trade and financial operations, commercial organisations face problems in maintaining effective systems of accounting and information. This article explores innovative strategies that organisations can adopt to improve their accounting and information systems in the face of sanctions. By leveraging technological advances, implementing robust internal control systems and building a culture of compliance, organisations can overcome the challenges of operating in a sanctioned environment while ensuring transparency, efficiency and compliance.

Keywords: innovation, accounting and information system, commercial organisations, sanctions, development, efficiency, economic instability.

В условиях санкций, которые могут быть введены недружественными государствами в ответ на различные политические события или другие действия, возникают серьезные вызовы для коммерческих организаций. Санкции могут привести к ограничению доступа к капиталам, технологиям и рынкам, что затрудняет бизнес-процессы и требует адаптации к новым условиям.

В этом контексте учетно-информационная система становится ключевым инструментом для эффективного управления бизнесом и принятия стратегических решений.

Развитие учетно-информационной системы включает в себя не только обеспечение надежности и достоверности финансовой отчетности, но и использование инновационных подходов для оптимизации процессов, улучшения аналитики и управленческой отчетности. В условиях санкций, когда связи с зарубежными партнерами могут быть ограничены, важно иметь надежную и современную учетно-информационную систему, способную обеспечить эффективное внутреннее управление и контроль за финансовой деятельностью. Инновационные подходы к развитию учетно-информационной системы, такие как внедрение цифровых технологий, автоматизация процессов и улучшение аналитических возможностей, могут повысить конкурентоспособность и устойчивость организаций в условиях санкций.

Рассмотрим какие существуют инновационные подходы к автоматизации учета в организации и их применение в России:

1. Роботизация или RPA (Robotic Process Automation) с помощью данного метода можно упростить выполнения однообразных задач в бухгалтерском учете компании.

Такие роботы могут интегрироваться в платформу 1С: Предприятие и выполнять функции сразу нескольких сотрудников. Программа позволяет существенно сократить издержки предприятия и повысить эффективность

PIX RPA и Robin - это две популярные бухгалтерские программы, разработанные для использования на российском рынке. PIX RPA и Robin предлагают решения в области роботизации процессов и автоматизации задач в области бухгалтерского учета.

PIX RPA предлагает интегрированную платформу для роботизации бизнес-процессов, которая позволяет значительно упростить выполнение рутинных операций в бухгалтерии компании. Эта программа может быть интегрирована с другими системами и позволяет выполнять функции нескольких сотрудников одновременно, что повышает эффективность работы и снижает издержки предприятия.

Robin, в свою очередь, предлагает инновационные решения в области бухгалтерского учета с использованием искусственного интеллекта. Эта программа способна анализировать данные, принимать решения и автоматизировать процессы работы бухгалтеров. Robin помогает оптимизировать расходы и повысить эффективность бухгалтерских операций.

2. Искусственный интеллект (ИИ) – набор программных алгоритмов, позволяющий имитировать ряд функциональных возможностей человеческого мозга в динамической вычислительной среде.

Использование искусственного интеллекта (ИИ) в учетно-информационных системах коммерческих организаций в России является актуальным и перспективным направлением развития. ИИ может значительно улучшить процессы учета, анализа и отчетности благодаря своим способностям к автоматизации и аналитике.

Как же может использоваться ИИ в автоматизации бухгалтерского учета в организациях?

ИИ позволяет автоматизировать ввод и обработку данных, минимизируя ручную работу бухгалтеров и уменьшая вероятность ошибок.

ИИ способен анализировать большие объемы данных и помогать в прогнозировании финансовых показателей, определяя тенденции и предлагая рекомендации для принятия решений.

ИИ может помочь в создании персонализированных стратегий управления финансами, анализируя данные о предпочтениях и поведении потребителей.

ИИ может помочь в обнаружении подозрительных транзакций и поведения, что поможет в предотвращении финансовых мошенничеств.

Например, на российском рынке существует система автоматического анализа и распознавания документов - Smart Document Engine. Система предназначена для автоматизации обработки и оцифровки бумажных документов, документооборота и оптимизации процессов массового ввода документов. Smart Document Engine позволяет быстро и надежно распознавать текстовые и иные данные первичных, деловых, уставных, бухгалтерских, налоговых, нотариальных, юридических, страховых и банковских документов, а также типовых анкет и форм строгой отчетности.

3. Блокчейн - это технология распределенного реестра, которая позволяет хранить данные в виде блоков, связанных друг с другом цепочкой. В учетно-информационных системах блокчейн может быть использован для поддержки различных процессов, таких как учет финансовых операций, мониторинг складских запасов, управление договорами и документами, а также верификация личности и подписывание договоров. В России использование блокчейн технологии в учетно-информационных системах коммерческих организаций уже начинает набирать популярность.

Одним из примеров использования блокчейна в учетно-информационных системах коммерческих организаций в России является проект "Цифровой склад" компании "Белуга Дженерал Логистикс". Этот проект был запущен совместно с компанией IBM и НП "Ассоциация цифровой экономики".

"Цифровой склад" представляет собой систему учета и отслеживания продуктов на всем пути их движения от производителя до потребителя с использованием технологии блокчейн.

Блокчейн используется для создания цифрового двойника для каждого продукта, что позволяет фиксировать все его движения, состояние и условия хранения в режиме реального времени. Такая система позволяет повысить прозрачность и контроль над цепочкой поставок, исключить возможность фальсификации продуктов, быстро реагировать на любые проблемы в цепочке поставок и повысить доверие потребителей к качеству продукции. Благодаря использованию блокчейна, "Цифровой склад" улучшает эффективность учета и сокращает издержки коммерческой организации.

В условиях санкций, важно предпринимать инновационные подходы к развитию учетно-информационной системы коммерческих организаций для обеспечения устойчивости и эффективности бизнеса. Применение современных технологий, таких как искусственный интеллект,

автоматизация процессов и анализ данных, позволяет повысить качество учета, сократить издержки и риски, а также поддерживать конкурентоспособность на рынке.

Инновационные подходы к развитию учетно-информационной системы способствуют улучшению прозрачности и надежности финансовой отчетности, оптимизации управленческих решений и повышению эффективности финансово-экономической деятельности организации.

Таким образом, внедрение инновационных подходов в учетно-информационной системе коммерческой организации в условиях санкций является важным шагом к развитию бизнеса и обеспечению его устойчивости в современных экономических условиях.

Библиографический список

1. Попов А.Ю. Опыт применения, проблемы и перспективы внедрения цифровых технологий в отечественном бизнесе / А.Ю. Попов, А.А. Малыгина. // E-FORUM. 2020. № 3 (12). С. 12.

2. Скворцова Е.В. Методические подходы к информационному обеспечению инновационной деятельности экономических систем : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е.В. Скворцова. Нижний Новгород, 2021. 153 с.

3. Изотов А.В. Налоговые правоотношения в условиях цифровизации: современное состояние и перспективы развития : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04 / А.В. Изотов. Москва, 2021. 283 с.

4. Попов А.Ю. Инновационные подходы к цифровизации бухгалтерского учета / А.Ю. Попов, А.М. Резаева. 2023. Т. 14, № 1. С. 11–20.

УДК 336

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ К НОВЫМ РЕАЛИЯМ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Дмитрук А.А. бакалавр 1 курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Санкции являются одним из инструментов внешней политики государств и могут оказывать существенное влияние на деятельность хозяйствующих субъектов, особенно в международном контексте. В статье представлено влияние санкций на функционирование коммерческих организаций и стратегии адаптации хозяйствующих субъектов к новым экономическим условиям.

Ключевые слова: санкции, санкционная политика, коммерческие предприятия, стратегии адаптации.

FEATURES OF ADAPTATION OF THE ACCOUNTING AND INFORMATION SYSTEM IN COMMERCIAL ENTERPRISES TO THE NEW REALITIES OF THE SANCTIONS POLICY

Dmitruk A.A. bachelor's degree of the 1st year

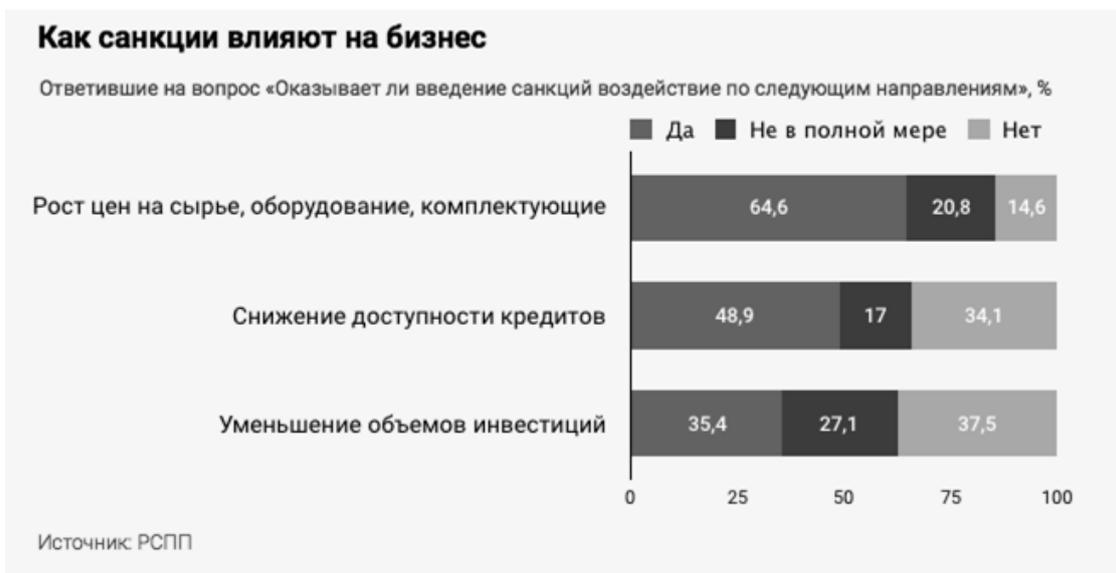
*Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. Sanctions are one of the instruments of foreign policy of states and can have a significant impact on the activities of firms, especially in the international context. The article presents the impact of sanctions on the functioning of commercial organizations and strategies for adapting firms to new economic conditions. Also at the end of the article, statistics "How companies coped with the introduction of sanctions" are presented, allowing you to better understand the percentage of companies' adaptation.

Keywords: sanctions, sanctions policy, commercial enterprises, adaptation strategies.

Санкции – меры, принимаемые одной страной против другой в целях наказания за нарушение международных норм и договоренностей. Они могут включать в себя запреты и ограничения на торговлю, финансовые операции, поставки товаров и услуг, а также на выдачу виз и другие виды сотрудничества. Санкции и санкционная политика имеют серьезное влияние на деятельность коммерческих организаций, в первую очередь, потому что они могут привести к существенным ограничениям в доступе к рынкам и ресурсам. В результате этого компании могут столкнуться с уменьшением объемов продаж, потерей клиентов, ухудшением финансового положения и даже банкротством.

Ниже приведена статистика, как санкции повлияли на бизнес.



Из нее следует, что по большей мере на бизнес повлияли рост цен на сырье, оборудование и комплектующие, снижение доступности кредитов. Также можно выделить, что санкции могут повлиять и на репутацию компании, и ее бренд. Это проявляется в том, что санкции ведут к снижениям объемов продаж, вследствие чего финансовое состояние компании падает. И в результате этого компания теряет доверие со стороны клиентов, партнеров и инвесторов. Реакция компаний на санкции может быть различной и зависит от ее размеров, отрасли, стратегии и рисков. Некоторые компании могут попытаться адаптировать свою деятельность. Например, переключиться на зарубежных поставщиков, а не на российских, и сократить издержки. Или же изменить рынки сбыта. Другие же могут принять более радикальные меры, такие как закрытие бизнеса или пересмотр стратегии развития.

В связи с вышеперечисленным, компании вынуждены адаптировать свою деятельность к новым условиям, чтобы минимизировать потенциальные убытки и сохранить конкурентоспособность. Благодаря результатам факторного анализа компаний можно выделить 4 основных стратегий адаптации фирм к новым реалиям санкционной политики. Первой стратегией адаптации фирм к санкционному «шоку» является рестрикционные меры. Они включают в себя сокращение издержек, инвестиций, кадров и выпускаемой продукции. Сокращение издержек позволяет снизить затраты на производство и управление предприятием. То есть фирма может уменьшить затраты на аренду помещения, маркетинговые расходы и другое. Это позволяет компенсировать потери от санкций. Сокращение инвестиций позволяет высвободить дополнительные финансовые ресурсы, которые можно использовать на другие цели. Сокращение кадров также может быть необходимым шагом в условиях санкций, чтобы снизить затраты на заработную плату и сохранить финансовую устойчивость фирмы.

Вторая стратегия адаптации фирм – это инновационные меры. Инновационная стратегия предполагает постоянное развитие и внедрение новых продуктов, технологий и методов работы. Основой является поиск новых идей, их анализ и преобразование в конкретные продукты или услуги. К основным принципам данной стратегии можно отнести непрерывное исследование и разработка новых продуктов, активное внедрение цифровых технологий для повышения производственных мощностей и постоянное обучение сотрудников, и стимулирование их креативности и критического мышления. Разработка новых продуктов позволяет компании быть конкурентоспособной на рынке, привлекать новых клиентов и удерживать старых. Компаниям выгодно отправлять своих сотрудников на стажировки, профессиональные тренинги и курсы повышения квалификации. Обучение сотрудников, как и их мотивация, позитивно влияет на бизнес-результаты. Так, происходит снижение текучести кадров. Компания начинает расти, благодаря большому количеству инноваций и замотивированных работников.

Третья стратегия связана с изменением направления инвестирования и упрощение выпускаемой продукции. Изменение направлений инвестирования означает пересмотр стратегии развития компании и перенаправление инвестиций в более прибыльные и перспективные направления. Упрощение выпускаемой продукции включает в себя улучшение производственных процессов, оптимизацию ассортимента продукции и увеличение эффективности производства. Например,

компания может решить упростить дизайн или улучшить упаковку продукции для снижения себестоимости и увеличения прибыли.

Четвертая стратегия включает в себя изменение входных каналов поставок, а также изменения в управленческой и логистической сферах. Изменение входных каналов заключается в том, чтобы компания пересмотрела своих поставщиков и способы доставки товаров или услуг. Это может включать в себя пересмотр условий контрактов, поиск новых поставщиков с более выгодными условиями или пересмотр способов доставки товаров. Изменения в управленческой сфере означают пересмотр структуры компании. Это может быть изменения в организационной структуре, внедрение новых процессов управления или обучение сотрудников для адаптации к новым условиям работы. Что касается логистической сферы, компания может оптимизировать процессы доставки и распределения товаров.

Каждая стратегия по-своему важна и имеет свои последствия. Так, результатом первой стратегии является сохранение финансовой устойчивости фирмы. Вторая же стратегия позволяет компании идти в ногу со временем и быстро адаптироваться к быстро изменяющейся ситуации на рынке. Третья – дает возможность улучшить свою конкурентоспособность и обеспечить стабильный рост бизнеса. А успешная реализация четвертой стратегии может привести к улучшению экономических показателей компании и укрепить ее позиции на рынке.

Если рассматривать компании в 2022 году, то большинство из них пользовались рестрикционной и инновационной стратегиями. Но некоторые компании реализовались при помощи государства. Исследования показали, что рестрикционные меры сочетаются с негативными оценками влияния санкций, а инновационные меры, наоборот. Экономисты утверждают, что невозможно уверенно судить какая из стратегий несет позитивные оценки для всех фирм в условиях санкционного шока. Также они полагают, что компании выбирают одну из стратегий в соответствии со своей конкурентоспособностью и экспортной активностью. При этом компании-экспортеры столкнулись бы с серьезными негативными последствиями в результате санкций, такими как ограничение доступа к внешним рынкам и необходимым импортным товарам. Однако, эти же компании более гибкие и быстро реагируют на санкционный шок. Таким образом, лучше подготовленными к реализации стратегии развития оказались фирмы, которые активно внедряли инновации и занимались экспортом.

В 2022 году эксперты провели опрос среди представителей российского бизнеса, как именно на них повлияли санкции и как они справились после их введения. 55,4% опрошенных предпринимателей полностью адаптировались или продолжают адаптироваться. Цифры сильно разнятся, так как предпринимателей, которым пришлось полностью закрыть бизнес, около 6%. 30,4% заявили, что они контролируют бизнес, но выручка очень сильно упала. И 9% держат под контролем и бизнес, и выручку. Таким образом, особенности адаптации фирм к условиям санкций требуют от бизнеса гибкости и инноваций. Компании, которые успешно приспосабливаются к новым условиям, имеют больше шансов выжить и процветать в сложных экономических условиях. Важно оценивать риски, разрабатывать адекватные стратегии и быть готовыми к изменениям в любой момент. Только такие компании смогут оставаться конкурентоспособными и успешными в условиях санкций.

Библиографический список

1. Кузык М.Г., Стратегии адаптации российских компаний к санкциям / М.Г. Кузык, Ю.В. Симачев. 2023. С. 175-177.
2. Черненко В.А. Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / В.А. Черненко, Н. Ю. Шведова. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 465 с.

УДК 336.225.3

УПРАВЛЕНИЕ ЧИСТЫМ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Дьякова Т.И., Степанян Я.С., магистранты 1-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В. Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: Статья посвящена вопросам управления чистым оборотным капиталом в коммерческих организациях в условиях санкций. Рассматриваются структура чистого оборотного капитала, факторы, влияющие на его формирование и использование, а также методы управления им. Приводится пример успешной стратегии управления чистым оборотным капиталом для организации, испытывающей влияние санкций.

Ключевые слова: оборотный капитал, чистый оборотный капитал, анализ ОБ, коэффициенты, рентабельность.

MANAGING NET WORKING CAPITAL IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS UNDER SANCTIONS

Dyakova Tatyana Igorevna 1st year undergraduate student,
Stepanyan Yana Samvelovna 1st year undergraduate student,
Scientific supervisor: *Erokhina Valentina Nikolaevna* Ph.D. Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article is devoted to the management of net working capital in commercial organizations under sanctions. The structure of net working capital, factors influencing its formation and use, as well as methods of managing it are considered. An example of a successful net working capital management strategy for an organization affected by sanctions is given.

Keywords: working capital, net working capital, cost analysis, coefficients, profitability.

Управление оборотным капиталом относится к стратегиям и методам, которые компании используют для мониторинга и использования своих текущих ликвидных активов для максимальной операционной эффективности и выполнения краткосрочных финансовых обязательств. Надлежащее управление оборотным капиталом имеет важное значение для обеспечения стабильного денежного потока.

Определенные балансовые счета более важны при рассмотрении управления оборотным капиталом. Хотя для управления оборотным капиталом часто требуется сравнение всех текущих активов с текущими обязательствами, есть несколько счетов, которые более важны для отслеживания.

Оборотный капитал равен текущим активам компании за вычетом ее текущих обязательств. Он представляет операционную ликвидность, доступную для ведения повседневной хозяйственной деятельности. Некоторые ключевые компоненты включают:

Денежные средства и их эквиваленты: Включают наличные деньги, сберегательные счета, обращающиеся ценные бумаги и другие активы, которые можно быстро конвертировать в наличные. Это обеспечивает наиболее ликвидный капитал. Управление денежными средствами организации включает в себя управление денежными потоками через прогнозирование и мониторинг.

Запасы: сырье, незавершенное производство и непроданная готовая продукция. Важно контролировать количество запасов на складе, чтобы не приходилось продавать всё по скидкам. Управление оборачиваемостью запасов имеет решающее значение для управления оборотным капиталом.

Дебиторская задолженность: денежные средства, причитающиеся клиентам за товары или услуги, предоставленные в кредит. Необходимо мониторить платежи клиентов и оптимизировать процесс взыскания. Это увеличивает оборотный капитал.

Эффективное управление оборотным капиталом включает мониторинг всех текущих активов и обязательств для оптимизации операционного цикла. Ключевые цели включают:

- Точная оценка потребности в оборотном капитале во время колебаний деловой активности;
- Сокращение количества дней просрочки продаж за счет улучшения процедур взыскания;
- Выгодных условиях оплаты у поставщиков;
- Поддержка оптимального уровня запасов для удовлетворения спроса без чрезмерных затрат на хранение;
- Использование программного обеспечения для управления запасами, чтобы более эффективно отслеживать оборот.

Таблица 1 – Виды капитала

Вид капитала	Определение
Оборотный капитал	Разница между текущими активами и текущими обязательствами.
Постоянный оборотный капитал	Ресурсы, необходимые компании для поддержания бизнеса. Это минимальный объем краткосрочных ресурсов, жизненно важных для операционной деятельности.
Регулярный оборотный капитал	Часть постоянного оборотного капитала. Ресурсы требуемые для ежедневных операций, является важнейшим компонентом оборотного капитала.

Резервный оборотный капитал	Ресурсы на случай чрезвычайных ситуаций, сезонности или непредсказуемых событий.
Переменный оборотный капитал	Часть оборотного капитала, которая изменяется в зависимости от объема производства и реализации продукции.
Валовой оборотный капитал	Общая сумма текущих активов бизнеса до выплаты краткосрочных обязательств.
Чистый оборотный капитал	Разница между текущими активами и текущими обязательствами

Оценка эффективности оборотного капитала определяется следующими показателями:

Рентабельность оборотного капитала (%) показывает, какую прибыль приносит каждый рубль, инвестированный в оборотный капитал. Чем выше этот показатель, тем эффективнее используются оборотные средства.

Рентабельность запасов (%) показывает, сколько прибыли приносит каждый рубль, вложенный в запасы товаров и сырья. Этот показатель важен для определения оптимального уровня запасов и минимизации издержек на хранение.

Рентабельность дебиторской задолженности (%) показывает, сколько дохода приносит каждый рубль дебиторской задолженности. Это помогает оценить эффективность работы с клиентами и выявить тех, кто задерживает оплату.

Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала (об) показывает, сколько раз за определенный период времени оборотные активы оборачиваются и превращаются в денежные средства. Чем выше значение этого коэффициента, тем быстрее происходит оборот капитала и тем меньше средств “заморожено” в запасах и дебиторской задолженности.

Оборачиваемость оборотного капитала в днях показывает, за сколько дней оборотные активы превращаются в денежные средства при условии, что длительность периода равна 360 дням. Чем меньше это значение, тем выше эффективность использования оборотного капитала.

Коэффициент загрузки характеризует степень использования оборотных средств. Он показывает, какая часть оборотного капитала используется для производства продукции или оказания услуг.

Коэффициент оборачиваемости денежных средств (об) отражает скорость оборота денежных средств. Чем выше это значение, тем быстрее денежные средства превращаются в товары и услуги, и наоборот.

Оборачиваемость денежных средств в днях показывает среднее количество дней, в течение которых денежные средства остаются в обороте. Чем ниже это значение, тем лучше используются денежные средства и тем меньше риск их потери [1].

Для примера проведем анализ оборотных средств для ООО «ПЗБМ». ООО «Полотняно-Заводская бумажная мануфактура» – это старейшее предприятие целлюлозно-бумажной промышленности России, а также канцелярской отрасли.

ПЗБМ сегодня – это 4 бизнеса, 4 направления развития:

- тарный картон: бумага для гофрирования (флутинг) и картон для плоских слоев (тест лайнер);
- гофропродукция: четырехклапанные ящики, сложная высечная упаковка, листовой 3- и 5-слойный гофрокартон;
- тетрадное направление: ученические, тетради общие, блокноты, альбомы, записные книжки и т.п.;
- бумажные пакеты: пакеты из макулатурного и целлюлозного сырья.

Основным направлением является производство тарного картона из макулатуры: доля в общем объеме составляет более 70%. За последние 10 лет мануфактура увеличила выпуск бумаги и картона для гофрирования более чем в 3 раза: в настоящее время выпуск составляет 70 тыс. тонн в год. Технологичность тарного картона обеспечивает эффективное использование мощностей современных линий по изготовлению гофротары. Мануфактура продолжает инвестировать в повышение качества продукции и соблюдения требований к охране окружающей среды.

ООО «ПЗБМ» входит в состав холдинга «Объединённые бумажные фабрики» и занимает 1 место на рынке макулатурного тарного картона по товарному выпуску. Продукция реализуется на всей территории РФ, а также экспортируется.[2]

При исследовании структуры оборотных средств вычисляют удельные веса основных составляющих оборотных средств в общей их стоимости. Для этого используется вертикальный

анализ. Зная долю каждой основной составляющей в оборотных активах, можно сделать определенные выводы об качестве управления ресурсами в компании. А для оценки динамики структуры используется горизонтальный метод. Все данные необходимые для использования этих методов и результаты вычислений предоставлены в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика состава и структуры оборотных активов ООО «ПЗБМ»

Показатель	2020 г.		2021 г.		2022 г.		2022 г. (%) к:	
	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	уд. вес	2020 г.	2021 г.
Оборотные активы	574769,00	100,00	790281,00	100,00	816848,00	100,00	142,12	103,36
в том числе:								
Запасы	256989,00	44,71	385537,00	48,78	483814,00	59,23	188,26	125,49
Дебиторская задолженность	287157,00	49,96	388884,00	49,21	323096,00	39,55	112,52	83,08
Финансовые вложения	0,00	0,00	0,00	0,00	2900000,00	355,02		
Денежные средства	18635,00	3,24	638,00	0,08	708,00	0,09	3,80	110,97
НДС по приобретенным ценностям	250,00	0,04	350,00	0,04	442,00	0,05	176,80	126,29
Прочие оборотные активы	11738,00	2,04	14872,00	1,88	8788,00	1,08	74,87	59,09

На основе данных бухгалтерского баланса можно сделать вывод, что большую часть составляют запасы, в 2022 году – 59,23%. В сравнении с 2019 годом показатель увеличился. Доля запасов в текущих активах зависит от специфики производственной деятельности. Достаточно большой запас может спасти организацию в случае неожиданной нехватки соответствующих запасов от прекращения процесса производства или покупки более дорогостоящих материалов – заменителей.

Значительная доля запасов может быть связано с:

1. Увеличение запасов в связи с планируемым повышением цен на них;
2. Планируемый рост объема производства;
3. Низкокачественное планирование закупок сырья и материалов.

Так же большую долю в оборотных активах составляет дебиторская задолженность. В 2021 году она составляла 49,21% . В 2022 она сократилась, из-за чего её объем в оборотных средствах снизился до 39,55%. Это свидетельствует о эффективной работе с покупателями и заказчиками.

В таблице можно отследить темпы прироста оборотных активов за последние года. Стоит обратить внимание на денежные средства, за исследуемый период их показатель сильно упал. Такие изменения влияют на ликвидность организации.

По итогу этого пункта была выявлена проблема большого объема дебиторской задолженности и запасов в составе оборотных активов.

Уровень эффективности и качества использования оборотного капитала компании выражается в показателях оборачиваемости оборотного капитала, а также в структуре оборотного капитала основных категорий, таких как запасы, денежные средства и дебиторская задолженность. Рентабельность оборотного капитала особенно является показателем, характеризующим эффективность использования оборотного капитала. Проведем анализ рентабельности и показателей оборачиваемости оборотного капитала в таблице 3.

Таблица 3 - Показатели рентабельности и оборачиваемости оборотного капитала ООО «ПЗБМ»

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Изменение 2022-2020гг	Изменение 2022-2021гг
Чистая прибыль, тыс.руб.	326000,00	389495,00	45046,00	-280954,00	-344449,00
Прибыль, тыс.руб.	23128,00	528325,00	156824,00	133 696,00	-371 501,00
Выручка, тыс.руб.	2158081,00	3789228,0	3478603,00	1320522,00	-310625,00

		0			
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.руб.	682525,00	803564,50	408495,06	-274029,94	-395069,44
Запасы, тыс.руб.	256989,00	385537,00	483814,00	226825,00	98277,00
Дебиторская задолженность, тыс.руб.	287157,00	388884,00	323096,00	35939,00	-65788,00
Денежные средства, тыс.руб.	18635,00	638,00	708,00	-17927,00	70,00
Рентабельность оборотного капитала, %	0,03	0,66	0,38	0,35	-0,27
Рентабельность запасов, %	0,09	1,37	0,32	0,23	-1,05
Рентабельность дебиторской задолженности, %	0,08	1,36	0,49	0,40	-0,87
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала, об	3,16	4,72	8,52	5,35	3,80
Оборачиваемость оборотного капитала, в днях	113,86	76,34	42,28	-71,58	-34,07
Коэффициент загрузки	0,32	0,21	0,12	-0,20	-0,09
Коэффициент оборачиваемости денежных средств, об	115,81	5939,23	4913,28	4797,47	-1025,95
Оборачиваемость денежных средств, в днях	3,11	0,06	0,07	-3,04	0,01
Чистый оборотный капитал, тыс.руб.	368 095,00	327 883,00	87 952,00	-280 143,00	-239 931,00
Рентабельность чистого оборотного капитала, %	0,06	1,61	1,78	1,72	0,17
Коэффициент оборачиваемости чистого оборотного капитала, об	0,17	0,09	0,03	-0,15	-0,06

Анализируя три основных показателя доходности организации – выручка, прибыль и чистая прибыль, по которым наблюдается снижение показателей. Выручка сократилась на 8% в 2022 году, это могло произойти из-за сокращения продаж или потери клиентов. Прибыль сократилась на 70%, падение может указывать на проблемы в бизнесе, такие как снижение продаж или увеличение затрат. Чистая прибыль сократилась на 88%, это отрицательный сигнал для возможных кредиторов и инвесторов компании.

Снижение показателя рентабельности оборотного капитала связано с уменьшением объема чистой прибыли, из-за чего в 2022 году рентабельность оборотного капитала составила 0,38%, что на 0,27 п.п. ниже, чем в 2021 году.

Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала зависит от выручки и от оборотных средств, если их сокращение происходит одновременно, то изменения в коэффициенте будут незначительными. В случае с ООО «ПЗБМ» можно заметить, что из-за резкого падения оборотных средств, количество оборотов увеличилось почти в 2 раза в 2022 году. Обратная динамика наблюдается в оборачиваемости оборотного капитала.

Рассмотрим динамику чистого оборотного капитала в периоде: Изменение ЧОК может свидетельствовать о различных тенденциях в финансовом состоянии компании. Если ЧОК увеличивается, это может указывать на улучшение финансового состояния, так как больше средств доступно для покрытия краткосрочных обязательств. Если же ЧОК уменьшается, это может быть признаком ухудшения финансового состояния и необходимости принятия мер по улучшению ситуации. В течении трех последних лет показатель сокращается. Поэтому организации необходимо принять меры по восстановлению прибыльности компании и увеличению капитала [3].

В условиях санкций управление чистым оборотным капиталом может быть затруднено из-за ограничений на доступ к финансовым рынкам, снижения инвестиций и изменения валютных курсов. Однако существуют методы, которые могут помочь организациям управлять своим чистым оборотным капиталом даже в таких условиях.

Одним из таких методов является оптимизация запасов. Организации могут сократить свои запасы, чтобы снизить текущие обязательства и улучшить ликвидность. Это может включать в себя более эффективное планирование закупок, улучшение системы управления запасами и сокращение ассортимента продукции.

Другой метод - управление дебиторской задолженностью. Организации могут попытаться улучшить сбор платежей от своих клиентов, используя различные стратегии, такие как установление более строгих условий оплаты, предложение скидок за быструю оплату и улучшение процесса взыскания задолженности.

Также важно контролировать кредиторскую задолженность, чтобы избежать просрочек платежей и ухудшения отношений с поставщиками. Организации могут использовать отсрочки платежей, переговоры о более благоприятных условиях оплаты и поиск альтернативных источников финансирования.

Наконец, организации должны планировать свой денежный поток и определять оптимальные источники финансирования. Это может включать использование внутренних источников финансирования, таких как амортизация и нераспределенная прибыль, или внешних источников, таких как кредиты, облигации и венчурный капитал.

Управление оборотным капиталом лежит в основе ведения бизнеса. Без достаточного капитала компания не в состоянии оплачивать счета, начислять заработную плату или инвестировать в рост. Компании могут лучше понять структуру своего оборотного капитала, анализируя коэффициенты ликвидности и гарантируя, что их краткосрочные потребности в денежных средствах всегда удовлетворяются.

В заключении стоит отметить, что управление оборотным капиталом требует мониторинга активов и обязательств компании для поддержания достаточного денежного потока для покрытия ее краткосрочных операционных расходов и краткосрочных долговых обязательств. В первую очередь это связано с управлением дебиторской и кредиторской задолженностью, товарно-материальными запасами и денежными средствами.

Основой управления оборотным капиталом является его анализ. В первую очередь это расчёт коэффициентов таких как: коэффициент оборотного капитала, коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности и коэффициент запасов. От управления чистым оборотным капиталом зависит движение денежных потоков компании и качество прибыли. С помощью эффективного использования ресурсов можно улучшить показатели в этих областях и повысить прибыльность компании. Стратегии управления ЧОК могут не реализоваться из-за колебаний рынка или могут принести в жертву долгосрочные успехи ради краткосрочных выгод.

Библиографический список

1.Коваленко, О.Г. Управление капиталом: электронное учебное пособие / О.Г. Коваленко, О.А. Евстигнеева. Тольятти : Изд-во ТГ, 2020.

2.Пресс-кит – ПЗБМ// URL: <https://пзбм.рф/press-kit>

3.Финансовая и бухгалтерская отчетность ООО 'ПЗБМ' (ИНН 4028051436).Баланс, прибыли и убытки ООО 'ПЗБМ'// Электронный ресурс: URL:<https://www.tinkoff.ru/business/contractor/legal/1124028003615/financial-statements/>

УДК 657.1

ФОРМЫ И ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Иващенко В.В., бакалавр 3-го курса,

*Научный руководитель: Н.Н. Губернаторова, к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В данной статье рассмотрены виды расчетов с поставщиками и подрядчиками, какими нормативными документами регулируются данные расчеты и значимость правильной постановки расчетов для организации.

Ключевые слова: расчеты, поставщики, подрядчики, бухгалтерский учет.

FORMS AND FEATURES OF ACCOUNTING FOR SETTLEMENTS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS

V.V. Ivashchenko, Bachelor of the 3rd year,

*Scientific supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: This article discusses the types of settlements with suppliers and contractors, which regulatory documents regulate these calculations and the importance of correct settlement for the organization.

Keywords: calculations, suppliers, contractors.

Актуальность темы данной статьи обусловлена тем, что учет расчетов с поставщиками и подрядчиками имеет важное значение для любого предприятия. Правильная организация расчетных операций обеспечивает устойчивость оборачиваемости средств организации, укрепление в ней договорной и расчетной дисциплины, а также ее финансового состояния.

В деятельности любого хозяйствующего субъекта присутствуют расчеты с поставщиками и подрядчиками за полученные материалы, товары, оказанные услуги и выполненные работы. Постоянно совершенствующийся кругооборот производственных процессов вызывает непрерывное возобновление расчетов, в числе которых основными выступают расчеты с поставщиками и подрядчиками. Качественная постановка бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками имеет большое значение для формирования финансовых результатов, а, следовательно, размера прибыли.

В Современном экономическом словаре под понятием «расчёт» понимают [3]: техническое исчисление показателя, уплата денег по обязательствам и документ, составленный на основе вычисления, расчёта.

Экономическая сущность расчётов состоит в перераспределении денежных ресурсов между участниками предпринимательских и иных отношений.

В соответствии со ст. 861 ГК РФ платежи на территории Российской Федерации осуществляются путем двух видов расчетов: наличных или безналичных [1]. При наличных расчетах совершается передача денежных средств в форме банкнот, а при безналичных – право на денежную сумму передается путем проведения записей по счетам и оформления соответствующих расчетных документов.

Указания Центрального Банка России устанавливают правила наличных расчетов в Российской Федерации в валюте Российской Федерации, а также в иностранной валюте с соблюдением требований валютного законодательства Российской Федерации, определяют порядок ведения кассовых операций с банкнотами и монетой Банка России (наличные деньги) на территории Российской Федерации. На сегодняшний день осуществление расчетов наличными денежными средствами значительно ограничено.

Система безналичных расчетов является совокупностью принципов, предъявляемых к ним требований, форм и способов расчетов. Безналичные расчеты совершаются с использованием различных форм, определенных ст. 862 ГК РФ, и представляют собой совокупность расчетных документов, методик платежа и определенного документооборота [1]. Обширному применению безналичных расчетов способствует разветвленная сеть банков, а также интерес государства в их формировании.

Выбор форм расчетов должен находиться под контролем банка для соблюдения установленных правил проведения платежей. Используемые формы безналичных расчетов представлены в таблице 1 [1,5].

Таблица 1 - Формы безналичных расчетов

Форма осуществления	Сущность операции
Платежное поручение	Поручение обслуживающему организацию банку о перечислении определенной суммы со своего счета.
Платежное требование	Требование поставщика к покупателю об уплате ему определенной суммы денег и зачисления ее на счет получателя средств
Аккредитив	Поручение банку совершить за счет средств, предварительно депонированных на счете плательщика, либо под гарантию банка оплату товарно-материальных ценностей по месту нахождения получателя средств на условиях, которые предусмотрены плательщиком в заявлении на открытие аккредитива
Инкассо	Банк (банк-эмитент) обязуется осуществить за счет клиента действия по получению от плательщика платежа и (или) акцепта платежа
Чек	Владелец счета (чекодатель) дает письменное распоряжение банку, который выдал расчетные чеки, об уплате указанной в чеке суммы денег получателю средств (чекодержателю)
Платежное	Условие поставщика к покупателю оплатить на основании направленных в

Форма осуществления	Сущность операции
требование-поручение	обслуживающий банк плательщика расчетных и отгрузочных документов стоимость поставленной по договору продукции, выполненных работ, оказанных услуг и по поручению плательщика списать средства с его счета
Вексель	Средство оформления коммерческого кредита, предоставляемого в товарной форме продавцами в виде отсрочки уплаты долга за проданный товар; Ценная бумага, содержащая обязательство векселедателя уплатить определенную денежную сумму векселедержателю независимо от оснований выдачи векселя
Банковские пластиковые карточки	Перечисление средств с одного счета на другой посредством национальной (международной) системы расчетов

Расчеты платежными поручениями выступает самой известной формой безналичных расчетов и широко распространены при расчетах по товарным и нетоварным операциям. Чаще всего ими оформляется предварительная оплата товаров или услуг.

Аккредитив представляет собой условное денежное обязательство, принимаемое банком по поручению приказодателя. Иными словами, аккредитив – открытый в банке специальный счет, который дает возможность зарезервировать находящуюся на нем сумму, при торговых отношениях.

Оплата инкассовых поручений проводится в бесспорном порядке (без распоряжения плательщика). Банк-эмитент, получивший поручение клиента, может привлекать для его выполнения другой исполняющий банк. Порядок осуществления расчетов по инкассо регулируется законом, банковскими правилами. Расчеты по инкассо осуществляются на основании платежных требований (оплата может производиться по распоряжению плательщика или без него) и инкассовых поручений (оплата производится в бесспорном порядке).

Чек представляет собой ценную бумагу, в которой содержится ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платеж указанной в нем суммы чекодержателю. Чекодатель – юридическое лицо, которое имеет денежные средства в банке и может распоряжаться ими путем выставления чеков. Особенностью осуществления расчетов с использованием чеков является невозможность отзыва чека до момента истечения его срока. Такой метод расчетов чаще всего используется при расчетах с транспортными компаниями.

Пластиковая карта представляет собой персонифицированный платежный инструмент, при помощи которого ее держатели могут осуществлять безналичные расчеты и получать наличные денежные средства. В зависимости от того, кто является владельцем счета, выделяют личные и корпоративные банковские карты.

Расчеты с поставщиками и подрядчиками представляют собой важный участок бухгалтерского учета, поскольку на финансовые результаты организации значительное влияние оказывает ее способность организовать своевременное обращение денежных средств.

«Начало сотрудничества организации со своими поставщиками и подрядчиками начинается с заключения между ними договора поставки, в котором, в соответствии с положениями действующего законодательства, в обязательном порядке должны быть представлены:

- реквизиты обоих заключивших договор сторон;
- сумма договора и срок, на который он был заключен;
- предмет договора (услуга, товар или работа);
- порядок и сроки оказания услуг, выполнения работ или поставки материальных ценностей;
- порядок осуществления документооборота и расчетов между сторонами договора, а также порядок проведения сверок взаимных расчетов;
- порядок начисления штрафных санкций по договору и урегулирования возникших разногласий между сторонами» [4].

Как правило, расчеты с поставщиками и подрядчиками осуществляют после выполнения заказных ими работ, получения услуг или отгрузки им товарно-материальных ценностей. Формы расчетов организации вправе выбирать самостоятельно, закрепляя свой выбор в заключенном договоре.

Под организацией процедуры бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками следует понимать систему взаимосвязанных элементов, которая, прежде всего, предполагает разработку документооборота; построение аналитического и синтетического учета, контроль за исполнением текущих обязательств перед поставщиками и подрядчиками.

Счет 60 в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета предназначен для обобщения информации о всех операциях, связанных с расчетами за приобретенные организацией материальные

ценности, выполненные работы и потребленные услуги вне зависимости от времени их оплаты [2]. Рассматриваемый счет может быть пассивным (отражаются задолженности организации) и активным (отражаются авансы, выданные поставщикам).

По кредиту счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» фиксируется стоимость всех принимаемых организацией к бухгалтерскому учету работ, услуг или товарно-материальных ценностей в корреспонденции со счетами учета соответствующих затрат, либо учета данных ценностей.

Основанием для записей по кредиту счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» служат выписанные поставщиками документы (накладные, акты выполненных работ, счета-фактуры) вне зависимости от того, каким образом принимаемые к учету ценности отражаются в аналитическом учете.

Нередко встречаются ситуации, когда поступившие от поставщика счета акцептуются и оплачиваются до фактического поступления в организацию товарно-материальных ценностей, а в процессе приемки на склад обнаруживается недостача, арифметические ошибки в счете, несоответствие цен договорным и т.п. В таких ситуациях счет 60 кредитуется на сумму несоответствия в корреспонденции со счетом 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты по претензиям». За неотфактурованные же поставки счет 60 кредитуется на величину стоимости товарно-материальных ценностей, исходя их договорных цен и условий.

По дебету счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» отражаются суммы оплаты счетов поставщиков (суммы исполнения перед поставщиками имеющихся у организации обязательств). К таким оплатам относятся также выданные авансы и суммы предварительной оплаты, в корреспонденции со счетами учета денежных средств.

Аналитический учет по счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» осуществляется отдельно по каждому полученному организацией от поставщиков счету. Важным моментом при организации аналитического учета является то, что представленные в нем данные должны обеспечивать пользователям возможность получения необходимых сведений.

Основная корреспонденция счетов по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Основные корреспонденции счетов по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками

Корреспондирующие счета		Содержание хозяйственной операции	Первичный документ – основание
Дебет	Кредит		
60	50,51,55	Перечисление авансов и оплаты промежуточных счетов поставщиков и подрядчиков	Платежное поручение, выписка банка, расходный кассовый ордер
60	50,51,55	Оплата счетов поставщиков и подрядчиков за товары (работы, услуги)	Платежное поручение, выписка банка, счет-фактура, расходный кассовый ордер
60, субсчет «Расчеты с поставщиками и подрядчиками по акцептованным и другим расчетным документам»	60, субсчет «Расчеты по выданным авансам»	Зачтен ранее выданный аванс	Акт приемки-передачи
60	62	Закрытие расчетов с поставщиками и подрядчиками по взаимозачету	Соглашение о взаимозачете
07,08,10,15,20, 23,25,26,29,44	60	Приобретение объектов основных средств, нематериальных активов, товарно-материальных ценностей и списание расходов стоимости принятых выполненных работ (потребленных услуг)	Договор, счет-фактура, акт выполненных работ
19	60	Отражены суммы НДС по приобретенным товарам (выполненным работам, оказанным услугам)	Счет-фактура
76	60	Отражены выставленные претензии	Акт-претензия к поставщику

Корреспондирующие счета		Содержание хозяйственной операции	Первичный документ – основание
Дебет	Кредит		
		поставщикам и подрядчикам	

В соответствии с Планом счетов к счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» могут быть открыты субсчета, представленные в таблице 3.

Таблица 3 - Перечень субсчетов, рекомендованных к открытию к счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

Субсчет	Наименование	Сущность
60.01	Расчеты с поставщиками и подрядчиками	Отражаются взаиморасчеты организации с кредиторами
60.02	Расчеты по выданным авансам	Отражаются авансовые платежи, сделанные поставщикам
60.03	Векселя выданные	Отражаются ценные бумаги
60.21	Расчеты с поставщиками и подрядчиками (в валюте)	Аналог субсчета 60.01 для валютного учета
60.22	«Расчеты по авансам, выданным (в валюте)»	Аналог субсчета 60.02 для валютного учета

Для счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» регистром бухгалтерского учета является ведомость, совмещающая в себе аналитический и синтетический учеты. В ней систематизируется в хронологической последовательности в разрезе корреспондирующих счетов вся информация, накопленная о происходивших на данном участке учета хозяйственных операциях.

В целях получения информации о движениях ценностей, имевших место по тому или иному счету, а также в конкретную дату, составляется карточка счета. В карточку счета 60 включаются все проводки, осуществленные в течение указанного периода с конкретными поставщиком либо по интересующим пользователя объектам аналитического учета или по принятым к учету документам (например, по конкретному объекту капиталовложений, по наименованию того или иного материала). Помимо этого, в карточке счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» отображаются остатки числящихся на нем ценностей на начало и на конец интересующего периода, а также обороты за период и остатки по счету после каждой осуществленной проводки. Таким образом, «карточка счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» дает возможность отслеживать историю расчетов предприятия с каждым конкретным поставщиком за любой интересующий пользователя период, для чего перед формированием карточки счета устанавливаются требуемые параметры» [4].

По окончании календарного года ежемесячно формировавшиеся по каждому контрагенту карточки счета 60 обобщаются, образуя так называемую сводную карточку счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». На основании сформированной сводной карточки счета проводится анализ счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», в котором при необходимости могут быть сведены итоговые суммы по интересующим пользователя счетам, в процессе ведения бухгалтерского учета корреспондировавшим со счетом 60. Данные счета будут указаны по кредиту и дебету счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». Как и в ежемесячной карточке счета, в сводной карточке счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» находят отражение итоговые сальдо по данному счету как на начало, так и на конец периода, а в случае необходимости и итоговые суммы кредитовых и дебетовых оборотов по счету.

По итогам ежемесячно проводимого анализа счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» обычно составляется оборотно-сальдовая ведомость, в которой приводятся данные о текущем состоянии дебиторской и кредиторской задолженности организации, в том числе детализированной по каждому из поставщиков на начало месяца и на его конец. Здесь же приводятся данные об объеме имевших место дебетовых и кредитовых оборотов по рассматриваемому счету. По окончании календарного года данные ежемесячных оборотно-сальдовых ведомостей по счету 60 обобщаются в годовую сводную оборотно-сальдовую ведомость.

Таким образом, тщательно поставленный учет расчетных операций, а также своевременное движение денежных средств оказывают большое влияние на финансовые результаты экономического субъекта. Участок бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками для большинства организаций является одним из самых значительных и трудозатратных, поскольку возникающие у организации обязательства перед своими подрядчиками и поставщиками являются одним из наиболее существенных и часто встречающихся видов кредиторской задолженности.

Библиографический список

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 27.02.2024).
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/ (дата обращения: 05.03.2024).
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. 6-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2024. 512 с.
4. Сапожникова Н. Г., Бухгалтерский учет: учебник / Н. Г. Сапожникова. Москва: КноРус, 2023. 451 с.
5. Адаменко А.А., Хорольская Т.Е., Болтышева Л.В. Сущность расчетов, их виды и формы. Задолженность организации // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 23 (1). С. 57-62.

УДК 657.1

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Ицков А.Ю. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается актуальность автоматизации бухгалтерского учета готовой продукции в условиях современной цифровой экономики. Проанализированы преимущества и недостатки использования автоматизированных учетных систем, а также рассмотрены наиболее востребованные программные бухгалтерские продукты и их функционал.

Ключевые слова: автоматизация учета, учет готовой продукции, склад, цифровизация, программные бухгалтерские продукты.

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF ACCOUNTING FOR FINISHED PRODUCTS

Itskov A.Y. Bachelor of the 3rd year

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

Abstract. The article discusses the relevance of automation of accounting of finished products in the modern digital economy. The advantages and disadvantages of using automated accounting systems are analyzed, as well as the most popular accounting software products and their functionality are considered.

Keywords: automation of accounting, accounting of finished products, warehouse, digitalization, software accounting products.

В современных условиях национального экономического развития, когда степень проникновения цифровизации и количество ее технологических достижений достигли огромных масштабов, большинство традиционных операций, связанных, в частности, с ведением бухгалтерского учета предприятий, стали неразрывно связаны с применением цифровых технологий. Механизация учетных процессов во многом оптимизировала проводимые операции: позволила сократить временные затраты, увеличила точность получаемых на выходе показателей, поспособствовала уменьшению трудоемкости бухгалтерского учета в целом. Поэтому в течение последних нескольких лет все более востребованными становятся более комплексные цифровые бухгалтерские решения, позволяющие автоматизировать не точечные области, а все типовые задачи. Благодаря многим годам развития и постоянного совершенствования компьютерных учетных систем, использующиеся на данный момент программные бухгалтерские продукты являются не только простыми в понимании и освоении будничными пользователями-специалистами, но и позволяют сформировать единую структуру базы данных для всех участников, задействованных в процедурах ведения бухгалтерского учета не только в коммерческих организациях, но также и в области промышленности, сельскохозяйственных компаниях, муниципальных бюджетных организациях и др.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается, прежде всего, тем фактом, что среди множества операций, проводимых через процедуру бухгалтерского учета, одной из самых емких по количеству обрабатываемых данных является именно учет готовой продукции. Корректная организация учета готовой продукции/выполнения работ или предоставления услуг, гарантирует

своевременное информационное обеспечение о всех поступлениях товара и его отгрузках со складов организаций, возможность более детального контроля за качеством транспортировки и хранения продукции, о качестве и оперативности исполнения соответствующих обязательств поставщиков и покупателей и т.д. Именно поэтому внедрение цифровых технологий в процедуры учета готовой продукции становится все более востребованным, ведь с их помощью обозначенные предложением ранее аспекты являются более достижимыми, а их итоговый результат более точным, что, в конечном итоге, влияет количество получаемой прибыли от реализации учетной продукции и, соответственно, на функционирование и рентабельность организации в целом.

Готовая продукция – это готовые изделия, прошедшие весь свой производственный цикл, т.е. она является технологически обработанной, имеет конечный товарный вид (согласно установленным требованиям, стандартам и условиям) и принята на соответствующие склады (организации-производителя или заказчика). Среди ключевых задач ведения автоматизированного бухгалтерского учета готовой продукции компаний можно выделить:

- определение фактической себестоимости продукции;
- реализация процедур контроля и мониторинга за движением готовой продукции;
- корректное ведение необходимой документации, сопровождающей движение готовой продукции в течение всего ее производственного цикла;
- анализ состояния складов готовой продукции для своевременного определения дефицита или профицита товаров;
- анализ эффективности применения и использования готовой продукции и ее запасов и др. [1, 89-92 с.]

Помимо оперативного и качественного выполнения обозначенных выше задач бухгалтерские программные продукты и цифровые системы имеют ряд преимуществ относительно традиционного «ручного» учета, среди которых можно выделить:

- повышение степени точности и надежности (системы автоматизированного учета предоставляют его пользователям возможность получать наиболее полную и точную информацию о количественном показателе наличия товаров на складах, его состоянии и конкретного местоположения, что в дальнейшем позволяет избежать возникновения несоответствий в учетных процедурах);

- налаживание системы управления запасами (многочисленные современные алгоритмы учетных систем позволяют спрогнозировать динамику отгрузки готовой продукции, что помогает выявить оптимальные объемы производства и избежать затоваривания складов организации);

- оптимизация использования временных и человеческих ресурсов (задействованные в работу современных учетных систем многоуровневые алгоритмы способны автоматически генерировать отчетности за выбранный отчетный период, а также воспроизводить их в требуемом графическом формате, что, во-первых, значительно экономит время сотрудников и, во-вторых, позволяет перераспределять время более рациональным образом, тем самым повышая производительность труда на предприятии в целом);

- повышение клиентоориентированности (автоматизация учета готовой продукции, хоть и косвенно, но также имеет влияние и на качество обслуживания клиентов). При появлении запросов на определенную продукцию в конкретном количестве соответствующий сотрудник сможет проинформировать клиента о наличии товаров или сроке их ближайшей поставки за пару минут, а также удаленно зарезервировать требуемую продукцию для ее дальнейшей перенаправления к заказчику).

Однако, несмотря на ряд неоспоримых преимуществ автоматизации учета готовой продукции, на данный момент существуют и некоторые недоработки, которые могут в той или иной степени затруднять работу с автоматизированными учетными системами. Одним из наиболее ключевых запросов организаций, над которым ведется постоянная работа разработчиков программных бухгалтерских продуктов, является вопрос безопасности. Несмотря на то, что у последних версий учетных систем достаточно высокая степень защищенности и предоставляемой конфиденциальности на размещенные в системе данные, утечки информации и несанкционированные проникновения со стороны все же случаются. Также, стоит отметить и техническую сторону: несмотря на высокую эффективность современных систем, возможность технических сбоев в программах не исключается и самими разработчиками. В случае, если подобные сбои затягиваются на неопределенные сроки, это также может отражаться на эффективности работы, т.к., фактически, доступ ко всей актуальной информации о готовой продукции временно приостанавливается.

На момент 2024 года рынок автоматизированных бухгалтерских решений наполнен широким многообразием, наиболее популярными из которых являются:

– WMS-системы (системы управления складскими запасами) – программное решение, позволяющее автоматизировать складские бизнес-процессы. В процесс работы с подобными системами интегрирована информационная часть (работа с компьютерами и иными цифровыми устройствами) и технологическая часть (оборудование, обеспечивающее исходные данные для заполнения в программе). Использование системы подразумевается во всех этапах движения готовой продукции: приемка на складе, размещение и хранение продукции на складе, отгрузка, управление персоналом склада, инвентаризация и др. [2].

Среди конкретных программных кейсов WMS-систем можно выделить: для субъектов малого и среднего бизнеса – «СКИФ», «Кладовой» и др.; для среднего и крупного бизнеса – «ЯРУС WMS», «YOLKA», «КОРУС Консалтинг» и др.

– CRM-системы (системы учета и управления продажами) – учетная программа, направленная на мониторинг и контроль уровня продаж готовой продукции. В базе данных CRM-систем хранится информация о наполняемости складов, количестве продаж, информация о всех клиентах и др. В рамках учета готовой продукции с помощью подобного программного решения можно управлять поставками и их сроками, генерировать необходимые отчеты по складу, например: количество определенного товара на складе на конкретную дату, количество определенного товара в ближайшей поставке и т.д. [2]

Одними из наиболее популярных вариаций CRM-систем складского учета готовой продукции являются «ПланФикс», «1С:CRM», «Эфир» и др.

– RFID-технологии (технологии автоматизированной идентификации объектов) – основная суть данной технологии заключается в бесконтактной идентификации поступающей на склад готовой продукции с целью отслеживания количества, даты и времени ее выгрузки и отгрузки со склада. При сканировании специализированного чипа на упаковке товара считыватель отображает всю информацию о товаре автоматически занося данные в интегрированную программу на персональный компьютер сотрудника. Так, значительно сокращается время как на пересчет всех поступивших товаров, так и на перенос полученных данных в соответствующую информационную базу [2].

– ERP-системы (планирование ресурсов организации) – данный программный продукт является более обширным по области применения, чем описанные выше, однако также достаточно функционален в области учета готовой продукции. ERP-системы подразумевают под собой автоматизированный контроль производственных процессов на предприятиях, а также отслеживание качества реализации производственных циклов каждого отдельного товара. Полностью централизованный принцип работы системы позволяет отследить не только актуальную ситуацию на складе готовой продукции, но и процесс ее непосредственного производства, что особенно полезно при отгрузке на склад товаров с браком для дальнейшего нивелирования производственных недочетов и ошибок [2].

Среди наиболее ярких примеров ERP-систем можно выделить «1С:ERP», «Infor», «ERP5», «Clobal ERP» и др.

Ценовая политика для субъектов малого, среднего и крупного бизнеса описанных программных продуктов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Цены на цифровые решения учета готовой продукции

Программный продукт	Для какого бизнеса	Цена
WMS-системы		
СКИФ	Для малого и среднего бизнеса	Полный функционал – 19 990 руб. Индивидуальные решения для бизнеса – 39 900 руб.
Кладовой	Для малого и среднего бизнеса	От 1700 руб. в месяц
ЯРУС WMS	Для среднего и крупного бизнеса	Комплексный проект автоматизации склада – 3 млн. руб. Типовой проект автоматизации склада – 2 млн. руб.
КОРУС Консалтинг	Для среднего и крупного бизнеса	Приобретение – 25 000 руб., дальнейшая оплата в месяц по персональным расчетам
CRM-системы		
ПланФикс	Для малого, среднего и крупного бизнеса	До 5 подключенных сотрудников – бесплатно (с ограниченным функционалом), от 5 и более сотрудников 2200 в месяц за одного подключенного пользователя.

1С:CRM	Для малого, среднего и крупного бизнеса	39 200 руб. в месяц
Эфир	Для малого и среднего бизнеса	Для малого бизнеса – 144 000 руб.; Для среднего бизнеса – 552 000 руб.
ERP-системы		
1С:ERP	Для малого, среднего и крупного бизнеса	Изначальная цена приобретения – 278 800 руб., дальнейшая оплата зависит от количества подключенного функционала
Global ERP	Для малого, среднего и крупного бизнеса	От 45 000 до 350 000 руб. в месяц. Установка программного продукта – ~130 000 руб. (ориентировочная цена, конечная зависит от количества необходимых к подключению пользователей).

В целом, можно отметить, что процесс автоматизации всех бухгалтерских операций, в том числе и учета готовой продукции, запущен уже достаточно давно, что подтверждает нынешний функционал и количество предлагаемых к установке программных продуктов. Подобные цифровые решения позволяют организациям как точно проработать слабые места в области учета готовой продукции, так и полностью сменить ориентир с ручного учета на цифровизацию бизнес-процессов. Несмотря на то, что в некоторых организациях адаптация может происходить длительный период времени и сопровождаться некоторыми сложностями в профессиональной перестройке сотрудников, совершенно точно можно сказать, что результат оправдывает средства. На данный момент подавляющее большинство организаций прибегают к автоматизации процедур бухгалтерского учета исходя не только из соображений адаптации под тренды экономики, но и стремлению к удобству и повышению эффективности деятельности, обеспечивая себе возможность автоматизировать рутинные задачи, а непосредственные человеческие ресурсы перенаправить в более созидательное для организации русло.

Библиографический список

1. Герасимова Л.Н., Основы бухгалтерского учета: учебник / Л. Н. Герасимова. Москва: КноРус, 2022. 280 с.
2. Автоматизация бухгалтерского учета [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.garant.ru/1c> (Дата обращения: 14.03.24)

УДК 332.1, 341.655

ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «САМСУНГ ЭЛЕКТРОНИКС РУС КАЛУГА»

*Лукьянченко М.С., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрены изменения в экономической деятельности калужского предприятия ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» в условиях введения санкционных ограничений. Проведен анализ финансово-экономических показателей организации, выявлена динамика и уровень развития компании. В работе также рассмотрены предложения по дальнейшему функционированию предприятия.

Ключевые слова: экономика, санкции, Калужская область, негативные последствия, рентабельность организации, соглашения.

THE IMPACT OF FOREIGN SANCTIONS ON THE ECONOMIC ACTIVITIES OF SAMSUNG ELECTRONICS RUS KALUGA LLC

*Lukyanchenko M.S., bachelor of the 2nd year
Scientific supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This article examines the changes in the economic activity of the Kaluga enterprise Samsung Electronics Rus Kaluga LLC in the context of the introduction of sanctions restrictions. The analysis of the financial and economic indicators of the organization was carried out, the dynamics and level of development of the company were revealed. The paper also considers proposals for the further functioning of the enterprise.

Keywords: economy, sanctions, Kaluga region, negative consequences, profitability of the organization, agreements.

Санкции являются официальными мерами воздействия, применяемыми государством или международной организацией и направленными против другого государства. Различные ограничительные действия могут негативно повлиять на деятельность предприятий страны, на которую они были нацелены. Это может привести к сокращению объемов производства, уменьшению прибыли и потере доли рынка. Кроме того, санкции способны повлечь за собой ограничения в доступе к зарубежным рынкам и инвестициям. Все это отрицательно сказывается на экономике регионов и государства в целом.

В последние годы данный вид ограничений стал одним из основных инструментов внешней политики различных стран. Санкции, наложенные на Россию в результате политических конфликтов, затронули многие компании, работающие в различных секторах экономики.

В данной статье рассмотрено влияние санкционных ограничений на экономическую деятельность ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга». Самсунг является мировым лидером по продаже электроники, телевизоров, мобильных телефонов, наушников, цифровых фотокамер, пылесосов, бытовой техники. Также фирма выпускает полупроводники, телекоммуникационные системы, чипы памяти.

Проанализировав изменения в финансово-экономических показателях компании, будет отражена ее динамика и уровень развития. После оценки характеристик появится возможность сделать вывод, насколько сильно санкции «ударил» по производству, а также предположить возможные пути решения возникших проблем.

Начиная с февраля 2022 года, произошел рост геополитической напряженности, создавший существенные риски для деятельности ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга».

Обратив внимание на Рисунок 1, можно понять, насколько изменился объем выручки компании с 2020 года по 2022 год. Последний столбец диаграммы значительно отличается от предыдущих и показывает, что выручка в 2022 году существенно снизилась.

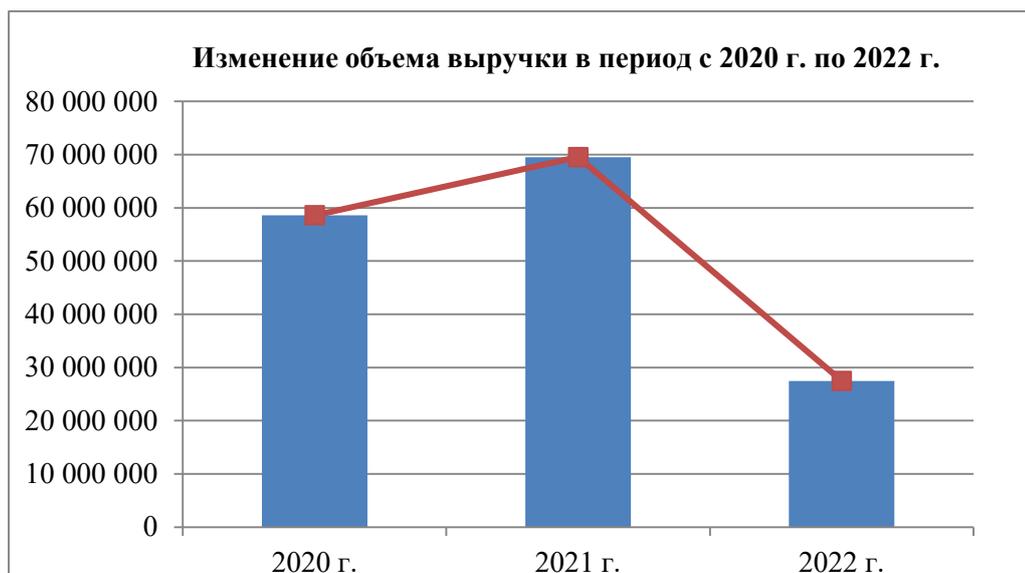


Рисунок 1. Изменение объема выручки в период с 2020 г. по 2022 г., тыс. руб

Проведем анализ изменения основных показателей за рассматриваемый период начала введения санкций.

Согласно данным из Таблицы 1, следует отметить, что выручка организации уменьшилась по сравнению с показателем базисного года на 31, 104 781 млрд. руб., что составляет -53,11% от общего числа. По сравнению с предыдущим 2021 годом, в 2022 выручка снизилась уже на 42, 081 297 млрд. руб., или на -60,51%.

Себестоимость продаж также сократилась на 21, 949 482 млрд. руб. (-44,97%) по сравнению с 2020 годом, и на 32, 687 621 млрд. руб. (-54,89%) по сравнению с 2021 годом.

Стоимость основных средств изменилась не так значительно. В отчетном году она снизилась на 41, 638 млн. руб. по сравнению с базисным годом, а по сравнению с предыдущим – на 44, 178 млн. руб.

Сократилась и стоимость собственного капитала организации на 2, 229 531 млрд. руб. по сравнению с 2020 годом, а по сравнению с 2021 – на 6, 889 371 млрд. руб. На это повлияло нарастание колоссальных убытков компании.

В 2022 году организация понесла убытки в сумме 6, 889 371 млрд. руб. В отчетном году снижение уровня чистой прибыли составило 12, 340 983 млрд. руб. по сравнению с базисным годом и 11, 549 211 млрд. руб. по сравнению с предыдущим годом. Снижение прибыли предприятия отразилось на падении рентабельности активов. В 2022 году рентабельность активов стала отрицательным показателем и составила -10,56%, снижение на 17,63% в отличие от 2020 года и 16,06% - от 2021 года. Также стал отрицательным и показатель финансовой рентабельности -10,77%, что является крайне негативным отражением финансового состояния предприятия.

Изменение показателя величины активов в отчетном году составило -19, 447 026 млрд. руб., или -22,97%, по сравнению с предыдущим годом. В основном за счет снижения величины оборотных активов. В 2022 году они сократились на 19, 218 759 млрд. руб. (-23,87%) по сравнению с 2021 годом.

К 2021 году у ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» начала снижаться прибыль от продаж, а в 2022 г. компания стала терпеть значительные убытки -2, 204 989 млрд. руб. Данный показатель снизился в отчетном году на 7, 103 347 млрд. руб. (-145,01%) по сравнению с базисным годом, а по сравнению с предыдущим – на 6, 448 008 млрд. руб. (-151,97%). Как следствие – падение уровня рентабельности продаж.

Убытки от продаж свидетельствуют о наличии серьезной проблемы в сбыте продукции, разрушении логистических цепочек, прекращении поставок запчастей.

Как и многие другие показатели, снизилась фондоотдача организации. В отчетном году снижение составило 7,7229 тыс. руб. по сравнению с базисным, и 10,4627 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом.

Таблица 1 – Основные финансово-экономические показатели ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» на период с 2020 по 2022 год.

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Изменения показателей 2022 г. от показателей			
				2020 г.		2021 г.	
				т.р.	%	т.р.	%
Выручка	58 567 704	69 544 220	27 462 923	-31 104 781	-53,11	-42 081 297	-60,51
Себестоимость продаж	48 809 344	59 547 483	26 859 862	-21 949 482	-44,97	-32 687 621	-54,89
Стоимость основных средств	3 990 130	3 992 670	3 948 492	-41 638	-1,04	-44 178	-1,11
Стоимость собственного капитала	66 226 348	70 886 188	63 996 817	-2 229 531	-3,37	-6 889 371	-9,72
Величина активов	77 146 881	84 680 330	65 233 304	-11 913 577	-15,44	-19 447 026	-22,97
Размеры оборотных активов	72 988 870	80 503 571	61 284 812	-11 704 058	-16,04	-19 218 759	-23,87
Прибыль от продаж	4 898 358	4 243 019	-2 204 989	-7 103 347	-145,01	-6 448 008	-151,97
Фондоотдача	14,6781	17,4180	6,9553	-7,7229	-52,61	-10,4627	-60,07
Чистая (нераспред.) прибыль	5 451 612	4 659 840	-6 889 371	-12 340 983	-226,37	-11 549 211	-247,85
Рентабельность активов, %	7,07	5,50	-10,56	-17,63	-249,45	-16,06	-291,92
Рентабельность продаж, %	8,36	6,10	-8,03	-16,39	-196,00	-14,13	-231,60
Показатель финансовой рентабельности, %	8,23	6,57	-10,77	-19,00	-230,78	-17,34	-263,76

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что данное предприятие на отчетный год снизило показатели эффективности по причине общей экономической ситуации в стране, начала СВО и наложения санкций на саму компанию. ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» оказался в санкционном списке Украины NSDC еще в октябре 2022 года.

Из аудиторского заключения к годовой финансовой отчетности стало известно, что прекращение деятельности предприятия произошло в связи с серьезными проблемами доставки комплектующих материалов, нарушения логистики и сложившихся хозяйственных связей. Все это, в свою очередь, стало следствием международных санкций, обрушившихся на Россию со стороны десятков стран в ответ на спецоперацию в ДНР и ЛНР. В результате большинство логистических цепочек было разорвано, а поставки по оставшимся затруднены из-за нестабильного курса рубля.

С 23 ноября 2022 года предприятие временно приостановило свою операционную деятельность, данные события указывают на наличие существенной неопределенности, которая

может вызвать значительные сомнения в способности компании продолжать непрерывно свою деятельность.

По данным официальных источников, по настоящий момент организация находится в простое, а перспективы возобновления производства до сих пор остаются туманными.

Простой был продлен до 31 марта 2024 года. Компания VVP Group планирует наладить выпуск телевизоров, а затем и другой бытовой техники на предприятии, но под другой торговой маркой.

Крайне важной является задача возобновления деятельности данной организации, так как это градообразующее предприятие, насчитывающее более 1 тысячи рабочих мест. Также оно формирует значительную часть бюджета Калужского региона за счет выплаты налогов.

Библиографический список

1. Екатериновская М.А. Экономические санкции против России и российские антисанкции: издержки и выгоды конфронтации. / М.А. Екатериновская, Р.М. Нуреев, А.С. Гуков [и др.]. Москва : КноРус, 2023. 252 с.
2. Казанцев С.В. Антироссийские санкции: оценка ущерба/ С.В. Казанцев. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. 201 с.
3. Моисеев В.В. Санкции и их влияние на экономику России. Монография/ В.В. Моисеев. М.: Директмедиа Паблишинг, 2023. 224 с.
4. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО "САМСУНГ ЭЛЕКТРОНИКС РУС КАЛУГА" // Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4025413896_ooo-samsung-elektroniks-rus-kaluga (дата обращения: 11.03.2024).
5. Информационное агентство: URL: <https://ura.news/news/1052725568> (дата обращения: 11.03.2024).
6. Министерство финансов Калужской области о бюджете 2023-2025 г.г. // Портал органов власти Калужской области URL: <https://minfin.admoblkaluga.ru/page/2023-2025/> (дата обращения: 09.03.2024).

УДК 004.056

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Муравьев А.Д бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы обеспечения кибербезопасности учетно-информационных систем коммерческих организаций в условиях санкционного давления на Россию. Анализируются основные факторы, повлиявшие на уязвимость данных систем, такие как рост числа кибератак, уход с российского рынка зарубежных ИТ-компаний и недостаточная готовность отечественных решений. Предлагаются меры по повышению уровня кибербезопасности, включая внедрение систем на основе искусственного интеллекта, подготовку специалистов, модернизацию отечественных продуктов, ужесточение законодательства и создание благоприятных условий для цифрового развития бизнеса.

Ключевые слова: кибербезопасность, учетно-информационные системы, коммерческие организации, санкции, кибератаки, импортозамещение, цифровизация.

ENSURING CYBERSECURITY OF ACCOUNTING AND INFORMATION SYSTEMS IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS UNDER SANCTIONS

Muravyov A.D. 3rd year bachelor

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

Abstract. The article discusses the problems of ensuring cybersecurity of accounting and information systems of commercial organizations in the context of sanctions pressure on Russia. The main factors that influenced the vulnerability of these systems are analyzed, such as the increase in the number of cyber attacks, the withdrawal of foreign companies from the Russian market and the insufficient availability of domestic solutions. Measures are proposed to increase the level of cybersecurity, including the introduction of artificial intelligence-based systems, training of specialists, modernization of domestic products, tightening of legislation and creation of favorable conditions for digital business development.

Keywords: cybersecurity, accounting and information systems, commercial organizations, sanctions, cyber attacks, import substitution, digitalization.

В современном социальном пространстве, характеризующемся беспрецедентным развитием информационно-коммуникационных технологий и широким внедрением цифровых решений во все сферы жизнедеятельности общества, на первый план выходит не только реальная защита личных, групповых и прочих данных, но и их виртуальная защита. Иными словами, все более актуальным становится вопрос обеспечения кибербезопасности, под которой понимается комплекс мер, направленных на защиту информационных ресурсов, информационных систем и сетей от несанкционированного доступа, использования, раскрытия, нарушения целостности, модификации или уничтожения.

В современных реалиях кибербезопасность является залогом эффективного функционирования любой организации, независимо от ее формы собственности и сферы деятельности, поскольку основная доля ее функционала, а именно учетно-информационные системы, опирается на цифровую среду. Учетно-информационные системы представляют собой совокупность методов и средств, предназначенных для сбора, обработки, хранения и передачи информации, необходимой для осуществления управленческой деятельности в организации.

В Российской Федерации после начала специальной военной операции в 2022 году и последовавшего за этим беспрецедентного санкционного давления со стороны западных стран вопрос обеспечения кибербезопасности приобрел особую остроту. Это связано с резким ростом числа кибератак, направленных на критическую информационную инфраструктуру страны, а также с необходимостью разработки и внедрения отечественных программных и аппаратных решений для защиты информационных систем в условиях ограничения доступа к зарубежным технологиям.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы выявить суть проблем, связанных с обеспечением кибербезопасности учетно-информационных систем в коммерческих организациях в условиях санкций, и указать на возможные направления их решения.

Для всестороннего рассмотрения проблемы обеспечения кибербезопасности учетно-информационных систем в коммерческих организациях в условиях санкций необходимо определиться с понятийным аппаратом. Учетно-информационные системы представляют собой комплексные автоматизированные системы, предназначенные для сбора, регистрации, обработки, хранения и передачи информации, необходимой для осуществления управленческой деятельности в организации [2]. Они являются ключевым элементом информационной инфраструктуры любой коммерческой организации.

Учетно-информационные системы выполняют ряд критически важных функций, обеспечивающих непрерывность и эффективность бизнес-процессов в коммерческих организациях [1]. В частности, они осуществляют сбор и регистрацию данных о хозяйственных операциях, таких как поступление и расходование материальных ценностей, начисление заработной платы, формирование налоговых платежей и прочие бухгалтерские отчетности [7]. Кроме того, они обеспечивают обработку и систематизацию этих данных в соответствии с установленными правилами и алгоритмами, что позволяет получать актуальную и достоверную информацию для принятия управленческих решений. Немаловажной функцией учетно-информационных систем является хранение данных в защищенной среде, обеспечивающей их целостность и конфиденциальность [3]. Наконец, они обеспечивают передачу информации между различными подразделениями организации, а также взаимодействие с внешними контрагентами и государственными органами.

В условиях санкционного давления и развязанной против России цифровой войны страдают не только объекты государственного аппарата, но и в целом критическая информационная инфраструктура страны, в том числе коммерческие организации. Это выражается в резком росте числа кибератак, направленных на нарушение работы информационных систем, кражу конфиденциальных данных, вымогательство, запугивание, «кибертеррор» и другие противоправные действия. Согласно исследовательским данным, в первой половине 2022 года было зафиксировано более 416 тыс. компьютерных атак на коммерческие российские объекты, однако уже во втором полугодии 2022 года, после начала СВО, их количество увеличилось на 19%, составив практически 500 тыс. кибератак [6, с. 9]. При этом существенно возросло число целенаправленных кибератак повышенной сложности, среди которых весомую долю занимают целевые атаки (26%) и троянцы-шифровальщики (32%) [4, с. 6], нацеленных на конкретные организации и использующих изощренные инструменты и методы.

Уязвимость учетно-информационных систем в коммерческих организациях в условиях санкционного давления стала возможной ввиду совокупности нескольких основополагающих факторов.

Во-первых, следует отметить активное вражеское вмешательство в виде целенаправленных кибератак на российский сегмент интернета и критическую информационную инфраструктуру страны. Число атак на российские информационные ресурсы в 2022 году выросло в 4 раза по сравнению с предыдущим годом. При этом значительная часть этих атак имела признаки организованной деятельности иностранных спецслужб и киберпреступных группировок.

Во-вторых, беспрецедентный уход с российского рынка более 750 компаний из недружественных стран, среди которых более 30% (около 220 организаций) - это компании, предоставляющие ИТ-услуги, цифровое программное обеспечение, решения в области информационной безопасности и т.д. (рис. 1) [5].



Рисунок 1. Статистика ушедших из России компаний по отраслям (по данным свободной библиотеки #ВСЕЗАПОМНИМ) [2].

Среди ушедших зарубежных компаний, ранее предоставлявших российским коммерческим организациям услуги по кибербезопасности, можно выделить такие крупные бренды как Group-IB, Avast, Norton, Eset и др. Прекращение поддержки и обновлений для уже внедренных зарубежных продуктов повлекло за собой существенное снижение уровня защищенности информационных систем российских организаций.

В-третьих, отечественные решения в области информационных технологий и кибербезопасности оказались не в полной мере готовы к столь стремительному изменению киберландшафта и не успевали своевременно адаптироваться к новым вызовам. Это объясняется как объективными сложностями импортозамещения в высокотехнологичных областях, так и недостаточностью государственной поддержки отрасли в предыдущие годы. К сожалению, российские решения по информационной безопасности есть не во всех сегментах, также они чаще всего дешевле западных аналогов, уступая им по качеству.

Совокупность перечисленных факторов создала крайне неблагоприятные условия для обеспечения кибербезопасности учетно-информационных систем в коммерческих организациях, существенно повысив риски кибератак и негативные последствия их реализации.

В связи с этим, уже на конец 2022 года более 40% российских коммерческих организаций, согласно исследованию РТК-Солар, осознали необходимость перестройки учетно-информационной системы безопасности (рис. 2) [4]. Несмотря на то, что основные изменения пришлось на федеральные и региональные ведомства (B2G) – более 60%, крупнейшие коммерческие организации (B2E), малые и средние предприятия (B2B), а также домашние пользователи (СМБ) также отметили необходимость нести коррективы в собственные системы кибербезопасности.



Рисунок 2. Статистика изменения отношения российских организаций к системе собственной кибербезопасности на момент 2022 года

Несмотря на то, что указанные трудности в обеспечении кибербезопасности учетно-информационных систем коммерческих организаций возникли еще в 2022 году, а большинство предприятий за прошедшее время адаптировалось к новым реалиям, в 2024 году, когда напряженность на мировой арене остается высокой, данный вопрос не может считаться полностью решенным. В этой связи представляется целесообразным предпринять ряд мер, направленных на комплексное повышение уровня кибербезопасности отечественных учетно-информационных систем.

1. Весьма перспективным направлением повышения уровня кибербезопасности учетно-информационных систем коммерческих организаций является разработка и внедрение "умных" систем на основе технологий искусственного интеллекта. Данный подход предполагает интеграцию в учетно-информационные системы специализированных модулей, использующих алгоритмы машинного обучения и анализа больших данных для выявления аномалий и потенциальных кибератак на ранних стадиях. В основе функционирования такого модуля лежит способность самообучаться на основе накопленных данных о штатном поведении системы и пользователей. Это позволяет с высокой точностью определять любые отклонения, которые могут свидетельствовать о несанкционированной активности или вторжении.

При обнаружении подозрительных действий "умная" система автоматически задействует комплекс контрмер, включая блокирование вредоносного трафика, изоляцию скомпрометированных сегментов сети, а также оповещение администраторов безопасности. Одной из ключевых функций является способность оперативно резервировать критически важные данные путем их репликации на отказоустойчивые серверы с дальнейшим контролируемым уничтожением этой информации на первичном сервере, чтобы исключить ее кражу злоумышленниками. Помимо реагирования на выявленные инциденты, "умные" учетно-информационные системы способны в режиме реального времени анализировать вектор угроз и адаптироваться к изменениям в тактике злоумышленников, корректируя соответствующим образом правила обнаружения и защитные механизмы.

2. Создание целевых программ подготовки специалистов в области информационных технологий и кибербезопасности.

Решение кадровой проблемы предполагает комплексную модернизацию системы высшего и среднего профессионального образования посредством введения новых специальностей, таких как "Менеджмент информационной безопасности", "Противодействие кибератакам и компьютерным инцидентам" и др. Необходимо пересмотреть образовательные стандарты с акцентом на формирование практических навыков работы с современными средствами защиты информации. Следует активнее привлекать ведущих специалистов из коммерческого сектора к преподавательской деятельности. Важным аспектом является налаживание тесного сотрудничества с IT-компаниями для организации целевой подготовки кадров и их последующего трудоустройства.

3. Модернизация отечественных решений в сфере информационной безопасности.

В условиях ограниченного доступа к зарубежным технологиям критически важной задачей становится ускоренное развитие и совершенствование отечественных продуктов и решений для защиты учетно-информационных систем, среди которых уже можно выделить такие инновационные решения как «Лаборатория Касперского», BI.ZONE, Positive Technologies, РТК-Солар, ИнфоТекс и др. Приоритет должен отдаваться разработке систем обнаружения и предотвращения вторжений, средств криптографической защиты информации, решений для контроля доступа и аудита информационных

систем. Необходимо сосредоточить усилия на внедрении технологий искусственного интеллекта для противодействия современным киберугрозам. Ключевую роль здесь должны сыграть государственно-частные партнерства с привлечением научного потенциала ведущих вузов и институтов РАН.

4. Ужесточение законодательства в сфере противодействия киберпреступности.

Представляется целесообразным внести изменения в Уголовный кодекс РФ, предусматривающие более жесткие меры наказания за совершение преступлений с использованием информационно-телекоммуникационных технологий и систем. Особое внимание следует уделить таким составам, как неправомерный доступ к компьютерной информации, создание и распространение вредоносного ПО, кибермошенничество и др. Параллельно необходимо ввести в правовое поле понятие "критическая информационная инфраструктура" и установить повышенную уголовную ответственность за ее нарушение. Также требуется усилить административную ответственность за нарушение правил эксплуатации учетно-информационных систем.

5. Создание благоприятных условий для цифрового развития бизнеса.

Реформирование законодательства в области кибербезопасности должно осуществляться сбалансированно, без введения избыточных требований и ограничений, препятствующих развитию цифровых технологий в коммерческой сфере. Напротив, необходимо сформировать стимулирующие правовые механизмы, поощряющие бизнес к активному внедрению современных ИТ-решений при условии строгого соблюдения требований информационной безопасности. В качестве мер поддержки можно рассмотреть налоговые льготы, субсидии, преференции при участии в государственных закупках для компаний, инвестирующих в цифровизацию и обеспечение кибербезопасности.

Реализация комплекса указанных мер на государственном уровне в тесном взаимодействии с коммерческим и научным секторами позволит кардинально повысить уровень кибербезопасности учетно-информационных систем отечественных предприятий, обеспечив их устойчивое и защищенное функционирование в условиях современных вызовов и угроз.

Библиографический список

1. Воронова Е.Ю. Учетная информационная система в модернизации, инновационном и технологическом развитии Российской экономики // Россия: тенденции и перспективы развития. 2019. №14-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchetnaya-informatsionnaya-sistema-v-modernizatsii-innovatsionnom-i-tehnologicheskom-razvitii-rossiyskoy-ekonomiki> (дата обращения: 27.03.2024).
2. Горюнов А.Г. Значение и задачи современной учетно-информационной системы предприятия // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=8636> (дата обращения: 27.03.2024).
3. Дельдюгина Е.В. Модель интегрированной учетно-информационной системы обеспечения экономической безопасности предприятия / Е. В. Дельдюгина // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. № 3(35). С. 97-99.
4. Исследование рынка информационной безопасности в России по клиентским сегментам. 2022 год // РТК-Солар. URL: <https://rt-solar.ru/upload/iblock/962/b7wyn7498evdp1jf8t7iccj5239ug4i9/Issledovanie-rynka-IB-RF-2022.pdf>
5. Карта ушедших компаний из РФ. Статистика по странам и отраслям // #ВСЕЗАПОМНИМ.РФ. URL: <https://всезапомним.рф/stats/> (дата обращения: 27.03.2024)
6. Кибератаки на российские компании в 2022 году. Отчет // РТК-Солар. Москва, 2023. URL: <https://rt-solar.ru/upload/iblock/4a4/ghus61x9rd8cv5vczms5ig1svts4tlep/Otchet-o-kiberatakakh-na-rossiyskie-kompanii-v-2022-godu.pdf?ysclid=lu9wm5wbf162014068> (дата обращения: 27.03.2024)
7. Михаленок Н.О. Значение учетно-информационной системы в финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации / Н.О. Михаленок, О.В. Шнайдер // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015. № 3(12). С. 62-66.

УДК 657.1

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Падерина Д.В. бакалавр 3-го курса

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

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматривается актуальность особенности организации бухгалтерского учета на малом предприятии. Проанализированы особенности организации бухгалтерского учета на малом предприятии, рассмотрены способы упрощенного ведения бухгалтерского учета, а также особенности ведения отчетности при упрощенной системе налогообложения.

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения, отчетность при упрощенной системе налогообложения, малое предприятие, бухгалтерский учет малого предприятия.

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING IN A SMALL ENTERPRISE

Paderina D.V. Bachelor of the 3rd year

*Scientific supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article considers the relevance of the specifics of the organization of accounting in a small enterprise. The features of the organization of accounting in a small enterprise are analyzed, the methods of simplified accounting are considered, as well as the features of reporting under a simplified taxation system.

Keywords: simplified taxation system, reporting under a simplified taxation system, small enterprise, accounting of a small enterprise.

Субъекты малого и среднего предпринимательства - хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с определенными условиями, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

К субъектам малого предпринимательства относятся различные хозяйственные субъекты, а именно:

- индивидуальные предприниматели;
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- хозяйственные общества;
- хозяйственные партнерства;
- потребительские кооперативы;
- производственные кооперативы.

Критерии малого предпринимательства:

1. Среднесписочная численность работников должна составлять в пределах до 16-100;
2. Доходы малого предприятия должны составлять за предыдущий период до 800 млн. рублей.

На малом предприятии бухгалтерский учет обычно организован более просто, чем в крупных компаниях.

Основные особенности организации бухгалтерского учета на малом предприятии включают в себя:

1. Упрощенные формы учета;
2. Ограниченное количество отчетности;
3. Оптимизация процессов учета;
4. Использование бухгалтерского программного обеспечения.

На малом предприятии часто нет необходимости использовать сложные формы бухгалтерского учета, такие как бухгалтерская отчетность по МСФО или МСУ. Вместо этого предприятие может использовать упрощенные формы учета в соответствии с национальными стандартами. Существует несколько способов упрощенного ведения бухгалтерского учета, один из таких способов сокращение бухгалтерских счетов. Такой способ позволяет уменьшить используемый план счетов, путем объединения между собой групп однородных счетов при использовании одного общего счета. Например, для учета производственных запасов можно использовать только счет 10 «Материалы» вместо отдельных счетов 10, 11, 15 и 16. А затраты на производство и продажу продукции, работ и услуг можно объединить и учитывать все на счете 20 «Основное производство» без детализации учета на счетах 20, 21, 23, 25, 26, 28, 29, 44.

Какой бы вариант сокращения плана счетов предприятие не выбрало, необходимо отразить рабочий план счетов в учетной политике.

В остальном такой способ учета не отличается от полного: принцип двойной записи и требование об использовании бухгалтерских регистров сохраняются.

Другой способ упрощенного ведения бухгалтерского учета является простой учет. Простой учет заключается в том, что организация работает без применения двойной записи. Это означает что совершившиеся факты финансово-хозяйственной деятельности отражаются в специальном журнале. (например: форма № К-2МП, приложение № 12 к рекомендациям для субъектов МСП от 25.04.2013 № 4/13). Раз в месяц бухгалтер подсчитывает итоги.

Такой способ учета подходит только микропредприятиям и НКО, которым разрешен упрощенный учет. Критерии микропредприятия установлены законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ[1]: среднесписочная численность не более 15 человек, доход не более 120 млн руб. в год, минимум 51% уставного капитала ООО (если микропредприятие – ООО, а не ИП, например) должно принадлежать физлицам или организациям – МСП.

Малые предприятия часто не обязаны представлять большое количество отчетности, как это требуется для крупных компаний. Они могут ограничиться минимальным набором документов для отчетности перед налоговыми органами и другими заинтересованными сторонами. Допустим упрощенный баланс, имеет укрупненные статьи, которые включают в себя несколько объектов учета [2].

Таблица 1 - Упрощенный бухгалтерский баланс.

Актив	Пассив
Материальные внеоборотные активы	Капитал и резервы
Нематериальные, финансовые и другие активы	Долгосрочные заемные средства
Запасы	Другие долгосрочные обязательства
Денежные средства и денежные эквиваленты	Краткосрочные заемные средства
Финансовые и другие оборотные активы	Кредиторская задолженность
	Другие краткосрочные обязательства

В упрощенном отчете о финансовых результатах не выделяются виды расходов по основной деятельности и некоторые другие показатели, детализирующие его данные при оформлении по обычной форме.

На малом предприятии часто отсутствует отдельный отдел бухгалтерии, поэтому учет может быть организован с привлечением небольшого числа сотрудников или даже владельцев бизнеса. Это позволяет оптимизировать процессы учета и экономить ресурсы на зарплату бухгалтеров. Оптимизация имеет огромное значение для эффективного управления финансами и ресурсами организации. Ниже представлены некоторые рекомендации по оптимизации учетных процессов на малом предприятии:

1. Автоматизация. Использование специализированного программного обеспечения для учета позволяет упростить и автоматизировать процессы учета, сократить время на выполнение операций и уменьшить вероятность ошибок.

2. Централизация данных. Создание единой базы данных, в которой будут отражены все финансовые операции предприятия, позволяет упростить процесс учета, повысить прозрачность и доступность информации для всех сотрудников.

3. Регулярное обновление учетной политики. Важно периодически анализировать и исправлять учетную политику организации, чтобы учитывать изменения в законодательстве и бизнес-процессах и обеспечить точность и надежность учета.

4. Обучение сотрудников. Проведение регулярных тренингов и обучений по вопросам учета и бухгалтерии позволяет повысить квалификацию сотрудников и улучшить качество работы учетного отдела.

5. Мониторинг и анализ. Проведение регулярного мониторинга финансовых показателей предприятия и анализа отчетности позволяет выявлять проблемные моменты и принимать своевременные меры для их устранения.

6. Использование стандартизированных процедур. Установление четких и стандартизированных процедур работы в учетном отделе помогает избежать ошибок и конфликтов, а также повышает эффективность работы.

7. Внедрение системы контроля. Важно установить систему внутреннего контроля и аудита, которая позволит своевременно выявлять и предотвращать возможные финансовые мошенничества или ошибки.

Соблюдение этих рекомендаций поможет улучшить процессы учета на малом предприятии и повысить его эффективность и конкурентоспособность на рынке.

Для удобства ведения учета малые предприятия часто используют специализированное программное обеспечение, которое позволяет автоматизировать процессы учета, сократить количество ошибок и экономить время на обработку данных. Бухгалтерское программное обеспечение играет важную роль в учете финансовой деятельности предприятия. Его использование на малом предприятии помогает упростить процесс ведения бухгалтерии, повысить точность данных, ускорить процесс подготовки отчетности и уменьшить риск ошибок.

Преимущества использования бухгалтерского программного обеспечения на малом предприятии:

1. Автоматизация процессов учета и отчетности. Программы позволяют быстро и точно вести учет операций, генерировать отчеты и документацию.

2. Удобство и эффективность работы. Программы обеспечивают удобный интерфейс и функционал, что упрощает работу бухгалтера и увеличивает производительность труда.

3. Разнообразие функций. Бухгалтерское программное обеспечение предлагает широкий спектр функций, таких как учет основных средств, расчет заработной платы, контроль задолженностей и т.д.

4. Соответствие законодательству. Программное обеспечение помогает соблюдать законодательные требования и правила бухгалтерского учета.

5. Улучшенная защита данных. Бухгалтерское программное обеспечение обеспечивает защиту данных организации от несанкционированного доступа.

Использование бухгалтерского программного обеспечения на малом предприятии является важным инструментом для успешного ведения финансовой деятельности и обеспечения прозрачного учета операций.

Существует множество специализированных программных продуктов для малых предприятий, которые помогают им управлять своим бизнесом эффективнее и повышать производительность. Некоторые из наиболее популярных программ в этой категории включают в себя:

1. 1С:Предприятие - популярная система учета и управления предприятием, предназначенная для малых и средних компаний.

2. QuickBooks – программное обеспечение для учета и финансов, которое позволяет малым предприятиям вести учет своих финансов, создавать отчеты и управлять бюджетом.

3. Salesforce – платформа управления клиентами (CRM), которая помогает бизнесам управлять своими клиентами, продажами и маркетингом.

4. Zoho – набор программ, включающий в себя CRM, учет, проектное управление и другие инструменты для управления бизнесом.

5. Slack – приложение для коммуникации и совместной работы, которое помогает улучшить эффективность командной работы внутри организации.

6. Trello – инструмент для управления проектами и задачами, который помогает организовывать работу и отслеживать прогресс.

7. Mailchimp – платформа для электронного маркетинга, которая позволяет создавать и отправлять электронные рассылки, управлять базой данных клиентов и анализировать результаты кампаний.

8. HubSpot - интегрированное программное обеспечение для маркетинга, продаж и обслуживания клиентов.

Это лишь несколько примеров специализированных программных продуктов, которые могут пригодиться малым предприятиям для улучшения управления бизнесом и повышения эффективности работы. Эти программные решения помогают малым предприятиям повысить эффективность работы, улучшить взаимодействие с клиентами и повысить производительность бизнеса.

Таким образом, организация бухгалтерского учета на малом предприятии отличается от бухгалтерии крупных компаний более простыми формами учета, ограниченным объемом отчетности, оптимизацией процессов учета, использованием специализированного программного обеспечения и регулярной проверкой учетных данных.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://online.consultant.ru/riv/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=464169&dst=100001#AXt8K8UkTUlwgdcF> (дата обращения: 26.03.2024).

2. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 12.12.2023) "О бухгалтерском учете" [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения: 26.03.2024).

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СПРОСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ И ЕГО ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

*Попова Е. В., бакалавр 2-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрено, каким образом проводится анализ потребительского спроса и как можно прогнозировать его изменения. Для организаций важно проводить анализ спроса на продукцию, так как в ходе этого анализа можно выявить такие данные, как наиболее и наименее популярные товары, товары или группы товаров, приносящие наибольшую прибыль, а также динамика интересов потребителей. Также будет рассмотрен пример, как определенные факторы влияют на изменение спроса у потребителей.

Ключевые слова: экономический анализ, спрос, потребитель, организация.

ECONOMIC ANALYSIS OF DEMAND IN THE CONSUMER MARKET OF GOODS AND SERVICES AND ITS FORECASTING

*Popova E. V., bachelor of the 2nd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of «Accounting and Management»,*

Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. The paper considers how the analysis of consumer demand is carried out and how its changes can be predicted. It is important for organizations to analyze the demand for products, since during this analysis it is possible to identify data such as the most and least popular products, products or groups of products that bring the most profit, as well as the dynamics of consumer interests. An example of how certain factors influence changes in consumer demand will also be considered.

Keywords: economic analysis, demand, consumer, organization.

Анализ потребительского спроса играет большую роль для компаний и экономистов, так как он является важным инструментом для принятия обоснованных решений в области производства, ценообразования и маркетинга. Экономический анализ помогает понять, какие товары и услуги больше востребованы на рынке, какие факторы влияют на выбор потребителей и как разработать стратегию, чтобы удовлетворить их потребности. Он основан на изучении данных о спросе, а также на анализе тенденций и паттернов в потребительском поведении. Все это позволяет компаниям принимать информированные решения, минимизировать риски и повышать свою конкурентоспособность.

Спрос – это желание покупателей приобрести желанный товар в необходимом количестве и в необходимом качестве в данное время, на данном рынке и по данной цене. Закон спроса гласит, что, чем ниже цена товара, тем большее его количество захочет и сможет себе позволить купить потребитель. На рисунке 1 изображена кривая спроса (D), отражающая взаимоотношение между ценой (p) и количеством товара (Q), которое покупатели могут приобрести.

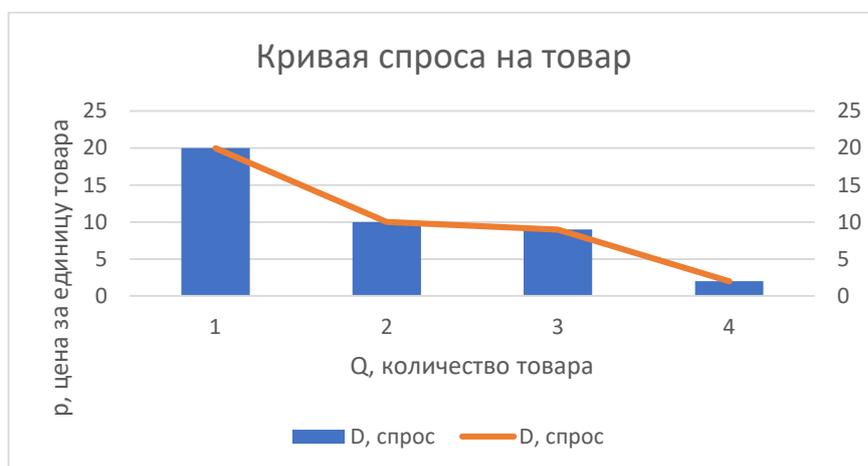


Рисунок 1. Гистограмма спроса на товар

Каждая точка на кривой спроса показывает, какое количество товара может купить потребитель за определенную цену.

Чаще всего во время анализа потребительского спроса следующие методы:

- индексный метод;
- метод экстраполяции;
- метод математического моделирования.

Индексный метод анализа потребительского спроса основан на изучении и оценке относительных динамических показателей, которые отражают соотношение фактического уровня спроса на потребительскую продукцию и ее характеристики в отчетном периоде к их уровню в базисном периоде.

Метод экстраполяции подразумевает под собой необходимость проведения статистического анализа временных рядов. С помощью него на основе тенденций прошлого и настоящего осуществляются последующие прогнозы темпов роста потребления.

Математическое моделирование важно для учета взаимосвязи между потребительским спросом и факторами, влияющими на его уровень.

Следуя избранной маркетинговой стратегии, компания обязательно должна составить прогноз спроса, основываясь на научно обоснованных данных. При проведении прогноза важно учитывать следующие аспекты:

- закономерности;
- концепции;
- причинно-следственные связи между событием и результатом.

При правильном подходе компания может получить точный прогноз, отражающий количество и разнообразие товаров, а также прогнозируемые объемы прибыли в будущем. Прогнозирование спроса компании зависит от объема ресурсов, закупаемых сырьем, что позволяет эффективно распределить финансовые ресурсы и достичь поставленных целей в сжатые сроки.

Прогнозирование потребительского спроса является научным предсказанием общего объема и структуры спроса на товары в прогнозируемом отрезке времени при ряде определённых факторов.

Основными факторами, определяющими спрос потребителя, являются:

- доход: сколько потребители вынуждены тратить;
- потребительские предпочтения: какие виды продукции выбирают потребители в данный момент времени;
- ожидания покупателя: ожидает ли потребитель повышения цены в будущем, например, из-за ограниченного предложения;
- цена: сколько стоит товар;
- цены на сопутствующие товары: существуют ли товары-субституты или комплементарные товары.

Рассмотрим пример влияния основных факторов (ценовой фактор и доходы населения) на изменение спроса на товар, а именно на средства индивидуальной защиты (медицинские маски) во время пандемии.

Ценовой фактор заключается в том, что подъем цен на маски мог привести к снижению спроса, особенно у покупателей с низкими доходами.

Доход населения является фактором, влияющим на изменение спроса, в том числе рост безработицы и снижение доходов, что может снизить спрос на дорогие средства индивидуальной защиты, в то время как рост доходов, наоборот, увеличивает спрос на эти товары.

Страх перед заражением, введение карантинных мер, рекомендации здравоохранения привели к резкому увеличению спроса на средства индивидуальной защиты.

Изменение покупательского поведения: покупатели стали более осознанными и ответственными в отношении личной гигиены, что способствовало увеличению спроса на средства индивидуальной защиты.

Реакция рынка: производители и продавцы быстро адаптировались к измененному спросу, увеличивая производство и разнообразие продукции (средств индивидуальной защиты).

В период с первого января по восьмое марта две тысячи двадцатого года, статистика показывает, что средняя цена на медицинские маски по всей стране выросла. Скачок цен совпал с периодом активного освещения в средствах массовой информации распространения коронавируса во всем мире и в России. С момента предупреждения от Всемирной организации здравоохранения о распространении инфекции за пределами Китая, средняя стоимость медицинских масок выросла с 35 рублей до 98 рублей [5].

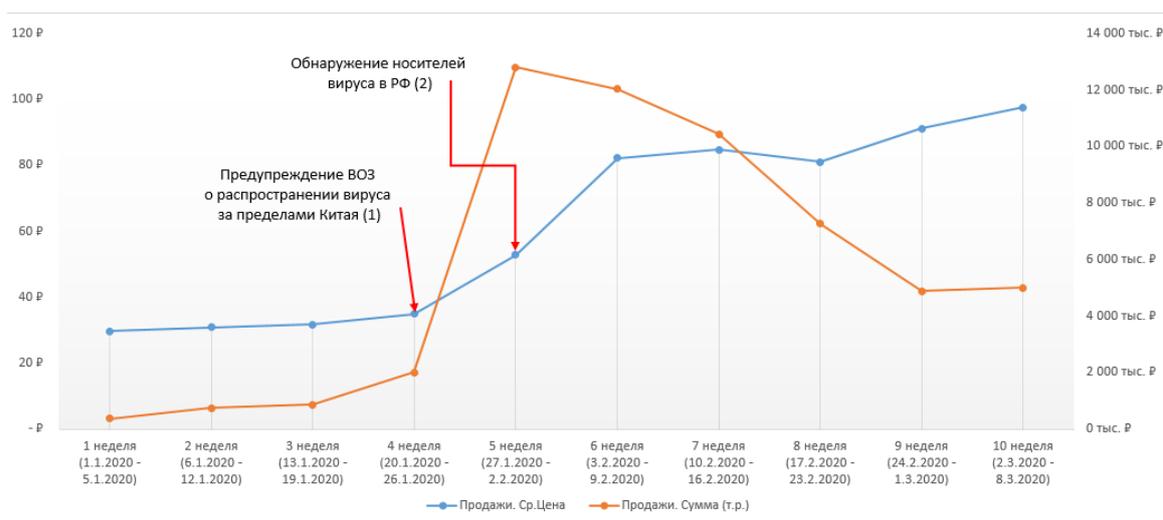


Рисунок 2. Средняя цена на медицинские маски в период с 1 января по 8 марта 2020 года

Изучив эти факторы и пример изменения спроса на средства индивидуальной защиты во время пандемии, мы можем понять, как основные экономические факторы могут влиять на спрос на конкретные товары и услуги.

Перед тем, как приступить к прогнозированию потребительского спроса, необходимо определить горизонт прогнозирования, то есть период, на который будет сделан прогноз.

Таблица 3 - Виды прогнозов на спрос

Виды	Характеристика
1. Оперативный	Охватывает до одного месяца
2. Конъюнктурный	Содержит информацию, прогнозирующую изменения до полугода
3. Краткосрочный	Сохраняет актуальность в течение двух лет
4. Среднесрочный	Прогнозы рассчитаны на 3-5 лет
5. Долгосрочный	Прогнозирует показатели спроса, которые будут актуальны в течение 5-10 лет
6. Перспективный	Рынок исследуется в десятилетней перспективе

Изменение спроса происходит, когда меняется спрос на товары и услуги, хотя цены остаются неизменными. Когда экономика процветает и доходы растут, потребители могут покупать больше. Цены останутся прежними, по крайней мере, в краткосрочной перспективе, в то время как количество проданных товаров увеличивается.

Напротив, можно ожидать, что спрос будет падать при любой цене во время рецессии. Когда экономический рост замедляется, рабочие места, как правило, сокращаются, доходы падают, и люди нервничают, воздерживаясь от произвольных расходов и покупая только предметы первой необходимости.

Процесс прогнозирования потребительского спроса осуществляется последовательно. Его основными этапами являются:

- подготовка и обработка информации для совершения прогнозных расчетов;
- формирование гипотез о социально-экономических условиях ожидаемого развития спроса в прогнозируемом периоде;
- расчёт прогноза на перспективу;
- оценка полученных результатов прогнозирования спроса и формулирование правил для возможных корректировок.

Корректное предсказание спроса со стороны потребителей позволяет компаниям эффективно управлять своими ресурсами, снижать затраты, оптимизировать производственные процессы и повышать свою конкурентоспособность на рынке. Сочетание различных методов прогнозирования, как правило, дает наиболее точные и надежные результаты.

Следует отметить, что прогнозирование потребительского спроса характеризуется множеством вариантов и требует разработки нескольких прогнозов с целью выбора, наиболее подходящего из них.

Таким образом, экономический анализ потребительского спроса и его прогнозирование играют важную роль в управлении предприятием и помогают компаниям адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и предпринимать необходимые действия раньше конкурентов.

Библиографический список

1. Борисовская Т.А., Микроэкономика: учебное пособие / Т.А. Борисовская. Москва: Русайнс, 2023. 183 с. URL: <https://book.ru/book/950335> (дата обращения: 8.03.2024).
2. Никифорова Н.А., Миловидова С.Н., Иззука Т. Б. [и др.]. Экономический анализ: учебник /; под общ. ред. Н.А. Никифоровой. Москва: КноРус, 2023. 582 с.
3. Парушина Н. В., Губин В. Е., Бутенко И. В. [и др.] Экономический анализ.: учебное пособие / Н.В. Парушина, В.Е. Губин, И. В. Бутенко [и др.]; под ред. Н. В. Парушиной. Москва: КноРус, 2022. 299 с.
4. Бутакова М.М. Методы экономического прогнозирования: учебное пособие / М. М. Бутакова. Москва: Русайнс, 2024. 211 с.
5. Средняя цена на медицинские маски в период пандемии в России [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://pharmvestnik.ru/content/news/Srednyaya-cena-medicinskih-masok-v-Rossii-vyrosla-v-2-8-raza-s-nachala-goda.html?> (дата обращения: 10.03.2024)

УДК 657.44

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ И УЧЕТА ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

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

Аннотация. В работе рассмотрено понятие «финансовый результат», которое, в свою очередь, является одним из основных критериев успеха деятельности организации. Данный объект бухгалтерского учета предоставляет информацию об эффективности и рентабельности производства, поэтому учет и анализ финансового результата являются важным приоритетом для управленцев.

Ключевые слова: прибыль, финансовый результат, убыток, бухгалтерский учет, организация, активы, пассивы, бухгалтерская отчетность, отчетный период, план счетов.

THE PROCEDURE FOR THE FORMATION AND ACCOUNTING OF THE FINANCIAL RESULT OF THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

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 article considers the concept of "financial result", which, in turn, is one of the main criteria for the success of an organization. This accounting object provides information about the efficiency and profitability of production, therefore accounting and analysis of financial results are an important priority for managers.

Keywords: profit, financial result, loss, accounting, organization, assets, liabilities, financial statements, reporting period, chart of accounts.

В настоящее время деятельность любой коммерческой организации направлена на достижение прибыли – финансового результата, при котором выручка от деятельности предприятия превышает затраты на производство. Однако, в зависимости от большого количества факторов внешней экономической среды, внутренней политики управления и производства предприятие может получить негативный финансовый результат или, иными словами, убыток.

То есть финансовый результат является основополагающим показателем деятельности организации, отражающим ее финансовое положение в определенный период времени, который рассчитывается путем вычитания из доходов, понесенных в результате осуществления предпринимательской деятельности расходов.

Прибыль является стимулом для дальнейшей работы компании, что в свою очередь благотворно влияет на экономическую среду. Она выполняет следующие функции в рамках рыночных отношений:

- дает информацию о полученном в ходе осуществления детальности экономическом эффекте;
- формирует основные финансовые ресурсы организации;
- играет важную роль в бюджетной системе любого государства.

В России учет финансовых результатов происходит согласно порядку, прописанному в Федеральном законе № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете», Налоговом кодексе РФ, ПБУ 9/99 «Доходы организации», ПБУ 10/99 «Расходы организации», ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» и т.д. Также учет регламентируется локальными документами, такими как учетная политика организации.

Правильно организованный учет финансовых результатов способствует систематизации и упорядочиванию информации о финансовом положении организации посредством сбора, регистрации и обобщения данных. Главными задачами этого раздела учета являются:

- консолидация информации о прибылях и убытках организации согласно принципам ведения бухгалтерского учета;
- предоставление полных и соответствующих действительности сведений о финансовых результатах компании заинтересованным лицам: как внутренним (управленцы, работники), так и внешним (налоговые органы) пользователям;
- снижение рисков получения отрицательных результатов;
- обеспечение финансовой устойчивости компании путем определения внутренних резервов.

В бухгалтерском учете для отражения операций, связанных с формированием финансового результата, используют представленные в VIII разделе Плана счетов синтетические счета, а именно – счет 90 «Продажи», счет 91 «Прочие доходы и расходы», счет 99 «Прибыли и убытки». При реформации баланса также используется счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» (рис.1). Счет 90 «Продажи» консолидирует информацию о прибыли/убытке, которую организация получает при осуществлении основных видов деятельности. По кредиту данного счета отражается выручка предприятия от продажи товаров, оказания услуг, в то время как по дебету бухгалтер обязан показать себестоимость данных товаров, услуг. На субсчетах счета 91 «Прочие доходы и расходы» отражается информация о доходах и расходах от иной деятельности организации, процентах по выданным и полученным кредитам и займам, разницах, полученных в результате изменения курса валют, прибылях (убытках) прошлых лет, которые удалось выявить в отчетном периоде и т.д. Дебет счета предназначен для отражения расхода, а кредит – дохода. Функция счета 99 «Прибыли и убытки» раскрывается в синтезе информации о доходах и расходах организации в одно целое, тем самым подводя финансовый итог деятельности компании за отчетный период. Данный счет предполагает участие в корреспонденциях:

- со счетом 90 «Продажи» при отражении прибыли или убытка от обычных видов деятельности;
- со счетом 91 «Прочие доходы и расходы» при отражении сальдо прочих доходов и расходов;
- со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам» при начислении налога на прибыль, постоянных обязательств;
- со счетом 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» при отражении чистой прибыли (убытка) в конце отчетного года.



Рисунок 1 – Формирование финансового результата и счета бухучета

В приложении «1С:Бухгалтерия 8» - одной из самых популярных программ для работы с учетом – реформацию баланса можно выполнить при помощи регламентной операции, которая носит

соответствующее название «Реформация баланса». Данная функция включена в обработку «Закрытие месяца» и доступна только в конце года.

Также программа предоставляет возможности по введению дополнительных аналитик при учете расходов и доходов организации. Бухгалтер может ввести более детализированные статьи доходов и расходов, создать новые субсчета согласно учетной политики компании в целях удовлетворения потребностей управленческого персонала.

Информацию о финансовых результатах бухгалтер обязан отразить во второй форме бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах». В программе «1С:Бухгалтерия 8» создание печатной формы отчета с его последующей выгрузкой возможно во вкладке «Регламентированные отчеты» (рис.2). Собранные и зарегистрированные данные автоматически разносятся по строкам отчетам, упрощая работу и сокращая трудозатраты бухгалтера.

← Бухгалтерская отчетность за Январь - Март 2024 г. (Магазин №23) *

Записать Заполнить Проверка Печать Отправить Выгрузить

В работе Отправьте отчет через 1С-Отчетность - самый удобный способ сдачи отчетности. [Все способы](#)

Бухгалтерский баланс
Отчет о финансовых результатах

Отчет о финансовых результатах
за Январь - Март 2024 г.

Форма по ОКУД	0710002		
Дата (число, месяц, год)	31	03	2024
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Магазин №23"		
Идентификационный номер - аг.оплательщика	ИНН 7799555448		
Вид экономической деятельности	Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах		
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		
Единица измерения	в тыс. рублей		
по ОКПО	47.11		
по ОКФС / ОКФС	12300	16	
по ОКЕИ	384		

Настройка состава строк

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Март 2024 г.	За Янв-рь - Март 2023 г.
	Выручка	2110	-	-
	Себестоимость продаж	2120	-	-
	Валовая прибыль (убыток) в том числе:	2130	-	-

* Добавить строку

Рисунок 2. Отчет о финансовых результатах в 1С:Бухгалтерия 8

Бухгалтерский учет финансовых результатов предоставляет информацию для анализа финансового положения организации. Анализ доходов/расходов позволяет компании своевременно реагировать на возможные перемены и трудности, возникающие в постоянно конкурирующей экономической среде. С помощью анализа прибыли/убытка можно:

- установить систематический контроль за планами продаж товаров, услуг;
- выявить условия, которые могут значительно повлиять на показатели доходов или расходов компании;
- определить возможные ресурсы, необходимые для повышения коэффициента рентабельности деятельности организации;
- разработать мероприятия по оптимизации затрат производства;
- оценить абсолютные и относительные финансовые показатели и т.д.

Таким образом, учет доходов и расходов организации является не только обязанностью, но и необходимостью в целях оптимизации затрат и улучшения финансового положения компании. Существующие в бухгалтерском учете счета и их корреспонденции направлены на регистрацию всех хозяйственных операций, совершаемых экономическим субъектом, которые фактически формируют финансовый результат. Он же, в свою очередь, отражается на специальных счетах 90, 91, 99, чья задача состоит в консолидации информации об итогах деятельности компании в зависимости от вида доходов и расходов.

Благодаря учету информация о прибылях и убытках систематизирована и готова для анализа управления. Полученные данные помогают скорректировать векторы работы организации, а также принять верное управленческое решение.

Библиографический список

1. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению»

2. Официальный сайт журнала «Главбух» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.glavbukh.ru> (дата обращения: 27.03.2024).

3. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 27.03.2024).

УДК 657.47

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Савкина А.А. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается актуальность учета затрат на производство. Представлена классификация затрат, рассмотрены методы калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, затраты, издержки, учет затрат, себестоимость, калькулирование себестоимости.

ACCOUNTING FOR PRODUCTION COSTS

Savkina A.A. bachelor's degree of the 3rd year

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

Abstract. The article discusses the relevance of accounting for production costs. A classification of costs is presented, methods for calculating the cost of products, works, and services are considered.

Keywords: accounting, costs, expenses, cost accounting, cost, cost calculation.

Затраты на производство продукции, работ и услуг непосредственно связаны с непрерывностью деятельности организации. В процессе функционирования предприятия, производящего продукцию, потребляется сырье, материалы, энергия, топливо. К затратам относятся и выплачиваемая заработная плата сотрудникам, страховые отчисления во внебюджетные фонды, накопленная амортизация. В процессе всего цикла производства эти затраты восстанавливаются за счет получаемой выручки от продажи произведенной продукции.

Затраты на производство являются основным фактором, влияющим на объемы производства и прибыль. Актуальность учета затрат на производство обуславливается тем, что любое предприятие несет в себе те или иные расходы для производства продукции, оказания услуг. При неправильной организации учета затрат возможны недооценка или переоценка себестоимости продукции, недостаточное финансирование производства из-за неправильного распределения затрат, неэффективное использование ресурсов из-за неправильной оценки затрат, а также к возможности получению штрафов и санкций за нарушение использования законодательства и стандартов бухгалтерского учета. Все это может привести к неправильному установлению цен на продукцию, снижению качества продукции, излишку или недостатку потребления продукции, что, в свою очередь, может привести к большим убыткам.

Затраты на производство продукции – совокупность всех издержек производства за конкретный период времени, выраженная в денежной форме и связанные с обеспечением процесса производства [1].

В разных источниках дают несколько определений затрат. Согласно определению Булгакова С.В. затраты определяются как стоимостное выражение экономических ресурсов, потребленных в процессе изготовления и продажи производимого продукта, а также на поддержание потенциала экономического субъекта в производственной готовности [2]. трактует затраты как явные издержки предприятия – количество средств (не только денежных), израсходованных на приобретение любых ресурсов для организации, в том числе активов, а также на другие цели бизнеса, не приводящие к образованию активов [3].

При учете затрат на производство продукции, работ, услуг своевременно и полно отражаются в учете все фактические затраты, связанные с производимой продукцией, реализацией, оказанием услуг, потерь и расходов.

Организация учета затрат во многом зависит от:

- вида деятельности организации;
- организационной структуры управления;

- правовой формы;
- размера организации.

При учете затрат определяется себестоимость каждой единицы продукции. Себестоимость – это оценка всех затрат, непосредственно связанных с выполнением работ или оказанием услуг. Себестоимость отражает все аспекты финансовой хозяйственной деятельности предприятия и играет ключевую роль в повышении эффективности производства. Чем меньше будет себестоимость, тем эффективнее будет производство. Затраты на производство продукции формируют производственную себестоимость, а общая себестоимость продукции включает в себя и расходы, связанные с ее реализацией.

Способом исчисления себестоимости является калькуляция. Калькуляция – это определение затрат в стоимостной оценке на производство единицы или группы продукции.

Выделяют несколько видов калькуляции:

- плановая калькуляция используется для определения средней себестоимости продукции за определенный период времени;
- фактическая – показывает фактические затраты на производство продукции по данным бухгалтерского учета за определенный период времени;
- нормативная – составляется на основе имеющихся норм расхода сырья и материалов;
- сметная – составляется на определенный период времени для определенного вида изделия или работы.

Затраты на производство классифицируются по нескольким направлениям. По способу включения в себестоимость продукции затраты делятся на прямые, которые относятся к производству одного вида продукции, к ним относят основные материалы, сырье и т.д., и косвенные, которые отражаются при производстве нескольких видов продукции, такие как ремонт зданий, расходы на содержание и эксплуатацию оборудования и т. д.

По экономической роли затраты на производство бывают основные и накладные. Основные затраты – это затраты, которые связаны с технологическим процессом, такие как сырье, материалы, топливо и энергия. Накладными затратами являются затраты, которые связаны с управлением производством и организацией в целом, например, заработная плата персонала, а также затраты, связанные с освещением и отоплением, амортизация зданий и так далее.

По отношению к объему производства различают условно-постоянные затраты, величина которых несущественно зависит от объема выпуска продукции (затраты на отопление, амортизационные отчисления и т.д.) и условно переменные, которые увеличиваются либо уменьшаются соответственно объему производства (затраты на сырье, топливо, основные материалы и т.д.).

Более подробная классификация представлена на рисунке 1.

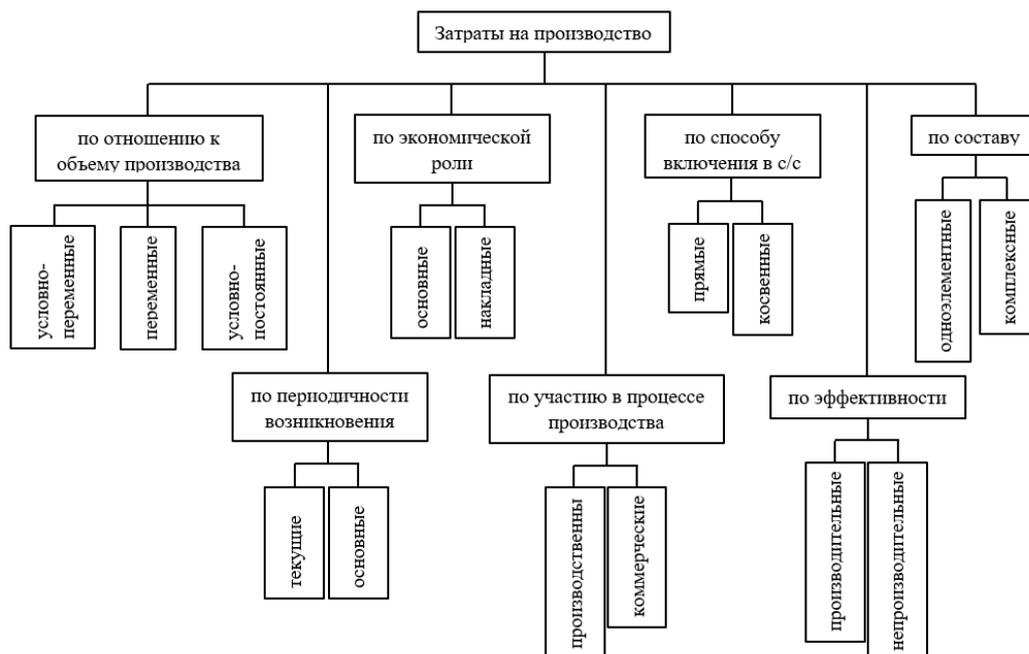


Рисунок 1. Классификация затрат на производство

Существует четыре метода учета затрат по объектам калькулирования, и в зависимости от вида деятельности организация сама выбирает, каким методом вести учет затрат на производство.

Показный метод учета затрат применяется в производстве индивидуальных и мелкосерийных сложных изделий, а также при выполнении опытных, экспериментальных или ремонтных работ. Данный метод характеризуется совпадением объекта учета затрат и объекта калькулирования – производственного заказа. Сущность показного метода калькулирования состоит в том, что все прямые затраты учитываются по установленным статьям калькуляции по каждому производственному заказу в отдельности. Задачей калькуляции при показном методе является определение себестоимости каждого заказа [3].

Попроцессный метод учета затрат и калькулирования применяется в добывающих отраслях промышленности, энергетике. Попроцессный метод учета затрат на производство предполагает общий подход к учету расходов и калькулированию себестоимости, не разделяя этот процесс на отдельные фазы. Прямые и косвенные расходы учитываются в общей сумме по всем статьям калькуляции для всего объема выпускаемой продукции. Средняя себестоимость продукции определяется путем деления общей суммы всех расходов на количество произведенной продукции [4].

Попередельный метод учета затрат применяется в производстве массовой продукции, где используется однородное сырье и материалы. Сущность попередельного калькулирования заключается в том, что процесс получения готовой продукции состоит из нескольких последовательных, самостоятельных фаз обработки, то есть переделов. Затраты на производство учитываются по цехам и статьям расходов. Фактическая себестоимость продукции определяется путем суммирования затрат на каждом этапе производства для каждого вида продукции [4].

В промышленности применяются два варианта попередельного метода учета затрат: полуфабрикатный и бесполуфабрикатный.

При бесполуфабрикатном способе учет затрат осуществляется без определения себестоимости полуфабрикатов при передаче полуфабрикатов из передела на передел. По каждому переделу учитывают только затраты и определяется себестоимость уже готовой продукции.

Полуфабрикатный способ калькулирует себестоимость не только готовой продукции, но и самого полуфабриката, то есть калькулируется себестоимость при переходе из одного передела в другой. Полуфабрикатный вариант ведется как с использованием счета 21, так и без него [2].

Нормативный метод учета затрат на производство применяется в случаях массового и серийного производства сложной продукции с большим количеством деталей и узлов. Он основан на установлении норм основных затрат и смет расходов на обслуживание производства. Эти нормы определяются технологическим процессом и используются для учета сырья, материалов и оплаты работ. Такой подход помогает оперативно выявлять причины отклонения фактических расходов от установленных норм: экономию или дополнительные расходы. Ведется учет изменений норм, и для каждого вида продукции составляется калькуляция нормативной себестоимости. Фактическая себестоимость определяется путем суммирования нормативной себестоимости и отклонений (с учетом экономии) [4].

Таким образом, учет затрат на производство является главной составляющей управления предприятием, поскольку с его помощью детально оценивается себестоимость продукции, определяются цены на продукцию, контролируется использование ресурсов. Неправильный учет затрат может привести к серьезным финансовым рискам для организации. Для улучшения учета затрат на производство рекомендуется использовать современные методы и технологии учета, автоматизировать процессы сбора и анализа данных, обеспечить своевременное и точное отражение затрат в учетной системе. Важно также обучать сотрудников, ответственных за учет затрат на производство, чтобы они были компетентными и могли правильно оценивать затраты и принимать обоснованные управленческие решения.

Библиографический список

1. Приказ Минсельхоза России от 13.06.2001 N 654 "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций агропромышленного комплекса и Методических рекомендаций по его применению" (раздел 3).

2. Булгакова С. В., Управленческий учет : учебник / С. В. Булгакова. Москва : КноРус, 2023. 288 с.

3. Демина И. Д. Управленческий учет : учебное пособие / И. Д. Демина, В. В. Сорокина. Москва : КноРус, 2021. 175 с.

4. Методы учета затрат на производство [Электронный ресурс] // URL: <https://glavkniga.ru/situations/k502694?ysclid=ltv9adxlmf602938664> (Дата обращения: 29.03.2024)

**МЕТОДИКА АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО
«РУСПЛАСТ»**

*Савкина А.А., бакалавр 3-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье описана методика проведения анализа финансовой устойчивости организации с использованием четырех систем относительных показателей на примере ООО «Руспласт».

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовые коэффициенты, относительные показатели, анализ.

**METHODOLOGY FOR ANALYSIS AND ASSESSMENT OF FINANCIAL STABILITY ON THE EXAMPLE
OF RUSPLAST LLC**

*Savkina A.A., bachelor's degree of the 3rd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article describes a methodology for analyzing the financial stability of an organization using four systems of relative indicators using the example of Rusplast LLC.

Keywords: financial stability, financial ratios, relative indicators, analysis.

При функционировании организации главным критерием является ее финансовая устойчивость. Финансовая устойчивость – это положительный результат деятельности, обеспечение организации собственными средствами, их использования. Финансовая устойчивость неразрывно связана с эффективностью производства и конечным результатом этого производства, финансовым результатом. Уменьшение объема производства, убыток, высокая себестоимость производимой продукции ведут к финансовой неустойчивости предприятия.

Организация может иметь устойчивое финансовое положение, неустойчивое и кризисное. Об устойчивом финансовом положении в первую очередь можно говорить при наличии у организации способности своевременно осуществлять необходимые платежи, финансировать свою деятельность за счет собственных средств, поддерживать свою платежеспособность.

Устойчивое финансовое состояние достигается при достаточности собственного капитала, хорошем качестве активов, достаточном уровне рентабельности с учетом операционного и финансового риска, достаточности ликвидности, стабильных доходах и широких возможностях привлечения заемных средств.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия проводится качественный анализ и оценка данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах по относительным показателям. Анализ отчетности по относительным показателям включает в себя четыре системы, каждая из которых характеризует использование капитала организации, деловую активность или оборачиваемость активов, уровень доходов предприятия или рентабельность, ликвидность и платежеспособность предприятия.

Для определения финансовой устойчивости ООО «РусПласт» проведем анализ отчетности за 2021-2023 годы, рассчитав следующие коэффициенты, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Относительные показатели финансовой отчетности

Показатели	Оптим. знач.	2021г.	2022г.	2023г.	Изменение (+-) по отношению к		
					оптим. знач	2021г.	2022г.
I система:							
- Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,0935	0,0790	0,0692	-86,16	-25,98	-12,36
- Коэффициент финансовой зависимости	$\leq 0,5$	0,9065	0,9210	0,9308	86,16	2,68	1,06
- Коэффициент финансового левериджа	≤ 1	9,6966	11,6641	13,4508	1245,08	38,72	15,32
- Коэффициент оборачиваемости СОК	$\geq 0,1$	-0,0316	0,0354	0,0471	-52,94	-249,14	32,82

- Коэффициент финансирования	≥1	0,1031	0,0857	0,0743	-92,57	-27,91	-13,28
- Коэффициент инвестирования	≥0,5	0,7712	1,7497	2,9783	495,66	286,17	70,22
- Коэффициент постоянного значения	0,6-0,8	-0,2966	0,4285	0,6642	10,71	-323,95	55,03
- Коэффициент маневренности	≥0,5	1,2966	0,5715	0,3358	-32,85	-74,10	-41,25
II система:							
- Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	-	4,5652	2,5304	2,0904	-	-54,21	-17,39
- Коэффициент закрепления оборачиваемых активов	-	0,2190	0,3952	0,4784	-	118,39	21,05
- Продолжительность оборота в днях (n)	-	78,8574	142,2673	172,2164	-	118,39	21,05
III система							
- Рентабельность продаж	-	1,2397	1,4002	1,1203	-	-9,63	-19,99
- Рентабельность активов	-	0,0497	0,0338	0,0229	-	-54,01	-32,39
- Рентабельность собственного капитала	-	0,5320	0,4285	0,3306	-	-37,86	-22,85
- Рентабельность заемного капитала	-	0,0549	0,0367	0,0246	-	-55,21	-33,10
IV система							
- Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,25	0,1797	0,1518	0,0389	-84,45	-78,36	-74,39
- Коэффициент критической ликвидности	0,7-0,8	1,1797	1,1518	1,0389	48,41	-11,94	-9,80
- Коэффициент текущей ликвидности	≥2	1,0371	1,6057	1,6117	-19,42	55,41	0,37

1 система коэффициентов характеризует использование капитала предприятия. И первый рассчитанный нами коэффициент характеризует долю активов организации, которые сформированы за счет собственных средств. Коэффициент финансовой независимости (автономии) в 2023 году равен 0,0692, что на 86% ниже нормативного значения. По сравнению с базисным 2021 годом он ниже на почти 26%. Можно сделать вывод, что данное предприятие финансово нестабильно и имеет большую зависимость от внешних финансовых источников.

Коэффициент финансовой зависимости также растет по сравнению с 2021 годом и равняется 0,9308, что на 86% больше нормативного значения соответственно. Это также подтверждает большую финансовую зависимость предприятия от внешних финансовых источников.

Коэффициент финансового левериджа (финансового рычага) рассчитывается как отношение заемного капитала к собственному и соответственно характеризует использование заемных средств. В 2023 году использование заемных средств почти в 12,5 раз больше нормативного значения. С каждым годом данный коэффициент растет в среднем на 15%, что говорит о том, что организация теряет свою финансовую независимость и ее финансовое положение с каждым годом становится менее устойчивым.

Коэффициент обеспеченности СОК показывает достаточность собственного оборотного капитала в сумме всех оборотных активов предприятия. В 2023 году коэффициент равен 0,0471, что на 53% меньше допустимого значения. По сравнению с 2021 годом коэффициент обеспеченности СОК увеличился на 250%, по сравнению с 2022 годом – на 33%. Расчет данного коэффициента позволяет сделать вывод, что способность компании к финансированию своей деятельности за счет СОК возросла к 2023 году, но еще не достигла достаточного уровня.

Следующий рассчитанный нами коэффициент является отношением собственного капитала к заемному и соответственно показывает, какая часть предприятия финансируется за счет собственных средств. В 2023 году коэффициент финансирования составляет 0,0743, что на 92,5% меньше нормативного значения и на 13% меньше, чем в предыдущем. Коэффициент с каждым годом уменьшается, что означает рост риска возникновения неплатежеспособности организации.

Коэффициент инвестирования показывает степень покрытия внеоборотных активов собственным капиталом. В 2023 году коэффициент инвестирования составляет 2,9783, что в 4,95 раза больше нормативного значения. По сравнению с 2021 и 2022 годом он также растет на 286% и 70% соответственно, что говорит о полном покрытии долгосрочных вложений в деятельность предприятия собственными средствами и долгосрочными заемными средствами.

Коэффициент постоянного актива определяется отношением внеоборотных активов организации к собственному капиталу. В 2023 году он равняется 0,6642 и попадает в предел нормы 0,6-0,8, что говорит об устойчивости финансового положения организации и обеспеченности внеоборотных активов собственными средствами. Данный коэффициент по сравнению с 2021 годом вырос на 324%, по сравнению с 2022 годом – на 55%.

Последний коэффициент в первой системе это коэффициент маневренности, который определяется путем деления СОК на собственный капитал предприятия. В 2023 году коэффициент равен 0,3358, что на 41% меньше, чем в 2022 году и на 74% меньше, чем в 2021 году. Поскольку коэффициент уменьшается, можно предположить, что собственные средства предприятия были вложены в труднореализуемые активы, и их сложно быстро мобилизовать на покрытие долгосрочных и краткосрочных платежей.

2 система финансовых коэффициентов характеризует деловую активность предприятия. Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала показывает, сколько раз за период оборотные активы полностью обернулись для получения выручки. В 2023 году он равен 2,0904, что означает, что оборотные активы за год обернулись дважды. Мы видим, что за период с 2021 по 2023 годы динамика коэффициента идет на спад, что свидетельствует о неэффективном использовании оборотных активов, замедлении темпов развития предприятия.

Коэффициент закрепления оборотных активов показывает, какое количество оборотных средств приходится на 1руб. товарооборота предприятия. Здесь мы можем заметить динамику роста коэффициента с 0,2190 в 2021 году до 0,4784 в 2023 году, что отражает снижение финансовой устойчивости предприятия.

3 система финансовых коэффициентов характеризует уровень доходности или рентабельности. Рентабельность продаж в 2023 году составляет 1,1203%, что говорит о том, какую часть от выручки составляет чистая прибыль. Если смотреть в динамике, то коэффициент в период 2021-2023 годах примерно одинаковый. Рентабельность продаж организации невысокая, но она стабильно работает и получает стабильную прибыль ежегодно, затрачивая примерно одинаковое количество материалов для производства.

Рентабельность активов у организации невысокая и составляет 0,0229, что на 32% меньше, чем в 2022 году и на 54% меньше, чем в 2021 году. Невысокие значения говорят о том, что компания либо неэффективно использует активы, либо у нее много заемных средств. Поскольку ранее, рассчитывая коэффициент финансового левериджа мы получили высокие значения, то можно сделать вывод, что организация действительно имеет большое количество заемных средств.

Рентабельность собственного капитала показывает, какой доход приносит собственнику его собственный капитал. У данной организации показали низкие, составляют 0,5320 в 2021 году, 0,4285 в 2022 году и 0,3306 в 2023 году. Можно сделать вывод, что организация получила 0,3% дохода от своего собственного капитала.

Рентабельность заемного капитала, в свою очередь, показывает, какую прибыль организации приносит заемный капитал. Показатели еще ниже, чем у рентабельности собственного капитала. В 2023 году организация получила 0,02% дохода от всего заемного капитала.

4 система коэффициентов характеризует ликвидность и платежеспособность организации. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть кредитов организация может погасить без продажи своих активов. В 2021 году коэффициент был равен 0,17, в 2022 году – 0,15. В 2023 году положение резко ухудшилось и коэффициент стал равен 0,03. Платежеспособность организации снизилась.

Коэффициент критической ликвидности показывает способность компании погашать свои текущие обязательства за счет высоколиквидных активов. Коэффициент в динамике 2021-2023 года равен +1,03-1,17, что является хорошим показателем и подтверждает способность данной организации погасить свои текущие обязательства.

Коэффициент текущей ликвидности равен 1,61 в 2023 году и в динамике с 2021 года он увеличивается. Такое положение говорит о том, что у компании достаточно ликвидных активов, которые могут покрыть текущие обязательства.

Рассчитав вышеописанные коэффициенты можно сделать вывод, что организация ООО «РусПласт» имеет достаточную финансовую устойчивость. Она способна покрывать свои обязательства за счет использования своих активов. Организация имеет большое количество привлеченных извне средств, но при дальнейшем функционировании и развитии есть возможность свести привлечение заемного капитала к минимуму.

Библиографический список

1. Чеглакова С. Г. Анализ финансовой отчетности : учебник / С.Г. Чеглакова. Москва : Русайнс, 2024. 237 с.
2. Экономический анализ: учебно-практическое пособие / Е.В. Борисова, Е.И. Кузнецова, А.С. Лошаков [и др.]. Москва : Русайнс, 2024. 145 с.

УДК 658.3.07

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

*Самотос Д.А. бакалавр 3-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В работе представлены причины просрочек дебиторской задолженности, проанализированы показатели, характеризующие состояние расчетов с покупателями и заказчиками. Даны рекомендации по контролю за дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, расчеты с покупателями и заказчиками, оборачиваемость

ANALYSIS OF THE STATUS OF SETTLEMENTS WITH BUYERS AND CUSTOMERS

*Samotos D.A. bachelor of the 3rd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The paper presents the causes of overdue accounts receivable, analyzes the indicators characterizing the state of settlements with buyers and customers. Recommendations on the control of accounts receivable are given.

Keywords: accounts receivable, settlements with customers and customers, turnover

Правильный учет дебиторской задолженности является одним из самых главных вопросов бухгалтерского учета в организации в целом. Очень важно построить систему управления дебиторской задолженностью. Неправильно выстроенная система такого управления или ее отсутствие в принципе является довольно серьезной проблемой для любой организации по ряду причин:

- из-за несвоевременной оплаты дебиторской задолженности контрагентом у компании-кредитора не будет средств погашать свои собственные обязательства, такие как заработная плата работникам, имеющаяся кредиторская задолженность. В этом случае возникает кассовый разрыв. Для его покрытия возникнет необходимость в получении кредита. Зачастую такие кредиты являются срочными, что делает их довольно дорогими в обслуживании. Это обстоятельство влияет на прибыль организации. Деятельность компании становится менее эффективной;

- существует высокий риск не получить выплату по дебиторской задолженности вообще. Если выплата задерживается, значит, компания-должник испытывает проблемы, и их результатом может стать ее банкротство и, как следствие, непогашенную задолженность придется списать в убыток, что снизит прибыль компании;

Просрочки по оплате дебиторской задолженности имеют свои основания:

- основанием для будущих просрочек является отсутствие проверки нового покупателя на предмет платежеспособности;

- из-за отсутствия выстроенной системы управленческого учета отсутствует информация о сроках погашения долга. Она содержится в тексте договора, подписанного с клиентом, но в учетных документах такая информация может отсутствовать. Путем решения этой проблемы может стать доработка в учетных системах, составление платежного календаря;

- ответственность за контроль оплаты дебиторской задолженности не поручена конкретному сотруднику. Необходима четкая система контроля (еженедельного, ежемесячного) и оценки тенденций по погашению дебиторской задолженности [3]. При налаженной системе можно выявить виновное лицо, отследить отрицательную динамику, сделать это гораздо быстрее и не допустить увеличения долга. Пример такого распределения ответственности показан на рисунке 1;



Рисунок. 1 Ответственность сотрудников по работе с дебиторской задолженностью

- не проведение сверки с контрагентами. Нередки случаи, когда размер дебиторской задолженности у контрагента отличается от суммы, указанной в учете компании-кредитора. Это происходит, например, из-за неверно оформленного документа. Некоторые компании имеют четкие требования к оформлению документации. И несоответствующий этим требованиям документ на оплату долга может быть просто не принят во внимание контрагентом. Получится своего рода недопонимание. Компания-кредитор ждет оплаты положенной ей суммы долга, а компания-дебитор ждет исправления необходимого документа. Выявить это можно в результате сверки.

В качестве информационной базы для проведения анализа дебиторской задолженности на предмет просрочки выступает бухгалтерский баланс. Состояние дебиторской задолженности отражается в одноименной строке 1230 баланса.

Для большей наглядности следует показать состояние и структуру дебиторской задолженности на примере ПАО ПЗ «Сигнал». ПАО ПЗ «Сигнал» производит войсковые приборы радиационной и химической разведки. Являясь предприятием Росатома, «Сигнал» изготавливает оборудование для АЭС. Данные о величине расчетов с покупателями и заказчиками представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели величины дебиторской задолженности ПАО ПЗ «Сигнал» за 2020-2022 годы, тыс. руб.

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темп роста 2021/2020 гг.		Темп роста 2022/2021 гг.	
				Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	356 371	462 505	718 161	106 134	29,78	255 656	55,28
Итого по разделу	1 008 394	1 276 225	2 395 629	267 831	26,56	1 119 404	87,71
Баланс	1 234 047	1 490 705	2 763 151	256 658	20,80	1 272 446	85,36

По результатам, полученным выше, можно сказать, что дебиторская задолженность в 2021 году увеличилась на 106 млн. руб., что составило почти 30% по сравнению с предыдущим 2020 годом. По сравнению с 2021 годом, в 2022 году расчеты с покупателями и заказчиками увеличились на 255,7 млн. руб., что в переводе в проценты составило более 55%.

Причиной увеличения дебиторской задолженности могут быть:

- рост продаж;
- увеличение отсрочки погашения задолженности;
- увеличение срока оплаты;
- неналаженная система контроля за дебиторской задолженностью. Этот пункт может стать причиной просрочки оплаты долга контрагентом. Последствия описаны выше.
- снижение оборачиваемости дебиторской задолженности.

Для оценки состояния дебиторской задолженности в организации используют ряд показателей, представленных в таблице 2. Данные показатели рассчитываются по данным бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах ПАО ПЗ «Сигнал».

Таблица 2 – Основные показатели состояния дебиторской задолженности за 2021-2022 годы

Название показателя	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	2,9086	3,7640	3,3904
Продолжительность оборота	125,48	96,97	107,66

Коэффициент закрепления дебиторской задолженности	0,3438	0,2657	0,2949
---	--------	--------	--------

Для выявления причин увеличения дебиторской задолженности следует рассчитать коэффициент ее оборачиваемости.

Как видно из таблицы 2 коэффициент оборачиваемости в 2021 году сильно вырос по сравнению с предыдущим годом, в то время как в 2022 году едва заметно снизился. Чем выше показатель оборачиваемости дебиторской задолженности, тем выше скорость оборота денежных средств между компанией-кредитором и контрагентом. То есть покупатели быстрее погашают свою задолженность. В данном случае коэффициент оборачиваемости показывает, что скорость оборота денежных средств в 2022 году снизилась, контрагенты задерживают оплату по долгам.

Стоит заметить, что коэффициент остается на достаточно хорошем уровне, но прослеживается тенденция к снижению.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности зачастую применяется вкупе с расчетом продолжительности оборота.

Таким образом, по результатам расчета, можно сделать вывод о том, что эффективность управленческой политики падает и контрагенты теряют платежеспособность. На это могли повлиять санкции и многие другие условия.

В этом случае важно не допустить появления просрочек платежей по дебиторской задолженности.

Вместе с коэффициентом оборачиваемости дебиторской задолженности следует рассчитать коэффициент закрепления. Эта величина, обратная коэффициенту оборачиваемости. Она показывает, сколько дебиторской задолженности приходится на единицу выручки от продаж.

Чем ниже значение коэффициента закрепления, тем эффективнее использование денежных средств, авансируемых в дебиторскую задолженность [1]. В данном случае эффективность использования снижается, что подтверждает выводы, полученные на основе расчетов предыдущих показателей.

Опираясь на данные таблицы 2, можно сказать, что в 2021 году в компании ПАО ПЗ «Сигнал» произошло улучшение состояния дебиторской задолженности. Компания смогла удержать эти показатели на довольно хорошем уровне в 2022 году.

На основе проведенного анализа можно дать ряд рекомендаций по недопущению просрочек и контролю за уплатой дебиторской задолженности:

- своевременно проводить анализ состава и структуры дебиторской задолженности в организации;
- назначить ответственных за учет и мониторинг состояния расчетов с покупателями и заказчиками лиц;
- наладить системы управленческого учета и внутренней коммуникации;
- следить за соотношением объемов кредиторской и дебиторской задолженностей, так как это может привести к увеличению первой или даже к банкротству;
- отражать в бухгалтерском учете сроки погашения дебиторской задолженности;
- внедрить в учетные системы специальных программ, для наглядного и полного учета расчетов с покупателями и заказчиками.

Библиографический список

1. Богатырева С. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : учебник для среднего профессионального образования / С. Н. Богатырева. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 515 с.
2. Григорьева Т. И. Анализ финансового состояния предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Григорьева. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 486 с.
3. Богачик Т.О. Дебиторская и кредиторская задолженность в деятельности предприятия // Экономика и социум. 2024. №1 (116). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/debitorskaya-i-kreditorskaya-zadolzhennost-v-deyatelnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 27.03.2024).
4. Ситник Д.М. Дебиторская и кредиторская задолженность на предприятии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. №6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/debitorskaya-i-kreditorskaya-zadolzhennost-na-predpriyatii> (дата обращения: 27.03.2024).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩИХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ

Сергутина К.М. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Одним из основных активов, без которых невозможно представить производственный процесс в организации, являются её производственные запасы. Производственные запасы лежат в основе всего производственного процесса предприятия, их доля составляет порядка 70% от общей величины оборотных активов. По этой причине актуальным является вопрос их анализа с целью контроля за наличием, движением и эффективностью их использования. В статье будут рассмотрены наиболее распространенные методики оценки производственных запасов.

Ключевые слова: производственные запасы, материальные ресурсы, эффективность использования, оценка эффективности, материалоотдача, материалоемкость.

COMPARATIVE ANALYSIS OF CURRENT INVENTORY ASSESSMENT METHODS

Sergutina K.M. bachelor's degree of the 4th year
Supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. One of the main assets, without which it is impossible to imagine the production process in an organization, is its inventory. Industrial inventories form the basis of the entire production process of the enterprise; their share is about 70% of the total value of current assets. For this reason, the issue of their analysis in order to control the presence, movement and efficiency of their use is relevant. The article will discuss the most common methods for estimating inventories.

Keywords: production stocks, material resources, efficiency of use, efficiency assessment, material efficiency, material consumption.

Существуют различные методы оценки производственных запасов на предприятии, а также авторские методики, позволяющие провести анализ производственных запасов. В данной статье будут рассмотрены методики, предлагаемые Г.В. Савицкой; Л.Т. Гиляровой, Д.В. Лысенко и Д.А. Ендовицким; Н.П. Любушиным, а также методика, предлагаемая Л.Н. Чечевицыной и К.В. Чечевицыным.

Наиболее известной методикой анализа производственных запасов является методика, предлагаемая Г.В. Савицкой [1, с.50]. Первым этапом анализа, по мнению Г.В. Савицкой, должна стать оценка уровня обеспеченности предприятия производственными запасами. Для того, чтобы провести такую оценку, необходимо в начале определить величину текущего запаса каждого вида сырья и материалов. Для этого интервал поставки умножается на среднесуточный расход требуемого вида производственного запаса. После определения величины текущего запаса необходимо сравнить полученные величины для важнейших видов сырья и материалов с нормативными в зависимости от планируемых объемов выпуска.

Одной из задач проводимого анализа является оптимизация текущих запасов. Для этих целей может быть использована модель Уилсона – модель экономически обоснованного заказа (EOQ-model). Так, согласно данной модели, все затраты, связанные с приобретением и использованием производственных запасов, подразделяются на затраты по доставке и затраты на хранение. Для определения суммы затрат по завозу материалов необходимо найти отношение между годовой потребностью в заказе и средним размером партии поставки, после чего это отношение необходимо умножить на среднюю стоимость размещения заказа.

Анализ формулы позволяет заметить, что если годовая производственная потребность в определенном виде производственного запаса и средняя стоимость заказа будут неизменными, то сокращение затрат по завозу материалов произойдет за счет увеличения размера поставки. Отсюда можно сделать вывод о том, что организации выгоднее закупать запасы большими партиями. Однако стоит учитывать, что при этом произойдет увеличение затрат на складское хранение. Сумму данных затрат можно определить, умножив половину среднего размера поставки на стоимость хранения одной единицы заказа.

Отсюда видим, что при неизменной стоимости сократить затраты по хранению возможно при уменьшении размера поставки. Таким образом, уменьшение затрат по завозу возможно при увеличении партии поставки, а затрат на хранение – при её сокращении. И основная задача состоит в выборе такого размера поставки, который позволит достичь оптимальной пропорции между двумя группами затрат. Для этих целей и применяется EOQ-модель, которая имеет следующую формулу:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times V_{ПП} \times C_{р.з.}}{C_{хр.ед.}}}, \quad \text{где}$$

EOQ – оптимальный средний размер партии поставки, шт.

Отсюда оптимальный средний размер производственного запаса можно рассчитать следующим образом:

$$ПЗ_{\text{опт}} = \frac{EOQ}{2}$$

Если говорить непосредственно об оценке эффективности производственных запасов, то для проведения такого анализа Г.В. Савицкая использует систему обобщающих и частных показателей. К обобщающим показателям при этом относятся:

- прибыль на рубль материальных затрат;
- материалоотдача;
- материалоемкость;
- коэффициент соотношения темпов роста объема производства и материальных затрат;
- удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции;
- коэффициент материальных затрат.

Частные показатели оценивают эффективность использования отдельных видов запасов.

При анализе эффективности использования производственных запасов особое внимание уделяется анализу материалоемкости продукции. Для анализа используется факторная модель материалоемкости, которая имеет вид:

$$ME = \frac{МЗ}{ВП} = \frac{\sum(V_{ВП_{\text{общ}}} \times U_{\partial_i} \times U_{P_i} \times Ц_{M_i})}{\sum(V_{ВП_{\text{общ}}} \times U_{\partial_i} \times Ц_{P_i})}, \quad \text{где}$$

ME – материалоемкость, руб/руб.;

$МЗ$ – материальные затраты, руб.;

$ВП$ – объем выпуска, руб.;

$V_{ВП_{\text{общ}}}$ – объем выпуска в количественном выражении, шт.;

U_{∂_i} – структура произведенного вида продукции;

U_{P_i} – расход материала на единицу вида продукции;

$Ц_{M_i}$ – стоимость материала, руб.;

$Ц_{P_i}$ – отпускная цена продукции, руб.

На изменение материалоемкости могут оказывать влияние различные факторы. Величина их влияния будет определяться методом цепных подстановок.

Помимо общей материалоемкости анализируются частные показатели материалоемкости, к которым относят сырьемкость, топливемкость и энергоемкость. Величина каждого показателя определяется как соотношение стоимости потребленного сырья каждого вида к стоимости валового выпуска продукции. Анализ данных показателей позволяет оценить их влияние на изменение общей материалоемкости, что в конечном итоге позволит выявить резервы для её снижения.

Кроме общей материалоемкости и материалоемкости ресурсов анализируется материалоемкость отдельных видов продукции. Её изменение также вызывается различными факторами, влияние которых определяется методом цепных подстановок.

Следующим этапом производится оценка материальных затрат и их изменения. Изменение суммы материальных затрат также влияет на уровень материалоемкости. Для оценки такого влияния требуется величину абсолютного прироста материальных затрат за счет анализируемого фактора разделить на объем выпуска в базисном периоде.

Дополнительно может быть проанализировано изменение прибыли на рубль материальных затрат, поскольку рост данного показателя свидетельствует о повышении эффективности работы организации.

Следующим подходом к оценке эффективности использования материальных ресурсов является методика, выработанная Л.Т. Гиляровой, Д.В. Лысенко и Д.А. Ендовицким [2, с. 240].

Авторы также предлагают использовать обобщающие и частные показатели. Так, к обобщающим относят следующие показатели:

- коэффициент оборачиваемости или скорости оборота запасов;
- коэффициент закрепления;
- коэффициент загрузки;
- удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции;
- коэффициент использования материальных ресурсов;
- прибыль на рубль материальных затрат;
- материалоотдача;
- материалоемкость.

При снижении материалоемкости и повышении материалоотдачи можно говорить о росте эффективности использования материальных ресурсов в организации.

Для комплексной оценки показателей оборачиваемости и эффективности использования производственных запасов необходимо определить темпы роста коэффициентов оборачиваемости и загрузки, а также материалоотдачи и материалоемкости в отчетном году в сравнении с прошлым, после чего используется следующая формула:

$$K_J = \sqrt[4]{T_{I_{\text{обор}}} \times T_{K_{\text{загр}}} \times T_{M_O} \times T_{M_E}}, \quad \text{где}$$

K_J - комплексная оценка эффективности использования производственных запасов;

$T_{I_{\text{обор}}}$ - темп роста коэффициента оборачиваемости запасов;

$T_{K_{\text{загр}}}$ - темп роста коэффициента загрузки;

T_{M_O} - темп роста материалоотдачи;

T_{M_E} - темп роста материалоемкости.

Свою методику оценки эффективности использования производственных запасов также предлагает Н.П. Любушин [3, с. 115]. Оценка производится при помощи следующих показателей:

- продолжительность одного оборота в днях;
- средний остаток производственных запасов, определяемый как средняя хронологическая ряда остатков производственных запасов на первое число месяца;
- коэффициент оборачиваемости;
- коэффициент загрузки средств в обороте.

И последней будет рассмотрена методика, предложенная Л.Н. и К.В. Чечевицыными [4, с. 157]. Авторы считают, что повышение эффективности производства возможно за счет рационального использования имеющихся ресурсов.

Первым этапом анализа является анализ обеспеченности предприятия производственными запасами, для чего необходимо оценить обоснованность плановых потребностей в материальных ресурсах для нужд производства. Основной задачей предприятия является создание оптимального запаса.

Следующим направлением анализа является анализ соблюдения норм расхода в производстве, а также изменения общего объема выпуска. На изменение общего объема выпуска продукции оказывают влияние различные факторы, среди которых можно выделить изменение поступления или нормы расхода, остатков на складах, возникновение отходов производства и другие. Влияние того или иного фактора определяется при помощи метода цепных подстановок или абсолютных разниц. Проведенный анализ позволяет выявить резервы для увеличения объема выпуска, среди которых использование совершенных технологий производства, сокращение потерь и брака, отходов производства, а также повышение квалификации персонала.

Особое внимание уделяется эффективности использования производственных запасов путем оценки показателей материалоотдачи и материалоемкости. На динамику материалоемкости также влияют различные факторы, например, изменение структуры выпускаемой продукции или изменение материалоемкости отдельных изделий. Кроме того, анализируется удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, а также прибыль на рубль материальных затрат, а также частные показатели материалоемкости. Расчет и анализ данных показателей позволяет определить структуру материальных затрат и выявить резервы для снижения материалоемкости.

И последним этапом проводится оценка эффективности использования материальных ресурсов в производстве. Оценка проводится путём сравнения фактического и планового процента полезного использования ресурсов. Снижение данного показателя говорит о неэффективном использовании

материальных ресурсов, а рост, наоборот, говорит о более рациональном и эффективном использовании производственных запасов.

Таким образом, можно заметить, что различные авторы в своих методиках оценки эффективности использования материальных ресурсов уделяют особое внимание различным этапам или показателям эффективности. Сравнение рассмотренных методик может быть представлено в виде таблицы:

Таблица 1. Краткое описание методик анализа производственных запасов

Методический подход	Основная суть методики
Г.В. Савицкая	Данная методика предлагает как один из этапов оценки эффективности использования запасов оценку обеспеченности предприятия производственными запасами, для чего определяется оптимальная величина заказа с помощью модели Уилсона (EOQ-model). Далее для оценки эффективности используются обобщающие и частные показатели, а влияние на данные показатели различных факторов определяется при помощи методик факторного анализа.
Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко и Д.А. Ендовицкий	Методика трех авторов предлагает для оценки эффективности опираться на анализ показателей оборачиваемости, среди которых коэффициенты оборачиваемости, закрепления, загрузки и др. После расчета коэффициентов производится их комплексная оценка, что и будет служить показателем эффективности использования производственных запасов.
Н.П. Любушин	Методика позволяет оценить эффективность при помощи обобщающих и частных показателей оборачиваемости
Л.Н. Чечевицына и К.В. Чечевицын	Данная методика является комплексной и оценивает эффективность использования производственных запасов в несколько этапов. Вначале оценивается обоснованность планов и производственных потребностей в ресурсах, также проверяется выполнение норм расхода. Дополнительно оценивается влияние различных факторов на изменение объемов выпуска. Следующим этапом производится оценка эффективности при помощи обобщающих и частных показателей, среди которых материалоемкость и материалоемкость. На заключительном этапе сравнивается фактический и плановый процент полезного использования ресурсов в производстве.

Таким образом, можно заметить, что различные авторы предлагают свои методики оценки эффективности использования материальных ресурсов, уделяя особое внимание тому или иному этапу или показателю эффективности. При этом большинство авторов в основу своих методик закладывают оценку материалоемкости и материалоемкости производственных запасов, как главного показателя, характеризующего эффективность.

Библиографический список

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / Г.В. Савицкая. 6-е изд., испр. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2023. 284 с.
2. Гиляровская Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Л.Т. Гиляровская [и др.]. М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. 360 с.
3. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 060500 «Бухгалтерский учет, анализ» и 060400 «Финансы и кредит» / Н. П. Любушин – 3-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 448 с.
4. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. Изд. 6-е, перераб. Ростов н/Д : Феникс, 2013. 368 с.

УДК 33

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

Степанян Я.С. магистрант 1-го курса,
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
 Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: Анализ имеет огромное значение для управления малым бизнесом. Он помогает получить информацию о состоянии предприятия, его сильных и слабых сторонах, потенциальных угрозах и возможностях для роста. Анализ также позволяет контролировать выполнение планов, оценивать

эффективность использования ресурсов и выявлять проблемы. В результате малый бизнес получает возможность адаптироваться к изменяющимся условиям и сохранять конкурентоспособность.

Ключевые слова: анализ бизнеса, анализ конкурентов, результат, бизнес-аналитика.

ANALYSIS METHODS FOR EFFECTIVE SMALL BUSINESS MANAGEMENT

Stepanyan Y. S. 1st year undergraduate student,
Scientific supervisor: Gubernatorova N. N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: Analysis is of great importance for small business management. It helps to get information about the state of the enterprise, its strengths and weaknesses, potential threats and opportunities for growth. The analysis also allows you to monitor the implementation of plans, evaluate the efficiency of resource use and identify problems. As a result, small businesses have the opportunity to adapt to changing conditions and remain competitive.

Keywords: business analysis, competitor analysis, result, business analytics.

Анализ играет ключевую роль в управлении малым бизнесом, поскольку он позволяет получить информацию о текущем состоянии предприятия и его конкурентных преимуществах. Благодаря анализу можно определить сильные и слабые стороны компании, а также выявить потенциальные угрозы и возможности для роста. Это помогает руководству принимать обоснованные решения и разрабатывать стратегии развития бизнеса. Кроме того, анализ помогает контролировать выполнение планов и достижение поставленных целей. Он позволяет оценить эффективность использования ресурсов, выявить проблемы и найти пути их решения. В результате, предприятие получает возможность адаптироваться к изменениям на рынке и сохранять свою конкурентоспособность. За последние несколько лет парадигма бизнес-анализа изменилась благодаря инновационным подходам. Единственная цель этих методов - получить наилучший результат в качестве бизнес-решения.

Более того, нельзя сказать, что лучшие методы бизнес-анализа используются на протяжении всего проекта. Это может быть применимо для определенной фазы проекта, например, в начале проекта или по завершении проекта. Кроме того, не все лучшие методы бизнес-анализа применимы ко всем проектам. Они специфичны для конкретного проекта и используются для определенных целей. Однако бизнес-аналитику или профессионалу, который хочет продолжить карьеру бизнес-аналитика, необходимо знать о некоторых из этих лучших методов бизнес-анализа.

A. SWOT-анализ

Термин SWOT обозначает четыре его элемента – сильные стороны (strengths), слабые стороны (weaknesses), возможности (opportunities) и угрозы (threats). Это тщательный анализ, проведенный бизнес-аналитиком с учетом Внутренних факторов как сила и слабость и Внешних факторов как угрозы и возможности. SWOT-анализ - это четырехквadrантный анализ для бизнес-аналитика, где он помещает данные в качестве ответов для каждого квадранта. Бизнес-аналитик отвечает на вопросы по каждому из квадрантов. SWOT-анализ - один из самых популярных методов бизнес-анализа, применяемых в отрасли. Кроме того, он прост. Это метод анализа на уровне предприятия, и он не ограничивается только бизнес-анализом. Их можно использовать на любом этапе проекта, если это необходимо подразделению и большинство людей об этом знают. Следовательно, они широко используются в отрасли.

<p>Сильные стороны: преимущества уникальные и недорогие ресурсы</p>	<p>Слабые стороны: недостатки ограничения слабые области факторы, приводящие к снижению продаж</p>
<p>Возможности: шансы на улучшение области хорошие возможности</p>	<p>Угрозы: внешние риски для бизнеса препятствия рынок конкурентов</p>

Рисунок 1. Основные показатели SWOT-анализа

В. PESTEL-анализ

Всегда существуют факторы внешней среды, которые влияют на стратегическое планирование бизнеса. PESTLE-анализ включает в себя следующие параметры:

Политические факторы (Political): это факторы, связанные с законодательством, политической стабильностью и регулятивными нормами.

Экономические факторы (Economic): это факторы, такие как инфляция, безработица, уровень жизни и т.д.

Социальные факторы (Social): это демографические показатели, образование, культура и религия.

Технологические факторы (Technological): это инновации, технологии и их влияние на бизнес.

Экологические факторы (Environmental): это факторы окружающей среды, такие как загрязнение, климат и природные ресурсы.

Законодательство в области труда и охраны здоровья (Legal): это законы и нормы, касающиеся труда, здоровья, безопасности и окружающей среды.

PESTLE - это простая и понятная платформа для бизнес-анализа, которая включает в себя межфункциональные навыки бизнес-аналитика наряду с его опытом. С помощью эффективного анализа PESTLE мы можем снизить потенциальные угрозы организации. Более того, это открывает возможности для выхода на новые рынки по всему миру.

С. Анализ пяти сил Портера

Анализ пяти сил Портера - это метод оценки конкуренции в отрасли. Он включает в себя анализ следующих пяти сил:

1. Конкуренция внутри отрасли
2. Угроза появления новых игроков
3. Угроза замены товара или услуги
4. Рыночная власть потребителей
5. Рыночная власть поставщиков

Этот метод анализа позволяет произвести оценку перспективы развития бизнеса (через 5,10 лет и более). То есть он будет актуален в том случае, если вы планируете запуск новой стратегии развития, выпуск нового продукта или анонсирование услуги.

Также методика подойдет владельцам стартапов, которые хотят оценить возможные риски в перспективе развития проекта. Или тем, кто только выбирает бизнес-нишу для инвестирования.

D. Сравнительный анализ конкурентов

Конкурентный анализ предполагает выявление прямых и косвенных конкурентов с использованием исследований для выявления их сильных и слабых сторон по сравнению с собственными.

Цель этого типа анализа - получить конкурентное преимущество на рынке и улучшить бизнес-стратегию. Без конкурентного анализа трудно понять, что другие делают для завоевания клиентов на целевом рынке. Отчет о конкурентном анализе может включать:

1. Описание целевого рынка компании
2. Подробная информация о продукте или услуге по сравнению с конкурентами
3. Текущая и прогнозируемая доля рынка, продажи и доходы
4. Сравнение цен
5. Анализ маркетинговой стратегии и социальных сетей
6. Различия в рейтингах клиентов

Необходимо сравнивать каждую деталь своего продукта или услуги с конкурентами, чтобы оценить эффективность стратегии. Сравнивая показатели успеха разных компаний, можно принимать решения, основанные на данных.

Для примера проведем пошаговый сравнительный анализ конкурентов организации ООО «Калужская Форель»

1. Обзор конкурентов.

Среди похожих организаций в Калужской области выделяют следующие:

ООО «ГРК Поляна»

ООО «Рыбацкая Бухта» - Организация в процессе ликвидации

ООО «Ф-Траут»

ООО «Бояр» - Организация в процессе банкротства

СПК «Рыбный»

В результате отсеивания из-за неконкурентоспособности остаются только три организации.

2. Провести маркетинговое исследование

Это исследование основано на видении со стороны клиента. Первичное исследование поступает непосредственно от клиентов или от самого продукта, в то время как вторичное исследование представляет собой уже собранную информацию.

Таблица 1 – Исследование рыбоводческого рынка в Калужской области

Показатель	ООО «Калужская Форель»	ООО «ГРК Поляна»	ООО «Ф-Траут»	СПК «Рыбный»
Оценка на «Яндекс.Карты»	4,7	-	3,9	4,2
Наличие сайта	+	-	+	-
Сведения о госзакупках	-	-	+	+
Удобство поиска информации	Да, легко найти на сайте	Нет, необходимо звонить	Да, легко найти на сайте	Нет, необходимо звонить
Место в отрасли	112	267	182	382
Выручка, тыс. руб.	15 000	275	0	7 700
Темп роста выручки(%)	-11	-71	-100	-2

3. Сравните характеристики продукта

ООО «Калужская Форель»

Основным видом деятельности является рыбоводство. Продается рыба в магазине «Рыбная лавка» (ежедневно с 08:00 до 17:00), где представлен широкий ассортимент живой и копченой рыбы собственного производства. Можно выбрать понравившуюся рыбку прямо из бассейнов, установленных в помещении.

На сайте представлены следующие расценки:

Форель радужная живая:

(навеска 0,5 – 1 кг) 690 рублей за кг;

(навеска 1,0 – 1,5 кг) 750 рублей за кг;

(навеска 1,5 – 2 кг) 800 рублей за кг;

(навеска от 2 кг и выше) 850 рублей за кг.

Форель потрошёная охлаждённая (навеска 1,3 – 2 кг) 820 рублей за кг;

Стерлядь живая (навеска 1,3 – 2 кг) 1 200 рублей за кг;

Карп (навеска 1,5 кг) 350 рублей за кг;

Икра форелевая (слабосоленая) – 550 рублей за 100 гр.

ООО «ГРК Поляна» - информация не предоставлена

ООО «Ф-Траут»

На сайте представлен следующий ассортимент рыбы:

Таблица 2 – Прайс- лист в ООО «Ф-Траут»

НАИМЕНОВАНИЕ	РАЗМЕРНЫЙ РЯД	СРОК ГОДНОСТИ	ТАРА/ВЕС	ЦЕНА
Форель радужная ПСГ (2 шт в коробке)	200	не более 12 мес, при t=-18	Коробки по 400 г	190р. за шт
Форель радужная с/м шок ПСГ	300-400	не более 12 мес, при t=-18	12 кг (фикс, гофрокартон)	360р. за кг.
Форель стейк с/м шок, в/у		не более 12 мес, при t=-18	0.300 кг (фикс)	450р за кг.
Форель для жарки с/м шок, в/у		не более 12 мес., при t=-18	~ 0.25-0.4 кг (не фикс)	450р за кг.

СПК «Рыбный»

Живая рыба. Оптовая цена. 130 Р/кг

Живая рыба. Розничная цена. 150 Р/кг.

Исследуя прайс-листы ООО «Калужская Форель» и её конкурентов, можно сделать вывод, что у конкурентов цены намного ниже, но качество спец предложения не уступают так как выручка у ООО «Калужская Форель» намного выше чем у остальных.

4. SWOT-анализ ООО «Калужская Форель»

Исходя из анализа рынка и состояния компаний можно представить SWOT-анализ исследуемой организации. SWOT-анализ поможет определить сильные и слабые стороны компании. Он также помогает превратить слабые стороны в возможности и оценить угрозы, с которыми вы сталкиваетесь, исходя из ваших конкурентов.

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Опыт работы в отрасли 11 лет</p> <p>Самый ближайший к центру области</p> <p>Мало конкурентов</p> <p>Дополнительные услуги</p>	<p>Мало возможностей роста</p> <p>Более высокие цены</p> <p>Небольшие масштабы производства</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение рынка</p> <p>Новые технологии выращивания форели</p>	<p>Экономическая ситуация в стране</p> <p>Снижение покупательской способности граждан</p>

Рисунок 2. SWOT-анализ ООО «Калужская Форель»

ООО «Калужская форель» был зарегистрирован в 2012 году. За этот период бизнес ни разу не подвергался риску банкротства. Сейчас имеет нормальное финансовое положение и занимает второе место по объему выручки в отрасли.

Двое из ближайших конкурентов недавно были подвержены ликвидации и банкротству и ещё один не получает выручки в течении последних двух лет. Из этого можно сделать два предположения: отрасль сталкивается с проблемами и уменьшается количество конкурентов.

ООО «Калужская форель» имеет две возможности к развитию в первую очередь это расширение бизнеса, то есть открытие новых точек рыбоводства и продаж (можно открыть точку продаж в городе Калуга), а так же исследование новых технологий разведения рыбы и её качества (например закупка икры у другого поставщика).

Среди угроз можно выделить снижение доходов граждан, из-за чего возможно падение доходности бизнеса (что мы уже наблюдаем в 2023 году

Исходя из проведенного анализа можно сделать несколько выводов об ООО «Калужская форель». Во-первых, среди рассматриваемых организаций ООО «Калужская Форель» имеет лучшие результаты и опережает своих конкурентов по выручке, по качеству, по работе с клиентами и рекламе. Во- вторых, уход нескольких компании с рынка открывает новые возможности по расширению бизнеса в регионе. В-третьих, организации стоит обратить внимание на возможности, так как в 2023 году, их выручка упала на 11% и для привлечения выручки в компанию, необходимо проанализировать клиентуру и открыть новую точку продаж в областном центре.

В данной статье были рассмотрены различные методы анализа, которые могут быть использованы для эффективного управления малым бизнесом. Каждый из описанных методов имеет свои преимущества и недостатки, а также область применения. Некоторые из наиболее важных методов анализа включают SWOT-анализ, анализ PESTEL и сравнительный анализ конкурентов.

В заключении, эффективное управление малым бизнесом требует комплексного подхода, основанного на использовании различных методов анализа. Выбор конкретных методов зависит от специфики бизнеса, его целей и задач, а также условий внешней среды. Важно помнить, что анализ должен проводиться регулярно и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

Библиографический список

1. Анализ надёжности ООО "Калужская Форель" (ИНН 4015005520, ОГРН 1124001000782) // Электронный ресурс - URL:<https://www.rusprofile.ru/reliability/6770469>
2. Магазин «Рыбная лавка» – Калужская форель// Электронный ресурс URL: <http://forel40.ru/магазин/>
3. Продукция - МІАК// URL: <http://www.apkmiak.ru/activities/ftROUT/goods/>

УДК 336.67

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФИНАНСОВОМ БИЗНЕС-АНАЛИЗЕ ОРГАНИЗАЦИЙ

Стукова К.М. магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассматривается влияние процесса цифровизации на процесс проведения бизнес-анализа финансовых результатов организации. Изучены ключевые цифровые технологии, используемые для проведения финансового бизнес-анализа и проанализированы их конкретные примеры IT-продуктов и IT-платформ. Сформулированы выводы об актуальности использования IT-технологий в рамках финансового бизнес-анализа.
Ключевые слова: бизнес-анализ, финансовый анализ, IT-продукт, IT-платформа, цифровые технологии, цифровизация.

THE USE OF MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES IN FINANCIAL BUSINESS ANALYSIS OF ORGANIZATIONS

Stukova K.M. Master`s student of the 1st year
Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article examines the impact of the digitalization process on the process of conducting a business analysis of an organization's financial results. The key digital technologies used for financial business analysis are studied and their specific examples of IT products and IT platforms are analyzed. Conclusions are formulated about the relevance of using IT technologies in the framework of financial business analysis.

Keywords: business analysis, financial analysis, IT product, IT platform, digital technologies, digitalization.

В условиях современного развития национальной экономической системы каждое предприятие ставит ключевыми задачами своего функционирования, во-первых, сохранение конкурентоспособности и, во-вторых, непрерывное развитие для удержания своих конкурентных позиций. Для достижения подобных целей каждой организации необходимо адаптироваться под динамичные условия и новые экономические тренды, главным из которых на данный момент является цифровизация многочисленных бизнес-процессов.

Применение цифровых технологий в совершенно различных областях деятельности компаний позволяет не только в значительной степени оптимизировать многие реализуемые в ходе функционирования организаций процессы, тем самым более оптимальным образом перераспределяя нагрузку между сотрудниками и обеспечивая гарантию получения более точного результата, но и ускорить процесс их проведения, тем самым увеличивая показатель общей эффективности проводимой работы. Одной из областей, где применение цифровых технологий стало неотъемлемой частью уже сформировавшегося бизнес-процесса является проведение финансового бизнес-анализа, для реализации которого на сегодняшний день используются многочисленные продукты новых программных обеспечений и различные пакеты отдельных программ, упрощающих ведение расчетов и процесс сопоставления результатов отчетных периодов.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается большой востребованностью проведения финансового анализа, т.к. в ходе его проведения выявляется финансово-экономическое состояние организации, на основе которой выстраиваются дальнейшие стратегические решения в краткосрочной и долгосрочной перспективах. Использование современных IT-технологий позволяет получать более точный результат, исключая возможность появления ошибочных данных ввиду человеческого фактора, а также более детально раскрывать всю динамику денежных фондов компании, предоставляя возможность корректировки политики по управлению и реализации финансовыми активами предприятия.

Классическая вариация финансового бизнес-анализа представляет собой изучение финансовых показателей и коэффициентов с целью, как было обозначено ранее, составления оценки финансового

состояния конкретной организации, рассмотрения денежных потоков организации и разработки оптимизационных мероприятий для повышения количества денежных средств и улучшения качества их оборачиваемости. В процессе проведения бизнес-анализа финансовых результатов используется большое количество исходных данных, начиная от непосредственных показателей финансовых отчетностей и заканчивая взаимозависимостью факторов внешней и внутренней среды организации, оказывающих влияние на изменение величины прибыли (убытка) организации. Именно из-за данного фактора процесс финансового бизнес-анализа является весьма трудоемким и времязатратным, что, в свою очередь, обуславливает актуальность использования цифровых продуктов.

С развитием тренда цифровизации на рынке IT-услуг появилось бесчисленное множество различных программных обеспечений, программ и аналитических систем, которые могут быть внедрены в процесс проведения финансового анализа. Рассмотрим более подробно наиболее удобные и адаптированные варианты именно под специфику бизнес-анализа финансовых результатов.

Прежде всего, стоит отметить, что все IT-продукты для финансового анализа входят в крупную аналитическую систему «Business-intelligence» или, как ее еще называют в общепринятой сокращенной аббревиатурной форме, BI-системы. Данная система автоматизирует процесс сбора всех информационных данных из необходимых отделов организаций и с помощью заложенных фильтров сортирует самую необходимую из них. Продукты, входящие в класс BI-систем, позволяют в дистанционном формате отслеживать финансовые результаты и все проходящие операции, связанные с финансами организаций, что позволяет оперативно реагировать на возникающие отклонения или ошибки. Однозначным преимуществом продуктов BI-систем является их многофункциональность, что позволяет расширить их возможную сферу применения, т.е. использовать не только для финансового анализа, но и мониторинга иных показателей деятельности организаций. Рассмотрим наиболее популярные BI-продукты, успешно внедренные в процесс проведения бизнес-анализа финансовых результатов.

1. BI-решение QlikView от крупнейшей аналитической платформы QlikTech.

QlikView – это самостоятельная и полностью автоматизированная BI-платформа, использующая ассоциативную модель обработки и анализа данных. Среди ключевых возможностей платформы, использующихся в рамках финансового бизнес-анализа, можно выделить интерактивную визуализацию анализируемых данных (составление динамичных графиков/диаграмм/таблиц, позволяющих отслеживать динамику анализируемых финансовых показателей в режиме реального времени), ассоциативный анализ данных (автоматизированный поиск связей между заданными к анализу массивами числовых и текстовых данных, который позволяет сопоставить динамику доходов и расходов как за конкретный отчетный период, так и в режиме реального времени), вычислительные возможности и широкий функционал для агрегации, фильтрации и преобразования данных, гибкость проведения расчетов и анализа (возможность задавать в систему собственные формулы и макросы, исходя из специфики требуемых расчетов).

К данной платформе также прилагается ряд цифровых расширений, позволяющих адаптировать ее инструменты и механизмы под иное направление деятельности организации, например, GeoClick (вычисление географических координат в момент совершения определенного действия с финансами организаций), IC Коннектор (обеспечение связи между различными IT-продуктами для переноса данных или работы в нескольких программах одновременно) и др. [3].

2. BI-продукт Tableau.

Данное цифровое решение является одним из лидеров IT-рынка в области бизнес-аналитики, благодаря одному из самых наполненных функционалов среди альтернативных IT-продуктов. В его состав входят такие возможности, как сбор и автоматическое объединение необходимого массива данных из различных источников; обработка, группировка и фильтрация информации любых объемов; графическая визуализация обработанных данных в виде сводных таблиц, графиков, схем, диаграмм и др. Одним из ключевых преимуществ продукта является возможность прогнозирования и выстраивания кратко и среднесрочных трендов в рамках будущих финансовых показателей и финансового состояния организации через заложенный отчетный период. Также, к продукту прилагаются и иные решения, позволяющие наиболее оперативно и детально получить комплексную оценку финансового состояния, например, Tableau Desktop (по заданным параметрам формирует необходимые отчетности в желаемом виде визуализации), Tableau Public (позволяет делиться результатом работы в платформе с любым пользователем, даже не зарегистрированным в системе) и др. [2].

3. Prognoz Platform-BI.

Данная платформа создана российскими разработчиками и в рамках национального рынка является одним из преимущественных вариантов для проведения финансового анализа. Платформа позволяет производить интеграцию с любыми сторонними продуктами и сервисами, обеспечивая беспроблемный перенос всех необходимых данных для их дальнейшей обработки. Инструментарий платформы, в целом, идентичен описанным выше продуктам: обработка и группировка данных по заданным пользовательским параметрам, визуализация данных в привычных графических макетах, наличие инструментов моделирования и прогнозирования финансовых результатов на основе массива имеющихся финансовых данных, интеллектуальный анализ числовой и текстовой информации и др. [1].

Данные IT-продукты являются наиболее используемыми в рамках бизнес-аналитики финансов организаций, однако их общее количество не ограничивается лишь тремя платформами. В целом, можно сказать, что с развитием цифровизации и все более глубокого проникновения IT-технологий во все экономические процессы организации уровень развития российской экономики вышел на совершенно новый уровень, что, конечно, привнесло массу новых возможностей к реализации уникальных стратегических решений и общему совершенствованию процесса функционирования всех субъектов национальной экономики.

Библиографический список

1. Prognoz Platform [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://prognoz.3itech.ru/> (Дата обращения: 11.03.2024)
2. QlikView [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://help.qlik.com/ru-RU/qlikview> (Дата обращения: 11.03.2024)
3. Tableau [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://mkt.tableau.com> (Дата обращения: 11.03.2024)

УДК 336.7

ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ – ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИИ.

*Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Работа посвящена оценке положительных эффектов от практического применения такого инструмента развития финансового рынка России, как цифровые финансовые активы. Определен порядок и особенности их выпуска квалифицированными и неквалифицированными инвесторами, преимущества перед эмиссионными ценными бумагами для предпринимателей и инвесторов.

Ключевые слова: цифровой финансовый актив (ЦФА), оператор информационной системы, оператор обмена ЦФА, квалифицированные и неквалифицированные инвесторы.

DIGITAL FINANCIAL ASSETS ARE A PROMISING TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN FINANCIAL MARKET.

*Taenchuk Ya.Yu., Candidate of Economics, associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The work is devoted to assessing the positive effects of the practical application of such a tool for the development of the Russian financial market as digital financial assets. The procedure and features of their issuance by qualified and unqualified investors, advantages over equity securities for entrepreneurs and investors have been determined.

Keywords: digital financial asset (CFA), information system operator, CFA exchange operator, qualified and unqualified investors.

В условиях активной цифровизации процессов экономики все элементы системы должны быть основаны на использовании цифровых технологий, чтобы на выходе получать оцифрованную информацию. В сфере финансового рынка России это привело к появлению нового инструмента – цифровых финансовых активов.

Первое упоминание в законодательстве о данных активах встречается в Федеральном законе от 31.07.2020г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Несмотря на то, что обозначенному документу уже более трех лет, повсеместное практическое применение цифровые

финансовые активы в России так и не нашли, это скорее единичные случаи операций. Представители бизнеса, да и инвесторы, по-прежнему, предпочитают традиционные подходы работы.

ГК «ВТБ Факторинг» проводила опрос представителей бизнеса для того, чтобы сделать выводы о готовности участников рынка работать с цифровыми финансовыми активами. Из всего состава опрошенных больше половины (57%) выразили нежелание использовать новые инструменты по причине низкого уровня осведомленности о процессе выпуска и заключении сделок, объектом которых выступают ЦФА [2].

Основная цель написания статьи – рассмотреть возможности практического применения цифровых финансовых активов, изучив порядок и особенности их выпуска квалифицированными и неквалифицированными инвесторами, оценив преимущества перед эмиссионными ценными бумагами.

В соответствии с законодательством Российской Федерации, под цифровыми финансовыми активами понимают цифровые права, включающие денежные требования, возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам, права участия в капитале непубличного акционерного общества, право требовать передачи эмиссионных ценных бумаг, которые предусмотрены решением о выпуске таких активов [1]. То есть, если сказать проще – это цифровые аналоги ценных бумаг, классически обращающихся на финансовом рынке (акций, облигаций, займов и векселей и др.).

В основу цифровых финансовых активов заложены цифровые права, которые могут быть установлены в отношении различных объектов [1]:

- требований, выраженных в денежной форме;
- прав, возникающих в связи с эмиссией ценных бумаг;
- прав участия в капитале непубличного акционерного общества;
- прав требовать передачи эмиссионных ценных бумаг.

Стоит отметить такую особенность цифровых финансовых активов, как возможность их обеспечения одновременно несколькими видами активов, например, денежными требованиями, ценными бумагами, товарами, услугами и др. (гибридность активов).

На рис.1 представлен порядок выпуска и продажи цифровых финансовых активов в Российской Федерации.



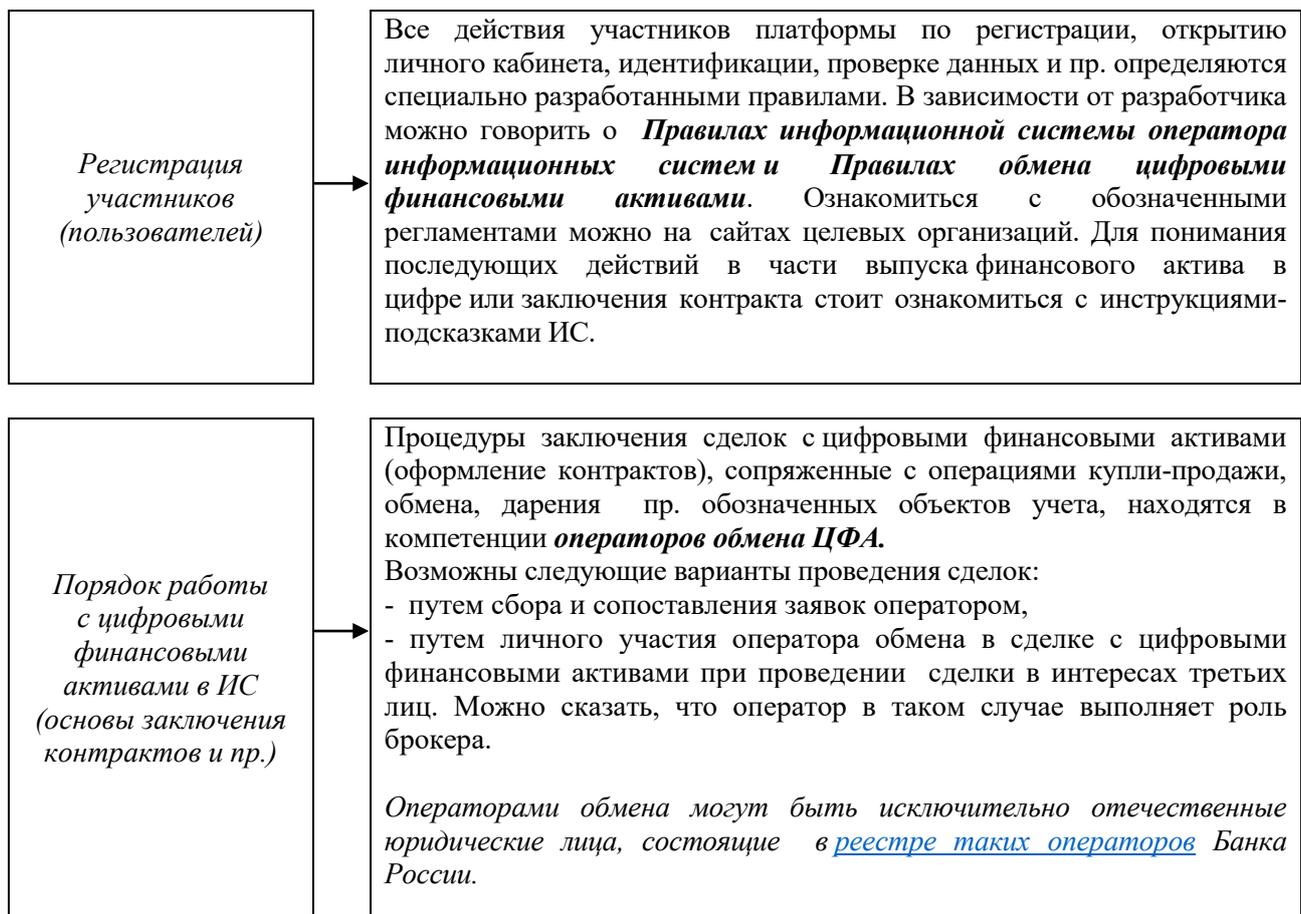


Рисунок 1. Последовательность выпуска и продажи цифровых финансовых активов в РФ

Можно говорить о том, что цифровые финансовые активы имеют свойства криптовалюты с технической точки зрения, поскольку работа ведется через блокчейн-сети, но за активами в отличие от криптовалюты стоит конкретный эмитент, и сделки с ними приводят к возникновению цифровых прав и обязательств. Владельцу цифрового финансового актива присваивается уникальный код доступа к информационной системе, с помощью которого он может, как получать информацию об активе, так и совершать операции с ними. Весь жизненный цикл цифрового финансового актива проходит в цифровом мире в виде специальных записей, заносимых участниками в информационную систему, что выдвигает на первый план вопросы безопасности данных. Операторы информационных систем, безусловно, должны обеспечивать защиту предоставляемой им информации, особенно персональных данных участников. Многие ошибочно полагают, что операции с цифровыми финансовыми активами могут совершать только квалифицированные инвесторы. Это не так. Обратимся к [Указанию Банка России № 5635-У](#) (рис. 2). [3]

Регламентация участия неквалифицированных инвесторов в сделках с цифровыми финансовыми активами

1. Полный запрет на сделки с цифровыми финансовыми активами для неквалифицированных инвесторов:

- распространяется на сделки с цифровыми финансовыми активами, которые в соответствии с законодательством РФ могут быть произведены только категорией квалифицированных инвесторов;
- характеризует сделки, по которым есть высокий уровень неопределенности и результат сделки (получаемые выплаты от активов) зависит от факторов и событий, наступление которых нельзя предугадать [3, п.1]

<p>2. <i>Сделки с цифровыми финансовыми активами без ограничений для неквалифицированных инвесторов.</i></p> <p>В данном случае речь идет о классическом инвестировании, выгодном для участников и руководствуются на рынке правилами, применяемыми к иным видам финансовых инструментов.</p> <p>Неквалифицированные инвесторы выбирают вложения капитала в надежные и высокодоходные активы, такие как государственные ценные бумаги (например, облигации федерального займа), драгоценные металлы и пр. [3, п.2.1-2.6]</p>
<p>Важно. При несоответствии неквалифицированного инвестора критериям, определенным в п. 2.1-2.6 Указания Банка России № 5635-У, установлен лимит по сделкам в цифровые финансовые активы - 600 тыс. рублей в течение одного года (отсчет начинается с даты проведения инвестором первой сделки по приобретению цифрового финансового актива). [3, п.3]</p>

Рисунок 2. Доступ неквалифицированных инвесторов на рынок цифровых финансовых активов

В таблице 1 определены ключевые преимущества от применения цифровых финансовых активов для предпринимателей и инвесторов.

Таблица 1 – Преимущества от применения цифровых финансовых активов

Для предпринимателей	Для инвесторов
Сокращение сроков выпуска и размещения активов	Повышение скорости приобретения и продажи
Снижение расходов на выпуск и размещение	Невысокие расходы на услуги сопровождения (брокера), то есть невысокая величина комиссии
Надежность защиты данных о цифровых финансовых активах благодаря использованию технологии блокчейн	
Выход на новые рынки капитала	

Таким образом, цифровые финансовые активы – это перспективный рабочий инструмент для совершения операций инвестирования, новая и современная форма сделок, известных и ранее на финансовом рынке России, но совершаемых исключительно в цифре. Активное ее применение во многом будет зависеть от повышения информированности участников (доведение до бизнес-сообщества успешных кейсов) и доработки нынешнего законодательства. Особенно много пробелов в налоговом законодательстве ЦФА, что не дает нормально развиваться рынку таких активов (вопросы обложения НДС, НДФЛ, налога на прибыль по сделкам). К ЦФА применяются базовые положения налогового учета РФ, что не всегда выгодно участникам.

Решение налоговых вопросов позволит повысить привлекательность сделок и транзакций, совершаемых с цифровыми финансовыми активами.

Важным условием развития рынка является также создание платформ операторов обмена ЦФА с удобным клиентским путем.

Инвесторам и предпринимателям стоит особое внимание уделять трактовке цифровых прав, вытекающих из сделок по конкретным контрактам с цифровыми финансовыми активами, видам эмитентов и площадкам работы. Поскольку этот инструмент является относительно новым для отечественного рынка капитала, в ближайшее время только еще будет формироваться некая практика работы с такими активами.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 31.07.2020г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/ (дата обращения: 17.03.2024).
2. РБК: <https://quote.rbc.ru/news/article/63778d5f9a7947b5ff8d1f34?from=copy>
3. Указание Банка России от 25.11.2020 N 5635-У (ред. от 15.06.2022) URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372282/ (дата обращения: 17.03.2024).

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОЦЕСС ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*Харитоновна Е.А. бакалавр 2-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: Цифровизация занимает ключевую позицию в российской экономике. Она охватывает почти все её сферы, включая комплексный экономический анализ. В статье рассмотрены основные моменты, которые оказывает цифровизация на проведение экономического анализа, а также исследованы основные методы и инструменты данного процесса.

Ключевые слова: цифровизация, экономический анализ, искусственный интеллект

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE PROCESS OF ECONOMIC ANALYSIS

*Kharitonova E.A. Bachelor of the 2nd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Accounting
and Management
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation: Digitalization occupies a key position in the Russian economy. It covers almost all its areas, including comprehensive economic analysis. The article examines the main aspects that digitalization has on conducting economic analysis, as well as examines the main methods and tools of this process.

Keywords: digitalization, economic analysis, artificial intelligence

В настоящее время сложившаяся в мире ситуация показывает, что цифровизация уже давно является частью жизни общества и проникает во все сферы его деятельности, включая экономику. Для понимания того, как цифровизация повлияла на экономику, необходимо дать определение этому понятию. Цифровизация - это процесс преобразования аналоговой информации в цифровой формат и её использования для решения различных задач. Цифровизация является одной из наиболее актуальных проблем государства, она необходима компаниям для получения конкурентных преимуществ, повышения их эффективности и улучшения показателей. В экономической сфере цифровизация главным образом оказывает влияние, прежде всего, на экономический анализ, так как в условиях развития цифровых технологий количество данных, нуждающихся в анализе стремительно растёт и без компьютеризации экономических процессов анализировать большие данные крайне сложно. Одним из основных аспектов, на которые влияет цифровизация является сбор и обработка данных. Современные цифровые технологии позволяют собирать и хранить большие объемы данных, что создает новые возможности для проведения более детального и глубокого анализа экономических процессов. Также цифровизация расширяет возможности проведения индустриальных и макроэкономических анализов. Благодаря большому объему данных и возможности их быстрой обработки, становится возможным сравнение финансовых показателей различных компаний, выявление тенденций и прогнозирование развития рынков. Это позволяет предприятиям принимать более обоснованные решения на основе данных и управлять своей деятельностью более эффективно.

В России цифровизация приводит к развитию новых методов сбора и анализа данных, таких как использование больших данных (big data), машинного обучения и искусственного интеллекта. Для лучшего понимания следует рассмотреть подробнее каждый из этих методов. Каждый из них. Big data это структурированные или неструктурированные массивы данных большого объема. Их обрабатывают при помощи специальных автоматизированных инструментов, чтобы использовать для статистики, анализа, прогнозов и принятия решений. Использование такого инструмента как Big data позволяет быстро и своевременно анализировать главные источники больших данных компаний. В это входят данные о различных транзакциях, внутренняя информация компании о действующих резервах, данные о внешней среде и так далее. Следующий метод - это использование машинного обучения при проведении экономического анализа. Его суть заключается в том, чтобы компьютер не просто следовал ранее введённому алгоритму, а сам обучился решению поставленной задачи. Применение машинного обучения при проведении экономического анализа обретает всё большую значимость, так как применение умных алгоритмов позволяет уменьшить расход используемых человеком времени и сил. На практике применение машинного обучения заключается в том, что

компании создают собственные внутренние системы, позволяющие решать проблемы, обусловленные спецификой их деятельности, а также принимать логические и аналитические решения наравне с людьми. По похожему принципу работает искусственный интеллект, однако имеются и отличия. Большинство компаний в настоящее время применяет искусственный интеллект, так как одним из его главных достоинств является самообучаемость. Самообучаемые нейронные сети осуществляют изучение статистических данных и выполняют прогностические функции, ежесекундно обрабатывая большие массивы данных, что позволяет принять наиболее оптимальное решение, которое повлияет, к примеру, на повышение выручки компании или на различного рода внутренние коэффициенты предприятия или компании.

В настоящее время в России происходит активная модернизация информационных технологий и совершенствование отечественных систем сбора и обработки данных для их успешного применения в экономическом анализе, с целью последующего планирования и прогнозирования будущей стратегии организаций. По данным Росстата за последние несколько лет Россия значительно поднялась по рейтингу цифровизации и на данный момент находится на 10 месте, обогнав Японию и США, которые расположились на 58 и 60 местах соответственно [2]. В настоящее время цифровые технологии играют ключевую роль в современной экономике, улучшая эффективность бизнес-процессов и повышая конкурентоспособность предприятий. Российские предприятия становятся все более заинтересованными в использовании цифровых технологий для проведения экономического анализа и принятия управленческих решений. Согласно исследованиям, в последние годы наблюдается увеличение числа предприятий, которые внедряют цифровые инструменты для анализа экономической ситуации. Это связано с тем, что цифровые технологии позволяют автоматизировать процессы сбора и анализа данных, улучшая точность прогнозирования и давая предприятиям конкурентное преимущество. На графике ниже представлены данные за последние три года об основных инструментах, которые используются организациями не только в бизнес-процессах, но также и при проведении экономического анализа[4].

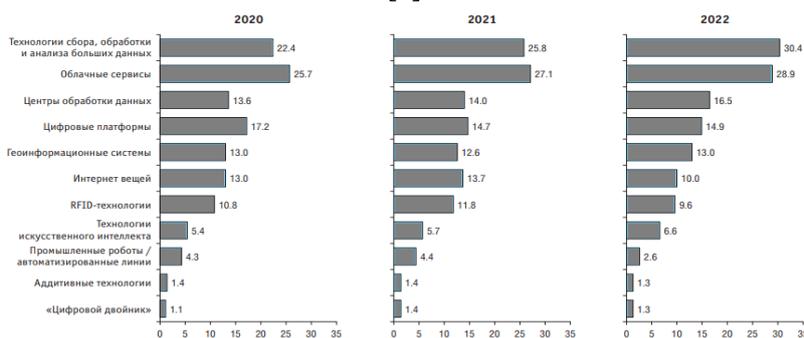


Рисунок 1. Основные финансовые инструменты-участники бизнес-процесса

Влияние цифровизации охватывает всё большее количество компаний, что говорит о том, что российские компании осознают важность цифровизации своей деятельности. Основные сферы экономики, в которых применяются цифровые инструменты для проведения экономического анализа, это оптовая и розничная торговля, сфера сельской промышленности и финансовый сектор. Это обусловлено тем, что именно эти сферы экономики больше всего нуждаются в точном комплексном прогнозировании для обеспечения эффективной и бесперебойной деятельности. Основными источниками больших данных, используемых в организациях, являются данные учетных систем предприятия (CRM, HRIS, SCM, ERP и т.п.) а также иные данные, которые организация получает напрямую из внешней среды.

Цифровизация экономического процесса имеет огромную значимость для российских компаний, однако у неё также имеются свои достоинства и недостатки. Основным достоинством цифровизации процессов экономического анализа является повышение скорости и точности обработки данных. Современные программные решения позволяют автоматизировать процессы сбора и анализа информации, что существенно сокращает время на подготовку отчетов и аналитических данных. Также стоит отметить, что цифровизация позволяет улучшить качество проводимого организацией анализа благодаря использованию различных алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта. Это позволяет выявлять скрытые зависимости и тренды, которые могут быть упущены при ручном анализе данных. К недостаткам, имеющимся у цифровизации процессов экономического анализа, можно причислить факт того, что внедрение новых информационных технологий требует значительных инвестиций, как в оборудование, так и в

обучение персонала. В условиях экономического кризиса не все предприятия имеют возможность позволить себе такие затраты. Ещё одним серьёзным недостатком является увеличение безработицы среди населения. Автоматизация процессов экономического анализа может привести к потере работы для некоторых сотрудников, чьи функции могут быть заменены компьютерными программами. Это может вызвать социальные проблемы и сопротивление со стороны персонала.

Подводя итог, можно сделать вывод, что важным аспектом влияния цифровизации на экономический анализ предприятий является повышение точности и надежности результатов. Автоматизация процесса анализа позволяет исключить человеческий фактор и уменьшить вероятность ошибок. Более того, использование современных аналитических инструментов и программного обеспечения позволяет проводить более глубокий и комплексный анализ, что позволяет выявлять скрытые закономерности и прогнозировать долгосрочные тенденции. В целом, цифровизация оказывает положительное влияние на процесс экономического анализа предприятий, делая его более точным, оперативным и надежным. Компании, осознающие важность использования цифровых технологий в своей деятельности, могут получить конкурентное преимущество и обеспечить стабильное и успешное развитие на рынке.

Библиографический список

1. Головина Т.А., Романчин В.И., Закиров А.И. Развитие технологий бизнес аналитики на основе концепции business intelligence // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. переизд. 2021. №5-1.
2. Сафонов А.А. Теория экономического анализа [Электронный ресурс] /А.А.Сафонов/Москва 2022. URL: http://abc.vvsu.ru/books/u_ekon_an/page0060.asp.
3. Официальный сайт Всемирного Банка. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/digital-progress-and-trends-report>
4. Официальный сайт Росстата . URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic>
5. Официальный статистический сборник Высшей Школы Экономики URL: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/2024%20Индикаторы%20цифровой%20экономики%202024.%20Статистический%20сборник,%20ВШЭ.pdf>

УДК 657

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

Царова К.В. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье раскрыто понятие заработной платы, фонда оплаты труда. Рассмотрены основные системы и формы оплаты труда, первичные документы для расчета заработной платы, вычеты и удержания с заработной платы работников. Представлены основные корреспонденции расчетов с персоналом по оплате труда на счетах бухгалтерского учета по кредиту и дебету счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Ключевые слова: бухгалтерский учет, оплата труда, заработная плата, персонал, расчеты с персоналом по оплате труда, фонд оплаты труда, первичные документы

ACCOUNTING OF SETTLEMENTS WITH PERSONNEL ON REMUNERATION AND DIRECTIONS OF ITS DEVELOPMENT

Tsarova K.V. Bachelor of the 3rd year

*Supervisor: Gubernatorova N.N., candidate of economics, associate professor
Kaluga Branch of Financial University, Kaluga*

Annotation. This article reveals the concept of wages, the wage fund. The main systems and forms of remuneration, primary documents for calculating wages, deductions and deductions from employees' wages are considered. The main correspondence of settlements with personnel on remuneration on the accounts of accounting for credit and debit of account 70 "Settlements with personnel on remuneration" is presented.

Keywords: accounting, remuneration, wages, personnel, settlements with personnel on remuneration, payroll, primary documents

Учет расчетов с персоналом по оплате труда является одним из главных направлений работы бухгалтерии в каждой организации. В современных условиях эффективное управление оплатой труда и расчетами с персоналом является ключевым аспектом успешной деятельности любой организации.

Согласно гл. 20. Ст. 129. ТК РФ, «заработная плата (оплата труда работника) – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, и иные выплаты компенсационного характера) и стимулирующие выплаты (доплаты и надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты)» [1].

По закону о минимальном размере оплаты труда (МРОТ), сумма заработной платы работника за месяц не должна быть меньше установленного МРОТ. С 1 января 2024 года минимальный размер оплаты труда составляет 19 242 рубля в месяц. С начала 2025 года минимальная зарплата должна составлять не менее 48% от медианной заработной платы.

Фонд оплаты труда (ФОТ) – это общая сумма денег, которую потратила организация на выплаты наемному персоналу за определенный период времени [4, с. 71].

В состав фонда оплаты труда включается:

- оплата труда за выполнение основных обязанностей;
- премии за превышение плановых показателей или достижение ключевых показателей эффективности (KPI);
- компенсация за отпуск;
- возмещение простоя не по вине работника;
- доплаты за особые условия труда (например, работу с опасными веществами);
- компенсация расходов на питание и проживание.

Порядок начисления заработной платы персоналу организации зависит от того какая система оплаты труда выбрана на данном предприятии.

Базовая система оплаты труда делится на 2 вида:

- тарифная система (заработная плата определяется на основе установленных тарифов, которые зависят от квалификации, стажа работы, сложности выполняемой работы и других факторов).
- безтарифная система (оплата труда основана на результативности, индивидуальных достижениях и вкладе сотрудника в общий успех организации). Формы и системы оплаты труда являются способами установления зависимости между количеством и качеством труда. Основные формы и системы оплаты труда представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Основные системы и формы оплаты труда

Выбор формы оплаты труда на предприятии зависит от структуры заработной платы. Основными формами заработной платы являются:

- сдельная оплата труда;
- повременная оплата труда.

Сдельная оплата труда предполагает оплату за конкретное количество выполненной работы или произведенной продукции. Размер заработка зависит от объема выполненной работы. Повременная оплата труда, наоборот, предполагает оплату за отработанное время. Заработная плата зависит от количества часов, которые сотрудник провел на работе. Каждый из этих методов оплаты имеет свои плюсы и минусы, и выбор между ними зависит от конкретных условий работы и типа деятельности организации. Состав первичных документов, которые необходимы для начисления заработной платы, также зависит от системы оплаты труда персонала, которая установлена в данной организации. Согласно ч. 4 ст. 9 Закона № 402-ФЗ «формы первичных учетных документов определяет руководитель экономического субъекта по представлению должностного лица, на которое возложено ведение бухгалтерского учета» [2].

Многие бухгалтеры предпочитают использовать утвержденные формы первичных документов для учета оплаты труда на предприятии, как это предусмотрено постановлением Госкомстата от 05.01.2004 № 1 "Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты". Приказы о приеме на работу, увольнении, переводах, предоставлении оплачиваемого отпуска и другие подобные документы являются основными первичными документами по учету труда и его оплаты [5]. Бухгалтерский учет расчетов по оплате труда с персоналом ведется на счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда». «По кредиту счета отражают начисления по оплате труда, пособий за счет отчислений на государственное социальное страхование и других аналогичных сумм, а также доходов от участия в организации, а по дебету – удержания из начисленной суммы оплаты труда и доходов, выдачу причитающихся сумм работникам и не выплаченные в срок суммы оплаты труда и доходов» [3, с. 180].

В таблицах 1 и 2 отражены основные корреспонденции расчетов с персоналом по оплате труда на счетах бухгалтерского учета по кредиту и дебету счета 70.

Таблица 1 – Отражение расчетов с персоналом по оплате труда по дебету счета 70

Содержание операции	Корреспондирующие счета	
	Дебет	Кредит
Выдан аванс и заработная плата работникам	70	50 (51)
Удержан НДФЛ из заработной платы работников	70	68
Удержание из заработной платы суммы по исполнительному листу в пользу третьего лица	70	76
Удержание подотчетных сумм, не возвращенных в установленных срок, из заработной платы работника	70	94

Таблица 2 - Отражение расчетов с персоналом по оплате труда по кредиту счета 70

Содержание операции	Корреспондирующие счета	
	Дебет	Кредит
Начислена заработная плата работникам организации	20, 23, 25, 26, 44	70
Произведена уплата страховых взносов в бюджет	69.	70
Начислена зарплата работника, занятым ликвидацией последствий ЧС	91.2	70
Начислены отпускные за счет созданных ранее резервов	96	70
Депонирование заработной платы работника	76	70

Также к счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» могут быть открыты различные субсчета. Несмотря на то, что счет 70 не предполагает разбивку на субсчета, любая организация может сама утвердить необходимую аналитику с учетом требований приказа Минфина № 94н от 31.10.00 г. Из общей суммы заработной платы работника производятся различные вычеты и удержания. Удержания подразделяются на три категории:

- обязательные (определенные законом);
- по решению работодателя;
- по запросу сотрудника.

Обязательные удержания с заработной платы работника включают налоги с доходов, такие как НДФЛ (налог на доход физических лиц), который работодатель обязан удерживать при выплате дохода. В настоящее время ставка НДФЛ составляет 13% от заработной платы. Также к обязательным удержаниям относятся суммы по исполнительным листам. Перечень исполнительных документов определен в статье 12 Федерального закона от 02.10.2007 № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве». Работодатель может производить удержания с заработной платы работника для компенсации неотработанных авансов или погашения задолженности по подотчетным суммам только в соответствии с законодательством. Удержание средств из заработной платы работника для погашения задолженности перед работодателем допускается при соблюдении условий, установленных Трудовым кодексом Российской Федерации и другими федеральными законами.

Сотрудник может лично подать заявление о ежемесячном удержании определенной суммы из его заработной платы. На основании заявления работника могут удерживаться следующие суммы:

- взносы на добровольное личное страхование, включая медицинское и пенсионное;
- членские взносы в профсоюз при безналичных расчетах с профсоюзными организациями;
- суммы для погашения займов, выданных работодателем, кредитов от банков и процентов за пользование ими;
- алименты, уплачиваемые по исполнительному листу или соглашению;
- средства, направляемые на благотворительность и другие цели.

В организациях для аналитического учета оплаты труда используются лицевые счета, которые открываются для каждого работника при приеме на работу и закрываются по окончании календарного года. Ежемесячно в лицевые счета вносятся данные о начисленной оплате труда, других доходах, удержаниях и вычетах, а также суммах, которые должны быть выплачены работнику. Для эффективного ведения аналитического учета необходимо создать регистры, которые позволяют собирать информацию о начислениях и выплатах, подтвержденных первичной документацией. Основными видами зарплатных регистров являются:

- лицевой счет;
- расчетно-платежная ведомость для расчета суммы по зарплате;
- карточка и развернутая ведомость по счету 70;
- карточка, составленная по форме НДФЛ-1 (формирование не обязательно);
- регистр налогового учета, форму которого устанавливает компания в соответствии со своей политикой.

Регистры могут быть созданы как в бумажной, так и в электронной форме. Бумажные регистры должны быть заверены официальным штампом предприятия и подписями ответственных лиц, а электронные регистры должны иметь электронную подпись.

Автоматизация процесса учета оплаты труда персонала ведется с помощью программы 1С. Соблюдая текущие требования законодательства, данная программа обладает значительным потенциалом для приспособления к особым требованиям бизнес-процессов компании или запросам конкретного пользователя.

Благодаря автоматизированной программе, могут быть решены следующие задачи:

- анализ ФОТ (исследование общей заработной платы с учетом начислений с подробной информацией о каждом сотруднике, а также анализ этой информации по отделам и должностям);
- расчет начислений заработной платы сотрудникам организации (возможность настроить любые виды начислений фиксированной суммой или произвольной формулой);
- исчисление налогов и взносов (расчет НДФЛ и страховых взносов в программе для каждого сотрудника с учетом его налогового и страхового статусов);
- регламентация отчетности (создание всех отчетных документов для ФСС, ПФР, ИФНС в соответствии с законодательными требованиями в форме бумажных или электронных носителей);
- выплата заработной платы (создание расчетных листков, включая расчеты по больничным, отпускам, командировкам, доплатам за совмещение должностей и другим выплатам).

Когда речь идет о внедрении такой универсальной системы, как 1С, в деятельность предприятия, важно отметить, насколько она облегчает работу отделов финансового и кадрового учета. Ведение бухгалтерского учета оплаты труда является важным аспектом финансового управления любой организации. В целом, ведение бухгалтерского учета оплаты труда помогает организации эффективно управлять своими ресурсами, соблюдать законодательство и принимать обоснованные управленческие решения.

Библиографический список

1. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 14.02.2024)
2. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 12.12.2023) "О бухгалтерском учете"
3. Газизьянова Ю. Ю. Бухгалтерский учет : учебное пособие / Ю. Ю. Газизьянова, Т. Г. Лазарева ; составители и порядок представления бухгалтерской отчетности.. Самара : СамГАУ, 2023. 180 с.
4. Коновалов А.А. Экономика организации. Курс лекций и практикум / А. А. Коновалов. Санкт-Петербург : Лань, 2023. 71 с.
5. "Формы первичных учетных документов" (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32449/ (дата обращения: 25.03.2024).

УДК 334

COST-KILLING КАК МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ

Чухрай А.А. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Каждая организация в своем развитии может прийти к кризису. Это может быть вызвано как внешними, так и внутренними факторами. Поэтому любая организация должна быть готова к критическим ситуациям и уметь с ними справляться.

Ключевые слова: кризис, антикризисные меры, оптимизация затрат, cost-killing.

COST-KILLING AS A COST OPTIMIZATION METHOD

Chukhray A.A. bachelor degree of the 3rd year

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

Abstract. Every organization in its development can come to a crisis. This can be caused by both external and internal factors. Therefore, any organization should be prepared for critical situations and be able to cope with them.

Keywords: crisis, anti-crisis measures, cost optimization, cost-killing.

Существует мнение, что в развитии каждой организации существует вероятность наступления кризиса, который определяется не только субъективными факторами, такими, как ошибки в стратегии управления, недостаточное внимание к проблемам развития, но и объективными факторами, например, изменениями рыночной структуры, внешними экономическими условиями, а также политической обстановкой. Во многих случаях кризис нельзя устранить, поэтому его следует рассматривать как естественное явление, отражающее циклический характер развития.

В период любого кризиса наступает переломный момент, когда решается главный вопрос: «утонуть» в проблемах или «выплыть» наружу. В текущих реалиях кризис – это данность, с которой необходимо смириться, под которую нужно подстроиться и не допустить ухудшения ситуации. В кризис имеется нехватка времени, поэтому для принятия решений действовать нужно молниеносно. Соответственно, необходимо под рукой иметь актуальную, достоверную информацию для принятия управленческих решений. Одним из таких источников служит управленческий учет.

Управленческий учет – это установленная организацией система сбора, регистрации, обобщения и представления информации о хозяйственной деятельности организации и ее структурных подразделений (центров ответственности) для осуществления планирования, контроля и управления этой деятельностью [1].

Далее рассмотрим фазы кризиса, которые могут быть в организации. Первая фаза-спад. Он происходит из-за воздействия внешних факторов рынка. Может проявляться в снижении выручки, в снижении рентабельности и прочих показателей, характеризующих результаты финансово-хозяйственной деятельности. Вторая фаза-дальнейшее ухудшение результатов деятельности. Под влияние уже не внешних, а внутренних причин в организации. Третья фаза-приспособление организации к новым реалиям при условии принятии антикризисных мер. Четвертая фаза - переломная. Восстановление равновесия или ухудшение ситуации. Здесь все зависит от своевременного принятия антикризисных мер. Несмотря на то, что экономический кризис приносит комплекс проблем, в то же время открываются новые возможности. Воспользовавшись ими, организация может укрепить свой бизнес и усилить позиции на рынке. Поэтому пятая фаза-поддержание нового экономического уровня развития организации, его устойчивости, роста производства, увеличение объемов продаж в краткосрочной перспективе.

Итак, для того чтобы успешно пройти переломную фазу для улучшения хозяйственно-финансовой деятельности, организации следует предпринять ряд антикризисных мер. Под антикризисным управлением понимается управление, определенным образом предвидящее опасность кризиса, предусматривающее анализ его симптомов, меры по снижению отрицательных последствий кризиса и использования его факторов для последующего развития [2]. Это процедуры, направленные на оптимизацию механизмов систем выявления скрытых ресурсов, потенциала развития на сложном этапе деятельности. Внутренние факторы в данном случае будут основным оружием в борьбе с внешними влияниями. Необходимо, чтобы:

- в организации имелась система финансового контроля и царил здоровый нравственный климат;
- был налажен положительный операционный денежный поток;
- осуществлялась своевременная оптимизация затрат.

Первое, что необходимо сделать – это наладить систему финансового контроля. Для этого следует пересмотреть план денежных потоков на ближайшее время, оценить исходящие платежи по степени важности и срочности, а входящие нужно оценить на вероятность своевременного поступления от клиентов и на риски неполучения средств в срок. Даже в спокойное время возникают незапланированные задержки в платежах со стороны контрагентов, и не секрет, что часть клиентов попадает в ситуации, когда у них отсутствует возможность покрытия своих обязательств в полном объеме и в установленный срок. Что же говорить о кризисном времени, когда количество таких ситуаций может увеличиться в разы. Лучше быть готовым к любым непредвидимым ситуациям, поэтому нужно подготовить стресс-модели, предусматривающие ступенчатое падение поступающих средств на 20,40,60 и даже 80%. А далее необходимо ответить на вопросы: будет ли в таких ситуациях хватать средств на покрытие своих обязательств, не возникнут ли кассовые разрывы, на сколько потребуется пересмотреть бизнес-процессы и на сколько потребуется пересмотреть свои расходы. У каждой компании ведущий бизнес направлен на получение денежных средств. Ни одна компания не будет получать прибыль, если будет только сокращать затраты. Но, тем не менее, контроль расходов полезен, а долгосрочный успех развития компании зависит от ее способности выявлять и устранять неэффективно используемые ресурсы. Иначе бизнес может «обрасти» нецелевыми затратами, которые ошибочно могут быть приписаны в себестоимость. Бывают ситуации, когда необходимы более решительные меры по сокращению расходов. В первую очередь необходимо определить расходы, без которых организация сможет обойтись. И одним из вариантов является агрессивный метод-Cost-killing. Он применяется как своего рода «реанимация» для бизнеса, когда простой помощи по сокращению затрат уже недостаточно.

Cost-killing представляет собой частный случай управления затратами, который может применяться как при тактическом, так и при стратегическом планировании. С одной стороны, это могут быть различные меры краткосрочного характера и узконаправленного действия. Например, смена поставщиков сырья. Это минимизация не тех затрат, которые «проходят» по бухгалтерии, а реальных затрат. Его нельзя рассматривать вне общей системы управленческого учета и отчетности, которая существует или создается в организации [3]. Он используется, когда в организации имеются финансовые трудности, но тем не менее не исключена возможность восстановления и поддержания платежеспособности. Для применения Cost-killing имеется ряд условий:

- администрация компании должна располагать полной и достоверной информацией о состоянии затрат;
- все руководство должно быть ориентировано на сокращение расходов и, главное, признавать необходимость их кардинальной минимизации;
- требуется честность как с персоналом, так и с партнерами;
- без серьезного предварительного анализа жизнедеятельности организации Cost-killing не будет успешным.

Таким образом, перед внедрением метода Cost-killing следует провести оценку финансового состояния организации, основанную на данных управленческой отчетности и обеспечить антикризисный настрой сотрудников. Сокращение расходов не должно пугать, персоналу следует донести необходимость таких действий и уверить, что мероприятия касаются всех, включая высшее руководство. Можно выделить два направления Cost-killing: снижение расходов внутренних и снижение расходов внешних.

Методы внутреннего Cost-killing направлены на:

- выделение центров финансовой ответственности исходя из их полномочий и функций, если ранее это не было сделано;

- классификацию затрат и закрепление их за центрами финансовой ответственности;
- выбор подходящей модели калькулирования себестоимости производимой продукции или оказываемых услуг. И, чем меньше в ней косвенных затрат, тем лучше;
- создание системы мониторинга и контроля расходов, предусматривающие отслеживание отклонения фактических сумм от плановых и поиска резервов их уменьшения;
- составление ключевых финансовых показателей по сокращению затрат и разработки плана достижения требуемых показателей;
- обеспечение информационной прозрачности организации;
- сокращение операционных расходов, связанных как с корпоративной культурой, так и закупочной и логистической деятельностью;
- внедрение ресурсосберегающих техник производства.

Также имеет место переоценка инвестиционных проектов и при необходимости временная заморозка или даже полное их закрытие. Также можно рассмотреть передачу части работ на аутсорсинг, что оптимизирует не только денежные расходы, но и сократит трудозатраты. Можно пересмотреть систему оплаты труда и поощрений, а также рассмотреть реализацию активов. Но при этом необходимо следить за разумным балансом, так как, продав актив сегодня важно понимать, что завтра они вам не потребуются.

Методы внешнего Cost-killing могут включать:

- оптимизацию взаимоотношений с действующими поставщиками. Если требуется, то необходимо провести организацию внутреннего пересмотра условий договора;
- организацию проведения закупочных тендеров или поиск новых поставщиков;
- внешний Cost-killing обязательно связан с плотной работой с дебитором.

Cost-killing как метод управления затратами имеет свои преимущества и недостатки, которые представлены ниже (табл.1).

Таблица 1 - Плюсы и минусы применения Cost-killing

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> - метод приводит к оперативному сокращению затрат; - приводит к выявлению ненужных затрат; - приводит к проведению пересмотра существующих договоров на предмет условий сотрудничества; - способствует возможности увеличения конкурентоспособности организации. 	<ul style="list-style-type: none"> - требует системного подхода; - глобально может использоваться только периодически; - довольно рискован; - применяется к отдельным видам затрат или только для определенных подразделений; - внешний Cost-killing возможен только с теми поставщиками, с которыми у организации доверительные и долгосрочные отношения; - проведение тендеров или поиск новых поставщиков требует времени и отсутствие суеты; - при сокращении затрат необходимо сохранить качество производимой продукции и оказываемых услуг; - при самом неблагоприятном раскладе данный метод предусматривает в том числе сокращение затрат на оплату труда.

Таким образом, Cost-killing является достаточно успешным методом для оптимизации затрат. Однако для того, чтобы данный метод оказался полностью удачным, необходимо в полной мере оценить финансовое состояние организации. Должна быть представлена полная и достоверная информация о затратах. Необходимо ведение управленческого учета, а также предоставление прозрачной управленческой отчетности, которая будет использована при разработке мероприятий по оптимизации затрат.

Библиографический список

1. Говдя В.В. Управленческий учет в организациях агропромышленного комплекса: организационные аспекты в схемах и таблицах : учебное пособие / В.В. Говдя, А.Ф. Кузина. Краснодар: КубГАУ, 2020. 109 с.
2. Исследование рисков в современной экономике: учебник / Е. Ш. Качалова, И. Г. Черненко, И. В. Шацкая [и др.]. Москва: РГУ МИРЭА, 2022 197 с.
3. Остаев Г.Я. Управленческий учет в АПК: методы принятия оптимальных (ключевых) решений: учебник / Г.Я. Остаев, Б.Н. Хосиев, А.Х. Каллагова. Владикавказ: Горский ГАУ, 2018. 472 с.

СЕКЦИЯ 2. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 339.138

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В МАРКЕТИНГЕ

Жукова К.В. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В современном мире социальные медиа играют значительную роль в маркетинге. В данной статье рассмотрены понятие SMM и влияние социальных медиа на продвижение товаров и услуг. Были проанализированы планирование стратегии и методы продвижения. Также рассмотрены основные преимущества и недостатки использования социальных медиа в маркетинге.

Ключевые слова: социальные медиа, маркетинг, социальные сети, продвижение

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN MARKETING

Zhukova K.V. bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. In today's world, social media plays a significant role in marketing. This article examines the concept of SMM and the influence of social media on the promotion of goods and services. Strategy planning and promotion methods were analyzed. The main advantages and disadvantages of using social media in marketing are also discussed.

Keywords: social media, marketing, social networks, promotion

В современном мире социальные медиа стали неотъемлемой частью жизни людей. Они являются источником информации, средством общения, платформами для бизнеса. Соцмедиа предоставляют доступ к огромной аудитории, которая быстро реагирует на новые продукты и услуги. Социальные сети – наиболее популярная разновидность соцмедиа, потому что значительную часть своего времени люди проводят именно там. Предприниматели же, осознав коммерческий потенциал соцсетей, начали использовать их для продажи своей продукции. Именно поэтому социальные медиа стали отличной возможностью для маркетологов.

Social Media Marketing (SMM) – это процесс продвижения продуктов или услуг через социальные медиа. Оно включает разработку стратегий, изучение аудитории, анализ эффективности компаний. Цель SMM заключается в повышении узнаваемости бренда, поддержание связи с клиентами, привлечение аудитории.

В 2023 году газета «Известия» провела исследование, в результате которого выяснилось, что на рынке не хватает SMM-специалистов. Быстрое развитие бизнеса привело к тому, что количество проектов превышает число специалистов, готовых и способных к их реализации. Кроме того, SMM относительно новое направление, имеющее много компонентов, а качественного образования в данной сфере недостаточно. Поэтому на рынке очень много кадров, у которых нет такого опыта работы, из-за чего фирмам сложно найти профессионалов для продвижения своей продукции. Быстрое экономическое развитие и высокий спрос привели к повышению заработной платы SMM-специалистов. По данным hh.ru, средняя зарплата в этой сфере составляет 80-85 тыс. рублей в месяц, однако есть вакансии с оплатой в 200 тыс.

Приход в социальные сети должен быть правильно спланирован, для этого необходимо выбрать правильную стратегию, инструменты. Стратегия маркетинга в соцсетях зависит от таких факторов, как целевая аудитория, производимый продукт или услуга, платформа для продвижения, целей компании и т.д. Поэтому для определения грамотной стратегии нужно провести анализ рынка, конкурентов, аудитории. После этого выбирается вид контента в зависимости от того, какой результат хочет получить компания. Это может быть, например, продающий, нацеленный именно на продажу, или развлекательный, целью которого является удержание аудитории, а также обучающий, показывающий экспертность компании. Когда контент будет готов, необходимо выбрать способ продвижения. К ним относятся:

1. Таргетинг. Интернет – это место хранения информации о пользователях, включая возраст, пол, местоположение, а также поисковые запросы. На основе этих данных компании размещают

баннеры, рекламные ролики, которые нацелены на конкретную аудиторию. Таким образом, они привлекают новых клиентов.

1. Маркетинг влияния. Это сотрудничество компаний с влиятельными личностями для продвижения продукции. В социальных сетях это преимущественно реклама у блогеров, а также актеров, артистов и прочих известных личностей, заслуживших доверие у аудитории. Но выбор инфлюенсера зависит от количества подписчиков, его близости с ними, также немаловажную роль играет репутация.

2. Репутационный маркетинг. Данный вид маркетинга направлен на формирование имиджа компании. Пользователи формируют базу отзывов, которые оказывают значение на репутацию компании. Поэтому поддержание связи с клиентами, предложения о решении проблем, а также участие в общественных и благотворительных мероприятиях будут положительно влиять на имидж компании.

3. Работа с комьюнити. Это процесс взаимодействия компании с аудиторией. Оно включает в себя общение с участниками сообщества, поддержание положительной атмосферы, управление аккаунтами. Работа с комьюнити позволяет определить интересы целевой аудитории, повысить узнаваемость бренда.

Кроме того, достаточно распространены неэтичные методы продвижения. Например, спам. В настоящее время нередкое явление – получение на почту или в сообщения от сообществ навязчивой рекламы, которая агрессивно призывает к покупке той или иной продукции. Такой ход отталкивает клиентов, прославляет компанию своей навязчивостью, вследствие чего портит репутацию. Накрутка посещаемости аккаунтов, отзывов. В основном этим занимаются компании, чей продукт не пользуется спросом из-за своего качества или неэффективности. Покупатели же, основываясь на полученной информации, начинают доверять бренду, покупать продукцию, а в итоге оказываются обманутыми. В данном случае страдают обе стороны: компания теряет клиентов, прибыль, а вторые в свою очередь денежные средства. Всплывающие окна – еще один из неэтичных методов продвижения. С ним в основном пользователи сталкиваются, заходя на определенные сайты. Иногда появляются неожиданно, но во всех случаях мешают просмотру контента. Этот метод также негативно сказывается на компании, отталкивая потенциальную аудиторию.

Таким образом, маркетинг в социальных медиа может быть как положительным, так и отрицательным и его результат будет зависеть от факторов, разобранных выше. А, для того чтобы определить эффективность SMM, необходимо провести аналитику. Она включает в себя посещаемость, количество просмотров контента, количество упоминаний, активность аудитории, степень достижения, поставленных целей и так далее. Проведение аналитики необходимо для понимания эффективности принятой SMM стратегии, для ее редактирования, а также оценки окупаемости вложенных средств.

Роль социальных медиа в маркетинге стала ключевой, поскольку они предоставляют фирмам широкие возможности для ведения и развития бизнеса. Во-первых, SMM позволяет компаниям продвигать свой бренд, повышать узнаваемость и формировать положительный имидж. Социальные сети являются новым и наиболее эффективным каналом продвижения товаров и услуг в отличие от телевидения и радио. Они предлагают более точный таргетинг, направленный на конкретную аудиторию, заинтересованную в выпускаемой продукции. Во-вторых, укрепление связи с клиентами. Социальные аккаунты и сообщества служат платформой для взаимодействия с целевой аудиторией. Компании могут получать обратную связь, отвечать на вопросы, таким образом выстраивая доверительные отношения с клиентами. Также это дает возможность понять желания и потребности клиентов и совершенствовать товар в соответствии с их требованиями. В-третьих, повышение вовлеченности. Создание интересного и полезного контента в соцсетях привлекает внимание не только потенциальных клиентов, но и инвесторов. Публикация постов, проведение опросов, конкурсов и розыгрышей позволяет компании повысить вовлеченность, увеличить посещаемость и сформировать имидж бренда. Также SMM позволяет сократить расходы на рекламу. Социальные медиа предоставляют широкий спектр инструментов, способов продвижения, нацеленных на конкретную аудиторию, при этом стоимость рекламы ниже, чем на традиционных каналах, таких как телевидение и радио.

Однако маркетинг в социальных медиа имеет и недостатки. Для успеха в соцсетях необходимо постоянное обновление контента, что может потребовать значительных затрат времени и ресурсов на реализацию. Необходимо регулярно публиковать качественный контент, чтобы удержать аудиторию и поддерживать с ней взаимодействие. Также из-за высокой популярности возможны взломы аккаунтов и утечки конфиденциальной информации. Управление соцсетями требует контроль доступа и

использование надежных мер безопасности. Кроме того, негативные и сомнительные действия компании могут быстро распространяться в соцсетях, нанося ущерб ее репутации. Социальные медиа тоже характеризуются высокой конкуренцией, что затрудняет компаниям привлекать внимание потенциальных клиентов. Контент фирмы может легко затеряться в потоке огромного количества постов других организаций, что требует использование эффективных стратегий и создание качественной и уникального контента.

Таким образом, социальные медиа играют важную роль в маркетинге. Они предоставляют компаниям широкий спектр инструментов, платформ. Это позволяет компаниям адаптировать свою стратегию в зависимости от целевой аудитории. Социальные сети обеспечивают тесную связь с клиентами, что позволяет получать обратную связь и улучшать свою продукцию. Также это позволяет быстро реагировать на изменения предпочтений потребителей. Кроме того, соцсети могут быть использованы для повышения узнаваемости и формирования репутации. Компании могут создавать контент, который будет привлекать клиентов, формировать лояльную аудиторию и доверительные отношения с ней. Однако для достижения желаемого результата необходимо активно работать над созданием контента и развитием отношений с аудиторией. SMM требует определенных знаний и навыков. Компании должны разрабатывать эффективные стратегии, использовать правильные инструменты, анализировать различные данные, оценивать эффективность решений. В настоящее время умение использовать социальные медиа для продвижения товаров и услуг становится необходимым навыком для маркетологов и предпринимателей.

Список литературы

1. Катаев А.В. Digital-маркетинг [Текст]: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова; Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. 161 с.
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Халилов Дамир. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 240 с.
3. Константин Рудов SMM handbook – полное руководство по продвижению в соцсетях / Константин Рудов, Василий Крылов [Электронный ресурс] // URL: <https://www.litres.ru/book/vasiliy-krylov-30112/smm-handbook-polnoe-rukovodstvo-po-prodvizheniu-v-soc-64884841/> (дата обращения: 16.03.2024).

УДК: 338.24

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА

*Короходкин И. К., магистрант 1-го курса,
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации*

Аннотация. Дана трактовка понятия «стратегические альтернативы». В статье рассмотрена классификация стратегических альтернатив. Подробно рассмотрен процесс разработки стратегических альтернатив. Проанализированы уровни формирования портфеля стратегий.

Ключевые слова: стратегия, стратегическая альтернатива, стратегический портфель, выбор, предприятие.

DEVELOPMENT OF STRATEGIC ALTERNATIVES IN BUSINESS DEVELOPMENT

*Korokhodkin I.K., 1st year master's student,
Scientific supervisor: Gubanova E.V. Ph.D., Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Abstract. The interpretation of the concept of "strategic alternatives" is given. The article considers the classification of strategic alternatives. The process of developing strategic alternatives is considered in detail. The levels of strategy portfolio formation are analyzed.

Keywords: strategy, strategic alternative, strategic portfolio, choice, enterprise.

Формирование стратегических альтернатив является главным моментом стратегического управления в развитии бизнеса. Ранние шаги стратегического управления создают основу для дальнейшего формирования стратегии. На сегодняшний день отсутствует единая методика к разработке стратегии организации.

Среди разнообразия фундаментальных позиций можно выделять следующие мнения:

1. При разработке стратегии организации предпочтительно использовать инновационное, нестандартное подход, чтобы наиболее полно отразить стратегическое видение высшего руководства компании.

2. Полная структуризация процесса, с учетом внешней среды и потенциала организации должна проходить при разработке новой стратегии, что позволит сделать ее максимально эффективной.

3. При разработке новой стратегии необходимо подбирать более подходящие существующие модели. Это необходимо чтобы подчеркнуть особенности организации и ее потребности, а также сократить необоснованное расходование ресурсов и нагруженность стратегии.

4. Организация делает упор на адаптивности и гибкости к внешним изменениям и полностью игнорирует стратегические изменения [3, с. 223].

Рассмотрев данные позиции ученых, мы видим, что их мнение сильно разнится. Большее число ученых придерживается позиции, что разработка стратегических альтернатив будет эффективной и крепкой только при условии детального и структурированного процесса управления.

На сегодняшний день при разработке стратегий лидерами компаний учитываются как традиционные, так и нетрадиционные методы, чтобы сделать стратегию уникальной и подходящей к конкретной организации.

Под термином «стратегическая альтернатива» мы понимаем комплекс разноплановых вариантов действий, которые будут направлены на укрепление устойчивости бизнеса. Данный комплекс представляет собой разные направления развития бизнеса, которые способствуют достижению стратегических целей. Каждая стратегическая альтернатива имеет свои затраты и предполагаемые результаты эффективности, которые играют решающее значение при дальнейшем выборе стратегии развития.

Для определения многообразия стратегических альтернатив на сегодняшний день используют классификацию предложенную Маджори Лайсом и Лаймом Фаэем.

По классификации данных ученых стратегические альтернативы делятся на 3 категории:

1. Альтернативы постепенного прогрессивного развития.
2. Альтернативы модернизации и обновления.
3. Инновационные альтернативы.

Рассмотрим их подробнее.

Под альтернативами постепенного прогрессивного развития подразумеваются набор разновидностей, которые могут быть продолжением действующих стратегий либо те, которые внедряют изменения для усовершенствования их. Альтернативы постепенного прогрессивного развития являются центральными и популярными среди всех стратегических альтернатив. С их помощью организация может плавно внедрять изменения в организацию совершенствуя себя, и тем самым пройти процесс адаптации к изменчивости внешней среды.

Под альтернативами модернизации и обновления подразумевается внедрение глобальных изменений в уже функционирующую стратегию организации. Данные внедрения включают в себя преобразования в целях и структуре стратегии, а также пересмотр видения на процесс ведения бизнеса. С помощью данных альтернатив организация повышает свою конкурентоспособность на рынке.

Под инновационными альтернативами подразумеваются кардинальные изменения в действующей стратегии организации для дальнейшего достижения глобальных целей. Они включают в себя кардинальный пересмотр методологий и концепций, внедрение новой продукции, которая способна сделать прорыв в отрасли. Внедрение инновационных альтернатив требует инновационного мышления, сильных познаний в анализе и отсутствия страха к рискованности. Внедрение данных альтернатив поможет бизнесу стать лидером в отрасли.

Все внедряемые изменения оказывают влияние на три основные сферы:

- 1) Выбор продуктов и рынков.
- 2) Применение конкурентных стратегий.
- 3) Рост и развитие.

Рассмотрим критерии, которые должны приниматься во внимание при выборе стратегии.

Глубокий анализ рынка с применением научных методов. Данный анализ поможет определить эффективную стратегию в дальнейшем.

Обозначение целей управления, основанных на миссии и ценностях организации.

Фиксация заинтересованного числа персонала в изменении стратегии.

Определение сроков реализации каждого этапа стратегии.

Квалификационный уровень персонала и эффективность действующей системы управления персоналом. На разработку стратегических альтернатив и стратегии влияют как факторы внешней, так и внутренней среды. Под внешними факторами мы подразумеваем поставщиков, потребителей, конкурентов и органы государственной власти. Под внутренними факторами следует понимать потенциал организации, ее конкурентоспособность на рынке, а также характеристики выпускаемой продукции/услуг. При фиксации всех факторов можно сделать вывод, что для разработки эффективной стратегии нужно не только анализировать действующую ситуацию на рынке, но и смотреть в перспективу и предвидеть будущие изменения во внутренней и внешней среде.

Процесс разработки стратегических альтернатив включает следующие шаги:

1. Формирование широкого спектра стратегических альтернатив, с участием как топ-менеджмента, так и менеджеров среднего звена. Это позволяет привлечь разнообразные идеи и рассмотреть различные перспективы развития.

2. Дальнейшая проработка и уточнение стратегических вариантов, с учетом изменений во внешней и внутренней среде организации. Каждая альтернатива представляется в виде «гнездовой структуры» с иерархическими уровнями, где каждый уровень сочетает возможные стратегические решения. Такой подход позволяет создать портфель стратегий с различными вариантами развития.

3. Проведение оценки разработанных стратегических альтернатив, учитывая миссию организации, стратегических целей и ограничений. На данном этапе мы выбирает наиболее подходящую стратегию под организацию.

На рисунке 1 рассмотрим уровни портфеля стратегий.

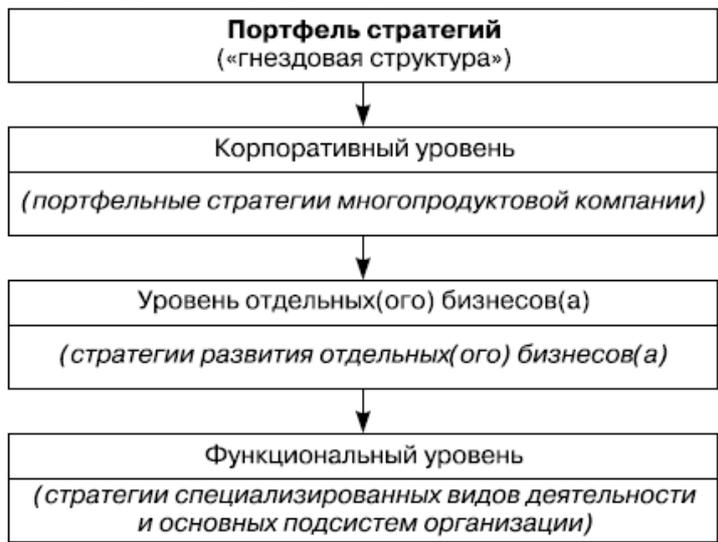


Рисунок 1. Уровни формирования портфеля стратегий в организации

Процесс выбора и обоснования стратегического портфеля включает несколько этапов (рисунок 2).



Рисунок 2. Процесс выбора и обоснования стратегического портфеля

На первом этапе процесса разработки стратегических альтернатив осуществляется формулировка множества вариантов стратегии и их тщательный анализ с целью оценки их соответствия, достижимости и адекватности поставленным целям. При выборе стратегических альтернатив учитываются значимые факторы, которые могут положительно или отрицательно влиять на достижение стратегических и тактических целей организации.

На следующем этапе происходит выбор конкретных стратегий, которые адаптируются с учетом внешней среды и внутренних изменений в организации. Сформированный стратегический портфель разбивается на отдельные функциональные области и преобразуется в реальные стратегии или тактики, что обеспечивает конкретизацию и операционализацию стратегических альтернатив [1, с. 166].

На последнем этапе проводится анализ выбранной альтернативы, гармонизирующей с корпоративной стратегией организации. Оценивается возможность достижения поставленных целей и миссии в целом, а также осуществляется контроль и мониторинг реализации стратегии и оценка полученных результатов.

Таким образом, разработка стратегических альтернатив является критическим этапом в стратегическом планировании, позволяющим организации сохранять и укреплять свою конкурентоспособность в условиях динамической конкурентной среды.

Библиографический список

1. Алексеева Н.И. Формирование стратегических альтернатив: процессный подход / Н.И. Алексеева, Е.Э. Бучина // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2021. № 10. С. 164-167.
2. Дубова О.А. Процесс формирования стратегических альтернатив // Экономика и эффективность организации производства. 2017. № 26. С. 9-11.
3. Дюйзен Е.Ю. Формирование стратегических альтернатив организации и выбор стратегии / Е.Ю. Дюйзен // Междисциплинарность науки как фактор инновационного развития: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Казань, 11 октября 2017 года. Казань: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2017. С. 221-225.

УДК 339.138

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: НЕОБЫЧНЫЕ СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ

Миронова А.В. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о значимости партизанского маркетинга в продвижении фирмы, о его формах, методах и последствиях. Возникший в XX веке партизанский маркетинг быстро набрал популярность и уже сейчас используется маркетологами по всему миру. За век партизанский маркетинг разделился на несколько направлений: эпатажный, вирусный, скрытый, Life Placement и ambient marketing. Проанализировав основные методы партизанского маркетинга, были сделаны выводы о их положительных и отрицательных чертах. Методы, которые предлагает партизанский маркетинг являются с одной стороны недорогими и эффективными, с другой стороны – рискованными и непредсказуемыми, но все они направлены на привлечение общественного внимания к товару или услуге.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, партизанский маркетинг, эпатажный маркетинг, вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, Life Placement, ambient marketing.

GUERRILLA MARKETING: UNUSUAL WAYS OF ADVERTISING

Mironova A.V. bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: E.V. Denisova, senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article deals with the significance of guerrilla marketing in the promotion of the firm, its forms, methods and consequences. Guerrilla marketing, which emerged in the XX century, quickly gained popularity and is now used by marketers around the world. Over the century guerrilla marketing has divided into several directions: epathetic, viral, hidden, Life Placement and ambient marketing. After analyzing the main methods of guerrilla marketing, conclusions have been drawn about their positive and negative features. The methods offered by guerrilla marketing are on the one hand inexpensive and effective, on the other hand - risky and unpredictable, but all of them are aimed at attracting public attention to the product or service.

Keywords: marketing, advertising, guerrilla marketing, experiential marketing, viral marketing, hidden marketing, Life Placement, ambient marketing.

Маркетинг начал зарождаться ещё в древние времена, когда в обществе только начали появляться рынки и торгово-рыночные отношения, однако как официальная наука маркетинг возник относительно недавно, в конце XIX – начале XX вв в США. Уже в 1902 году маркетинг начал преподаваться как самостоятельная дисциплина в нескольких американских университетах – Гарвардском, Иллинойском и Мичиганском. С тех пор такая наука как маркетинг продолжает развиваться и применяться по всему миру в разных видах деятельности.

Современный маркетинг занимается разработкой и исполнением идей по продвижению товаров и услуг, используя при этом самые разнообразные способы рекламы: от флаеров, развешанных по городу, до сотрудничества с мировыми знаменитостями. Но эти идеи зачастую бывают либо недостаточно креативными в ситуации с флаерами, либо достаточно затратными в случае сотрудничества со знаменитостью, из-за этого некоторые маркетологи решают пойти по пути партизанского маркетинга.

Термин «партизанский маркетинг» начал активно употребляться после того, как в 1984 году американский рекламист Джей Конрад Левинсон выпустил одноименную книгу, которая приобрела всемирную популярность среди маркетологов по всему миру. В книге «Партизанский маркетинг» автор рассматривал вопрос о том, как при минимальных затратах, привлечь максимальное количество клиентов, используя нетрадиционные способы рекламы. В своей книге Левинсон описал более 200 методов продвижения продукта с помощью партизанского маркетинга. Некоторыми из них являются:

- Устная молва. Важно контролировать то, что говорят о компании люди.
- Участие в повседневной жизни местного населения.
- Членство в клубах и ассоциациях вашего региона. Ради приобретения большей известности, необходимо участвовать в общественной жизни.
- Контакты с нужными людьми, которые могут обеспечить известность фирмы.
- Специальные мероприятия помогают привлечь новых клиентов и потребителей.
- Благодарные отзывы довольных клиентов [3].

Левинсон в своей книге рассматривал партизанский маркетинг как набор маркетинговых практик, которые реализуются малыми компаниями с небольшим размером бюджета. Целью партизанского маркетинга является увеличение общественного интереса к товару или услуге, при этом используя минимальное количество ресурсов на рекламную кампанию. Средствами достижения данной цели являются методы и инструменты в маркетинге, не требующие больших финансовых ресурсов [1].

Изначально партизанский маркетинг использовался небольшими фирмами, имеющими ограниченный бюджет на рекламную кампанию. Но с течением времени средние и крупные предпринимательства также заинтересовались инструментами партизанского маркетинга и поняли, что иногда реклама без больших финансовых вложений может быть эффективней раскрученной рекламы в СМИ.

На сегодняшний день мы можем сказать, что партизанский маркетинг состоит из двух элементов: малобюджетный и нестандартный маркетинг (тот самый, о котором говорил Левинсон) и скрытый маркетинг (в этом случае потребители не подозревают, что подвергаются воздействию рекламы).

Главной отличительной чертой малобюджетного партизанского маркетинга от обычного маркетинга является то, что он включает в себя дешевые и необычные методы привлечения клиентов. Сюда входит использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток или же по-другому, различных трюков, фокусов и уловок, которые позволяют привлечь клиентов быстрее, чем это сделает другая компания.

Сейчас партизанский маркетинг специалисты классифицируют на определенные виды в зависимости от его методов. Это достаточно сложно сделать, однако маркетологи в большинстве случаев выделяют 4 основных вида, это:

- эпатажный;
- вирусный;
- скрытый;
- Life Placement.

Эпатажный маркетинг – это вид рекламы, которая привлекает внимание людей к товару своим эпатажем и скандальностью. Видя такую рекламу, потребитель неосознанно заостряет на ней своё внимание и запоминает её, поскольку она не соответствует моральным нормам. В данном случае важно не то, что конкретно человек испытывает по отношению к рекламе: восхищение, гнев или

смех, а то, что он уже заметил и запомнил эту рекламу и с большой долей вероятности расскажет о ней своим друзьям и знакомым.

Эпатажная реклама, в отличие от обычной, влияет больше на эмоциональную составляющую человека, нежели на логическую. Самое главное в эпатажной рекламе – это знать меру, так как в случае неудачи потребитель останется недоволен рекламным продуктом, вследствие чего, компания может потерять не только ресурсы, вложенные в рекламу, но и самого потребителя. Задача такого рода реклам заставить говорить о себе как прессу, так и простых потребителей. Примером подобной рекламной кампании может стать реклама от итальянского дома моды и производителя одежды Gucci. Компания выложила в социальной сети GIF-изображения с древнегреческими статуями, которых с помощью графических редакторов облачила в новую коллекцию одежды и аксессуаров. Рекламная кампания сопровождалась слоганом «Гуччи для богов Олимпа». Реакция на данную рекламу пошла негативная, так как люди стали обвинять бренд в безнравственности и призывали относиться более почтительно к греческой истории.

Вирусный маркетинг – это маркетинговая техника, в которой распространителями являются сами потребители. Самым главным средством распространения вирусного маркетинга является сеть Интернет, где все происходит таким образом, что пользователи сами начинают распространять информацию о продукте, причем делают это добровольно, желая поделиться полезным продуктом с другими. При этом информация не воспринимается как реклама, а, скорее, как что-то интересное и веселое. Вирусный маркетинг может проявляться в чем угодно – фото, видео, игры, даже простой текст (например, пост в социальной сети).

Наиболее эффективным вирусный маркетинг становится, когда он размещается на популярных страницах в социальных сетях, которые имеют авторитет и определенную аудиторию. В социальных сетях может стать популярным все что угодно, это зависит от количества людей, интересующимся темой рекламы. Главное в вирусном маркетинге – это иметь обратную связь со своими клиентами: слушать их мнение и рекомендации, которые потом можно воплотить в жизнь.

Скрытый маркетинг – это один из видов маркетинга, направленный на установление положительного имиджа бренда, товара, услуги или компании у целевой аудитории. Цель скрытого маркетинга заключается в не прямой рекламе продукта с помощью ненавязчивого донесения информации до потребителя так, что он не догадывается о воздействии на него рекламы. Такой вид маркетинга можно встретить в кино, телепередачах, в видео у блогеров. Например, актёр во время телевизионной передачи «случайно» помещает рекламный продукт на заднем плане или же периодически обращается к нему в сюжете, чтобы привлечь внимание потребителя [2].

Life Placement (англ. Life – жизнь, placement – размещение) – это маркетинговая технология, когда товар или услугу продвигают с помощью скрытой рекламы, привлекая внимание потребителей неявными методами. Главным средством лайф-плейсмента является человеческое любопытство. Все люди по своей природе любопытны, как бы они этого не отрицали, например, едет человек в общественном транспорте и слышит, как рядом сидящие пассажиры обсуждают какой-либо товар. Человек неосознанно запоминает это, даже если данный продукт ему совершенно не нужен. Так и зарождается покупательский интерес. Лайф-плейсмент может использоваться везде: в общественных местах, на телевидении, в книгах, в СМИ и сети Интернет [5].

На данный момент в мире набирает популярность такое перспективное направление маркетинга как ambient marketing – это направление маркетинга, которое позволяет использовать нестандартные методы рекламы. Суть данного направления маркетинга заключается в использовании для рекламы любых окружающих человека предметов. Это может быть все что угодно: движущиеся или стационарные предметы, которые обычно человек не воспринимает в качестве носителя рекламной информации. Любой объект ambient media имеет небольшой срок жизни, поэтому ему на замену обязательно должно прийти новое средство размещения рекламы. Для ambient-marketing основной задачей является налаживание эмоционального контакта с потенциальным клиентом, из-за чего он становится мощным инструментом для развития рекламных кампаний различных предприятий [4].

Партизанский маркетинг имеет ряд преимуществ над обычной рекламой. Во-первых, из-за своей уникальности, неординарности партизанский маркетинг быстрее привлекает внимание и остается надолго в памяти людей, а они в свою очередь создают эффект «сарафанного радио», рассказывая друг другу о той рекламе, которая их привлекла и зацепила. Во-вторых, такую рекламу видят только потенциальные клиенты, а конкуренты её не замечают и, следовательно, не копируют. И наконец, партизанская реклама даёт более быстрый результат за счет своей оригинальности и креативности.

Но, как и любой процесс, партизанский маркетинг имеет свои минусы. Одним из самых главных и значимых минусов является риск и непредсказуемость, так как сложно спрогнозировать результат подобных акций и реакцию потребителя на такую провокационную рекламу. Также минусом является сложность реализации, ведь подобного рода реклама требует креатива и нестандартных решений. Кратковременность тоже является минусом, потому что эффект от партизанской рекламы длится недолго, и из-за этого необходимо постоянно придумывать и изобретать новые необычные способы привлечения новых клиентов. Важно правильно подбирать средства и методы реализации, которые будут соответствовать целям компании и требованиям целевой аудитории.

Партизанский маркетинг чрезвычайно эффективное и перспективное направление маркетинга. Однако важно уметь применять его методы в нужных количествах и в уместных контекстах, чтобы получить от целевой аудитории ту реакцию, которая будет способствовать высоким продажам продукта. В партизанском маркетинге главной целью является привлечь внимание к продукту, но при этом не использовать большое количество ресурсов, поэтому партизанский маркетинг остается достаточно перспективным направлением в маркетинге.

Библиографический список

1. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Москва : Издательство Юрайт, 2024. С. 279-282.
2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С.В. Карпова [и др.], Москва : Издательство Юрайт, 2021. С. 222-234.
3. Левинсон Дж. Партизанский маркетинг. Москва : Манн, 2012. С. 432.
4. Евтюшина А.Э. Ambient marketing – эффективность нестандартности // StudNet. 2020. №2. С. 379-383.
5. Субач Ю., Чижова Е.А. Технология продвижения лайф-плеисмент // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2020. № 3. С. 887-889.

УДК 339.138

КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНАЯ ПАРАДИГМА – ОСНОВА ФИЛОСОФИИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Петрова Г.В. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Статья посвящена изучению современной концепции маркетинга – клиентоцентричности, которая становится все более значимой в настоящее время. Актуальность темы заключается в том, что ориентированность на клиента сегодня важнее, чем когда-либо прежде, и внимание компаний сосредоточено на удовлетворении уникальных потребностей потребителей. В статье рассмотрена эволюция концепций маркетинга до нынешнего времени. Указано значение клиентоцентричной стратегии для современных компаний и приведены примеры использования этого подхода.

Ключевые слова. Клиентоцентричность, современный маркетинг, эволюция маркетинга, концепции маркетинга.

CUSTOMER-CENTRIC PARADIGM – THE BASIS OF THE PHILOSOPHY OF MODERN MARKETING

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 is devoted to the study of the modern concept of marketing - customer-centricity, which is becoming increasingly important nowadays. The relevance of the topic is that customer centricity is more important today than ever before, and companies are focused on meeting the unique needs of consumers. The article examines the evolution of marketing concepts to the present time. The importance of a customer-centric strategy for modern companies is indicated and examples of the use of this approach are given.

Keywords. Customer-centricity, modern marketing, evolution of marketing, marketing concepts.

Эволюция маркетинга тесно связана с меняющимися одна за одной стадиями человеческой цивилизации и экономического развития общества. Сегодня люди склонны думать о маркетинге, как о современной концепции, однако на самом деле он уже существует на протяжении веков. Он

значительно изменился с течением времени, но даже в своих самых ранних формах маркетинг был направлен на внимание потребителя. Можно выделить пять этапов, которые прошла концепция маркетинга до настоящего времени.

1. Концепция совершенствования производства (производственная концепция или этап ориентации на производство). Этот этап характеризуется массовым производством, которое приходилось на начало прошлого века. Потребители искали доступный продукт по разумной цене и в силу дефицита продукт производился в неограниченных количествах. На этом этапе спрос превышал предложение, соответственно не возникало проблем с привлечением клиентов. Главной задачей маркетинга при производственной концепции была реализация продукции. Выигрывал на рынке тот производитель, который отпускал свой товар с меньшей ценой. Роль маркетинга была ограничена и заключалась в снижении производственных затрат и регулировании цен. Следовательно, производители сосредотачивались на постоянном совершенствовании и повышении эффективности производства.

2. Концепция совершенствования товара. Согласно данной концепции, потребители будут выбирать товары, предлагающие наивысшее качество, лучшие эксплуатационные характеристики и свойства, хорошую производительность. Организации в этом случае должны уделять внимание качеству производимого продукта и постоянному совершенствованию продукции посредством напряженных усилий в области исследований и разработок. Главная цель – совершенствование потребительских свойств товара.

Концепция совершенствования товара может привести к ситуации «маркетинговая близорукость» - неспособность производителя видеть, что происходит за пределами его организации. В данной ситуации покупатель приобретает решение своей проблемы, а не продукт.

3. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая концепция). Ориентирована на развитие сбытовой сети, каналов сбыта. Она утверждает, что любой товар может быть продан, если его активно продвигать, иными словами, потребители будут больше покупать только в том случае, если они будут привлечены к крупномасштабным усилиям по продажам и продвижению, так как у них появляется возможность выбирать из многих альтернатив. Главной целью становится интенсификация сбыта товаров за счет маркетинговых усилий по продвижению и продаже товаров. Организации стремятся продавать все, что они произвели, а не создавать товары, которые желает рынок. Основным инструментом является агрессивное продвижение (агрессивный маркетинг).

Агрессивный маркетинг – метод продвижения товаров и услуг, направленный на активное привлечение внимания потенциальных клиентов путем использования ярких, вызывающих эмоции техник (скидки, акции, распродажи).

4. Концепция маркетинга (традиционная концепция). Данная концепция утверждает, что залогом достижения поставленных целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов способами. На этом этапе организации определяют желания потребителей и адаптируют свою деятельность для удовлетворения этих потребностей максимально полно и результативно. Главной целью является удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков [1].

5. Концепция социально-этичного маркетинга. Она утверждает, что задачей организации является установление нужд и потребностей целевых рынков, желаемой удовлетворенности с одновременным сохранением благополучия потребителя и общества в целом. Основным инструментом является исследование социальных и экологических последствий, систематический анализ потребностей рынка, сегментация и позиционирование. Главной целью становится удовлетворение нужд и потребностей конкретных целевых аудиторий, разработка конкурентоспособных товаров.

Концепции и методы маркетинга постоянно сталкиваются с инновациями, возникающими из повседневной маркетинговой практики и потребительских привычек. Проверенные временем подходы обновляются и уступают место более целостным и современным подходам, при которых люди становятся не просто объектами коммерческих предложений, а личностями со своими уникальными потребностями и ценностями. Таким образом, в современном мире маркетинга возникла новая философия, которую компании сейчас активно используют – это подход, ориентированный на клиента (клиентоцентричный маркетинг). Стратегия ставит целью создание значимых и прочных отношений с клиентами. Такой подход имеет многочисленные преимущества для организаций и маркетологов, к ним можно отнести:

– Акцент на создание ценности, заключающийся в стремлении компаний стать постоянными партнерами на жизненном пути их клиента. Они стараются создать долгосрочную ценность путем выхода за рамки предложения продуктов и услуг.

– Повышение уровня удовлетворенности клиентов, то есть расширение понимания ценностей, убеждений, проблем потребителей. При помощи использования расширенной аналитики данных и искусственного интеллекта, компании стремятся персонализировать свои предложения, с целью приближения их к жизни своей целевой аудитории.

– Повышение имиджа компании, которого можно достичь, используя клиентоцентричный подход, поскольку такие организации в настоящее время имеют положительную репутацию среди потребителей.

– Повышение конкурентоспособности организации, которое достигается за счет соблюдения требований клиентоцентричности, в результате чего организация способна лучше адаптироваться к постоянно меняющимся рыночным условиям. Она лучше реагирует на изменения в потребностях и предпочтениях клиента, что позволяет повысить конкурентоспособность.

– Увеличение доходов за счет повышения количества довольных покупателей, которые могут повторно совершать покупки, приобретая дополнительные услуги и товары, а также рекомендуя их своим знакомым [3].

Использование клиентоцентричного подхода является стратегическим выбором организации, который может помочь переосмыслить то, как она общается со своей целевой аудиторией. Узнавая и отдавая приоритет целостному благополучию, убеждениям и ценностям потребителей, компании имеют возможность строить подлинные отношения, которые выходят за рамки традиционных моделей и концепций. Подход способствует доверию со стороны клиента, социальной ответственности и устойчивости.

Сейчас клиентоцентричность превратилась в основу философии маркетинга, все бизнес-процессы и корпоративная культура адаптируются под задачи данной стратегии. Существует эволюция клиентоцентричной концепции, и в настоящее время все движется к тому, что этот подход становится главенствующим во всех отраслях.

Клиентоцентричность – принципиально новая парадигма, пронизывающая бизнес на всех его уровнях: корпоративной культуры, процессов, принятия решений, регламентов и обучения. Согласно ей целью организации является получение максимальной прибыли за счет максимального удовлетворения желаний потребителя, что становится основным отличием этого подхода от традиционных концепций. Другими словами, эта концепция основана на предположении, что удовлетворение потребностей покупателей уже является большим успехом компании [2]. Если покупатели довольны предлагаемой продукцией, спрос на нее возрастет, а вместе с ним прибыль компании и ее репутация.

Ярким примером использования клиентоцентричной концепции маркетинга является компания Amazon. Она предлагает клиенту индивидуальные рекомендации по продуктам, персонализированные новости о предложениях и рекламных акциях, бесплатную доставку и дополнительные льготы. Сайт компании предлагает возможность просматривать товары на основе опыта других, тем самым помогая определиться в нужной покупке. Amazon уделяет приоритетное внимание удовлетворению всех запросов покупателей, например, обеспечивает беспрепятственный возврат товаров и денежных средств за их покупку.

Всем известная компания Сбербанк также пользуется клиентоцентричным подходом в своей деятельности. Она подстраивается под желания и запросы клиентов, тем самым удовлетворяя их меняющиеся потребности, а также способна предугадывать их. Так, у клиентов имеется круглосуточный доступ к необходимым сервисам, а сотрудники банка активно решают вопросы, поступающие от клиентов. Сбербанк дает возможность пользователям просматривать историю своих транзакций и взаимодействия с компанией, при этом они уверены в надежности банка, который использует современные, высокозащищенные технологии, полностью отвечающие стандартам финансовой безопасности. В случае непредвиденных обстоятельств и возникших проблем банк компенсирует клиентам причиненные неудобства и приносит извинения. Более того, Сбербанк постоянно улучшает имеющиеся услуги, а также следит за разработкой и внедрением новых, стремясь повышать уровень довольных клиентов [4].

Таким образом, ориентированность на клиента возникла несколько лет назад как идеология, которая разрушила традиционные маркетинговые представления и убеждения. Клиентоцентричная стратегия играет решающую роль в современном маркетинге. Многие компании сегодня стараются использовать этот подход с целью улучшения взаимоотношений со своими клиентами, углублению в

их убеждения и ценности, повышая их удовлетворенность продукцией и услугами. Подход, ориентированный на клиента, представляет собой целостную перспективу, которая фокусируется на улучшении общего качества жизни человека. Он выходит за рамки традиционных методов, поскольку ставит на первое место благополучие, счастье и удовлетворение всех потребностей человека. При данной стратегии продукты, услуги и опыт разрабатываются для положительного влияния на все аспекты жизни человека, которые включают физическое и психическое здоровье. Клиентоцентричная парадигма становится главенствующей и является основой философии современного маркетинга.

Библиографический список

1. Герасимов Б.И. Маркетинг: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. 2-е изд. Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. 320 с.
2. Грушенко В.И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии: учебно-практическое пособие / В. И. Грушенко. Москва: ИНФРА-М, 2019. 360 с.
3. Глобализация как фактор эволюции концепций маркетинга // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-kak-faktor-evolyutsii-kontseptsiy-marketinga> (дата обращения: 17.03.2024)
4. Трансформация роли потребителя в эволюции маркетинга // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-rolipotrebatelya-v-evolyutsii-marketinga> (дата обращения: 17.03.2024)

УДК 33

ИСПО ЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: VR И AR

Пономарева А.П. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье представлена аналитика технологий дополненной и виртуальной реальностей, рассмотрено их использование в маркетинговой деятельности на примере различных компаний, а также рассмотрена перспектива развития AR и VR.

Ключевые слова. Маркетинг, виртуальная реальность, дополненная реальность.

USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN MARKETING ACTIVITIES: VR AND AR

Ponomareva A.P. bachelor's degree of the 3rd year

*Supervisor: Akimenko V.A., Senior Lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article presents an analysis of augmented and virtual reality technologies, examines their use in marketing activities using the example of various companies, and also examines the prospects for the development of AR and VR.

Keywords. Marketing, virtual reality, augmented reality.

В настоящее время, в век инноваций, технологии виртуальной и дополненной реальностей все больше внедряются в жизнь людей. Например, практически каждый ребенок знает, что это такое, на примере мобильной игры Pokemon Go, или каждый человек может на определенных сайтах и с помощью определенных приложений померить и посмотреть, как на нем сидит та или иная вещь, до покупки, а также в считанные секунды можно надеть на себя маску при помощи обычного смартфона. Учитывая данные факты, маркетинг тоже стал использовать AR и VR для продвижения товаров и продуктов.

Augmented reality (AR) – это технология дополненной реальности, при которой виртуальные объекты накладываются на реальную среду. Описанные выше маски в социальных сетях или игра Pokemon Go, возможность примерки одежды и обуви дома до покупки – это дополненная реальность. Человек видит на смартфоне окружающую его обстановку, который дополняется виртуальными рисунками, схемами, текстом, персонажами [1].

Технологии дополненной реальности были разработаны и впервые реализованы в 1990-х годах Томасом Коделлом для помощи военным летчикам в ориентировке по местности и полету. Данную технологию сразу оценили представители строительной и промышленной индустрии.

Одним из самых захватывающих аспектов этих технологий является их потенциал для маркетинга и продвижения товаров. Компании все чаще обращаются к VR и AR, чтобы создавать более глубокие и вовлекающие впечатления для своих клиентов.

В AR виртуальные элементы являются дополнением к реальной среде, а не наоборот. Примеры использования AR-технологии в маркетинге [3]:

1) IKEA разработала каталог мебели с данной технологией в 2014 году, благодаря чему потенциальные покупатели могли дома оценить, подходит ли им по интерьеру та или иная мебель.

2) Компания Nestle превратила коробки из-под сухих завтраков в интересную игру для детей, в то время как раньше на них печатались различные раскраски. Потребителям нужно просто отсканировать QR-код в камере телефона и наслаждаться появившейся картинкой. Данное решение стало причиной оставить брендованную коробку у себя на кухне вместо того, чтобы выкинуть ее в мусорное ведро.

3) L'Oreal - приложение Makeup Genius позволяет пользователям примерить различные макияжи с помощью AR-технологии.

4) Очень интересно Kinder использует AR с помощью приложения Applaydu. В каждом яйце с сюрпризом вместе с игрушкой есть код, отсканировав который ребенок может по-новому контактировать со своей игрушкой. Какую-то игрушку можно кормить и гладить, некоторые из них повторяют фразы забавным голосом и так далее. Чем больше у ребенка Kinder-сюрпризов, тем ему интереснее.

5) Бутылка кетчупа Heinze хранит в себе AR метки, а приложение blippAR превращает упаковку от соуса в полезную книгу рецептов.

Virtual reality (VR) – технология виртуальной реальности, при которой пользователь получает эффект реального физического своего присутствия с помощью иммерсивной гарнитуры в трехмерном мире, который полностью создан компьютером. Аудитория VR-маркетинга ограничена людьми, имеющими специальное оборудование для погружения в виртуальную реальность, однако их количество растет [1].

Многие крупные бренды активно используют VR в своей маркетинговой кампании: [3]

1) Бренд бытовой техники Dyson создал виртуальный магазин, где покупатели могут протестировать приборы для укладки волос и пылесосы для уборки.

2) Сеть гостиниц Pullman благодаря VR провела интересную акцию на базе парижского аэропорта: всем новоприбывшим предлагалось надеть шлем и посетить отель виртуально, и в случае удовлетворения потенциальных клиентов – моментально забронировать номер.

3) Производители обуви Merrel на презентации своей серии ботинок для туристов организовали гостям виртуальный поход горы, где потенциальные покупатели могли протестировать все возможности данной линейки.

4) Виртуальный тест-драйв запустила компания Volvo, презентуя свой новый автомобиль XC90. Данная акция позволила испытать разные режимы езды в различных локациях, благодаря чему первые модели были распроданы за пару дней. [2]

5) В Польше Coca-Cola порадовала людей виртуальной рождественской поездкой на санях с Санта-Клаусом, чтобы те почувствовали праздничную атмосферу, а компания закрепила за своим брендом не только качество и историю, но и ассоциацию с праздником.

Для полного понимания данных технологий, рассмотрим ключевые отличия между технологиями виртуальной и дополненной реальности в таблице 1.

Таблица 4 – Ключевые отличия между AR-маркетингом и VR-маркетингом

AR-маркетинг	VR-маркетинг
Суть	
Виртуальные объекты и подсказки дополняют реальный мир.	Мир вокруг человека создается полностью с нуля компьютером, цифровой мир.
Оборудование	
Необходимо просто смартфон или планшет.	Необходимо специальное иммерсионное оборудование (перчатки, костюмы, очки, шлем)
Что нужно для запуска проекта	
Специальное AR-приложение, при использовании которого виртуальные трехмерные объекты накладываются на реальный мир.	Специальное VR-приложение, при запуске которого пользователь будет погружаться в виртуальный мир.

На данный момент времени AR-маркетинг развивается активнее VR, поскольку аудитория технологий дополненной реальности в разы шире: смартфон есть практически у каждого человека, в то время как иммерсивную гарнитуру себе могут позволить не все. Технологии дополненной

реальности универсальны и доступны многим сферам: производители продуктов питания, рестораны и кафе, музеи (история экспонатов). AR используется везде, в том числе и в образовании. Сегодня создать код может любой человек всего лишь с помощью пары сайтов.

VR-технологии набирают популярность в туристической отрасли. Благодаря виртуальной реальности упростился выбор направления для отдыха или путешествия, поскольку появляется возможность погулять по улицам различных городов и стран, оценить различные отели. Туристические фирмы, предоставляющие данные услуги, выдвигаются для потребителей на первый план.

Виртуальная и дополненная реальности в маркетинге могут решить ряд задач:

- 1) Демонстрация товара покупателю, в том числе с возможностью его примерки
- 2) Вывод нового товара или услуги на рынок
- 3) Проведение эффективной рекламы для повышения имиджа и узнаваемости бренда и лояльности аудитории
- 4) Запуск новых проектов с быстрым привлечением внимания к нему

Использование AR и VR технологий имеют для брендов определенные преимущества, такие как:

1) Увеличение конверсии и продаж. Технологии виртуальной и дополненной реальностей упрощают процесс покупки благодаря уменьшению барьеров входа и выхода. Более того, данные технологии стимулируют положительные отзывы и повторные покупки, так как люди испытывают удовольствие при использовании продуктов.

2) Увеличение запоминаемости и привлекательности. Виртуальная и дополненная реальности создают эмоциональные цифровые истории, которые привлекают внимание как активных клиентов, так и потенциальных, вследствие чего складывается положительное впечатление о бренде.

3) Усиление доверия и лояльности. Технологии AR и VR служат инструментом демонстрации продуктов в интерактивной форме, благодаря чему пользователи становятся более уверенными в качестве продуктов. Более того, они способствуют более глубоким и долгосрочным отношениям между брендом и его аудиторией.

Возможности дополненной реальности практически не ограничены не только с точки зрения создания и простоты использования, но и спектра их использования. Поэтому, касательно AR в маркетинге, стоит ожидать следующего:

1) Появление новых сервисов виртуальной примерки не только в торговле, например, но и в пластической хирургии

2) Развитие таргетированной рекламы будет доступно не только в сети Интернет, но и на уличных носителях

3) Пользователи смогут заказать понравившийся им товар мгновенно вне зависимости от того, где они увидели рекламу

4) Технология может стать более разнообразной и может начать считывать движения и голос пользователей

5) Есть риск того, что AR-объекты начнут взаимодействовать с пользователями более активно, считывать движения значков и перемещаться вслед за ними, вследствие чего реклама станет агрессивнее.

Хотя VR-маркетинг пока еще имеет определенные ограничения из-за малой доступности VR-оборудования, однако все больше компаний приобретают иммерсивную гарнитуру в офисы и шоурумы, чтобы устраивать интерактивные туры и тест-драйвы для клиентов, которые хотят познакомиться с товаром или услугой.

Таким образом, AR (дополненная реальность) и VR (виртуальная реальность) - это технологии, которые помогают маркетологам создавать неповторимые цифровые истории о своих брендах. Они позволяют пользователю погрузиться в интерактивный цифровой мир, где он может видеть, слышать и даже ощущать различные объекты и события. Это повышает привлекательность, запоминаемость, доверие, лояльность, конверсию и продажи брендов.

В общем, VR и AR технологии предоставляют уникальные возможности для продвижения товаров и услуг, а также для обучения и развития в различных отраслях. Использование этих инноваций может значительно увеличить эффективность маркетинговых кампаний и повысить уровень взаимодействия между клиентами и брендами. Для бизнеса дальнейшее изучение VR и AR технологий сегодня является дополнительными возможностями развития, а их эффективное использование в маркетинговой деятельности - весомым конкурентным преимуществом.

Библиографический список

1. Стратегические решения риск-менеджмента [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://www.jsdrm.ru/jour/article/view/787?locale=ru_RU#:~:text \(дата обращения 15.03.2024\)](https://www.jsdrm.ru/jour/article/view/787?locale=ru_RU#:~:text=(дата+обращения+15.03.2024))

2. TexTerra брендформанс агенство [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/virtualnaya-realnost-v-marketinge-20-primerov-ispolzovaniya.html> (дата обращения 15.03.2024)

3. МТС Маркетолог [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://marketolog.mts.ru/blog/kak-breendi-ispolzuyut-vr-v-marketinge-podborka-interesn> (дата обращения 15.03.2024)

УДК 339.138

ИСКУССТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ: СЕКРЕТЫ ЭФФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Скуратова Ю.А. бакалавр 1 курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Статья рассматривает секреты эффективного маркетинга и дает рекомендации по их использованию. В ней мы погрузимся в мир креативности и инноваций, чтобы помочь привлечь больше клиентов и увеличить прибыль бизнеса.

Ключевые слова: маркетинг, эффективный маркетинг, маркетинговая стратегия

THE ART OF ATTRACTING CUSTOMERS: SECRETS OF EFFECTIVE MARKETING

Skuratova J.A. bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: Denisova E.V., senior teacher
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

В бизнесе, где конкуренция постоянно растёт, привлечение клиентов становится одной из сложных и главных задач для предпринимателей. Поэтому важно строить в маркетинге стратегию на воздействие потенциальных покупателей, которая требует особого подхода и знания определённых секретов.

Один из таких секретов заключается в том, чтобы выделиться из толпы и привлечь внимание своей целевой аудитории. Традиционные методы рекламы уже не работают так эффективно, как раньше. Потребители стали более привередливы к информации. Таким образом эффективная маркетинговая стратегия, которая направлена на увеличение осведомлённости о продукте или услуге, может привлечь большое количество новых потенциальных клиентов. Без эффективного маркетинга, компания рискует оставаться незамеченной и терять позиции на рынке.

Кроме того, эффективный маркетинг помогает удерживать существующих клиентов. Клиенты всегда ищут новинки и лучшие предложения. С помощью маркетинга компания может удовлетворять потребности и ожидания клиентов, предоставляя им новые продукты и услуги, а также привлекая их с помощью выгодных акций и скидок. В результате, клиенты будут чувствовать связь с брендом и быть более склонными сделать повторные покупки.

Обратная связь от клиентов также является важной частью эффективного маркетинга. Правильное использование обратной связи позволяет компании узнать о недостатках и сильных сторонах своих продуктов или услуг и внести соответствующие изменения. Кроме того, обратная связь позволяет оценить эффективность маркетинговых компаний и внести корректировки для улучшения результатов.

Не стоит забывать и о конкурентном преимуществе, которое может дать эффективный маркетинг. Отличное позиционирование бренда и уникальные предложения позволяют выделиться на рынке среди конкурентов. Благодаря маркетингу компания может создать узнаваемый образ, привлекательный для клиентов и отличающийся от других.

В целом, эффективный маркетинг является неотъемлемой частью успешного бизнеса. Он позволяет привлечь новых клиентов, удержать существующих, получить полезные отзывы и отличаться от конкурентов. Без учёта маркетинговых стратегий, компания рискует оставаться незамеченной и уступать конкурентам. Поэтому, разработка и реализация эффективных маркетинговых стратегий становится важной задачей для любого предприятия.

Основные стратегии привлечения клиентов играют ключевую роль в успешном маркетинговом подходе любого бизнеса. Однако, выбор подходящей стратегии может быть сложной задачей, требующей грамотного анализа целевой аудитории и рынков.

Первая стратегия - реклама. Реклама может быть размещена в различных медиа-каналах, таких как телевидение, радио, печатные издания и интернет. Но прежде чем выбрать подходящую рекламную платформу, необходимо определить свою целевую аудиторию и провести исследование рынка.

Вторая стратегия - контент-маркетинг. Создание полезного и важного контента позволяет привлекать внимание клиентов и устанавливать с ними долгосрочные отношения. Создание блога, написание статей, выпуск информационных материалов, все это поможет привлечь целевую аудиторию.

Третья стратегия - сетевой маркетинг. Включает в себя работу с партнёрами, участие в выставках и событиях. Деятельность в сетевом маркетинге помогает расширить круг целевой аудитории и увеличить узнаваемость бренда.

Четвёртая стратегия - социальные медиа. Активное присутствие в социальных сетях позволяет взаимодействовать с клиентами, делиться полезной информацией и создавать доверие к бренду. Необходимо выбрать социальные платформы, которые наиболее популярны у целевой аудитории.

Выбор подходящей стратегии привлечения клиентов зависит от множества факторов, таких как тип продукта или услуги, целевая аудитория, бюджет и конкурентность рынка. Поэтому важно провести детальный анализ, чтобы определить, какая стратегия будет наиболее эффективной для бизнеса.

Использование целевой аудитории в маркетинге является одним из ключевых факторов успешной привлечения клиентов. Для этого нужно изучить потенциальных клиентов, их потребности, интересы и предпочтения. Это поможет лучше понять, кому рассчитаны продукты или услуги и что именно должно быть в центре маркетинговых усилий.

Одним из самых эффективных способов определить целевую аудиторию является создание покупательских персон. Покупательские персоны - это макеты, которые представляют идеальных клиентов. Они описывают основные характеристики исследуемых групп, такие как возраст, пол, доход, образование, интересы и привычки. Создание покупательских персон позволит более точно настроить свои маркетинговые сообщения и стратегию под нужды и предпочтения целевой аудитории.

Помимо создания покупательских персон, также полезно проводить исследования и опросы среди уже существующих клиентов. Это поможет лучше понять, почему они выбрали компанию, какие факторы были решающими при принятии решения о покупке и какие достоинства они видят в продукте или услуге. Исследование мнения клиентов позволит настроить свою маркетинговую стратегию на основе их предпочтений и потребностей.

Определение целевой аудитории - важная часть маркетинговой стратегии. Понимание, кого именно привлекать и какие потребности удовлетворить, поможет создать эффективные маркетинговые сообщения и широко использовать рекламные каналы, на которых аудитория наиболее активна.

Исследование рынка является важным этапом планирования маркетинговой стратегии. Оно помогает выявить потребности клиентов и понять, каким образом можно их удовлетворить. Секрет эффективного маркетинга заключается в том, что нужно предлагать и продвигать те продукты и услуги, которые решают конкретные проблемы или удовлетворяют потребности клиентов.

Для проведения исследования рынка могут использоваться различные методы. Одним из них является анализ конкурентов. Изучение действий конкурентов позволяет определить их преимущества и недостатки, на основе которых можно разработать собственную уникальную позицию на рынке. Также можно анализировать рыночные тренды и прогнозировать будущие изменения для выработки соответствующей стратегии.

Опросы и фокус-группы являются еще одним способом исследования рынка. Они позволяют получить информацию от самых прямых источников – самих клиентов. Опросы позволяют собрать данные, которые потом могут быть проанализированы. Фокус-группы же дают возможность получить глубинные знания о мнениях и предпочтениях клиентов, а также выявить скрытые потребности.

Кроме того, можно провести анализ данных о продажах и использовании продукта/услуги. Это поможет определить, какие виды продукта и услуги наиболее ценны для клиентов и на что стоит обратить особое внимание при разработке маркетинговой стратегии. Мониторинг отзывов клиентов также может дать полезную информацию о их потребностях и предпочтениях.

Важно учитывать, что исследование рынка – непрерывный процесс. Рынок постоянно меняется, а потребности клиентов с течением времени также могут изменяться. Поэтому оценка клиентских

потребностей и их удовлетворение должны происходить систематически и регулярно. Только таким образом можно быть в курсе последних требований и успешно адаптироваться к изменениям.

В современном бизнесе, особенно в условиях высокой конкуренции, важно быть на шаг впереди своих конкурентов. Для этого необходимо использовать инновационные методы маркетинга, которые помогут привлечь внимание клиентов и выделиться среди других компаний.

Одним из таких методов является использование социальных медиа. Сегодня большинство людей активно используют социальные сети, и это отличная возможность для бизнеса привлечь внимание потенциальных клиентов.

Ещё одним инновационным методом маркетинга является использование виртуальной реальности VR и дополненной реальности AR. С их помощью компании могут создавать уникальные и запоминающиеся клиентские впечатления. Например, бренды могут создавать VR-туры по своим производственным площадкам или предоставлять возможность клиентам виртуально примерить одежду или аксессуары. Такой подход позволяет укрепить связь с клиентами, привлечь новых и повысить лояльность к бренду.

Также следует обратить внимание на использование персонализированного маркетинга. Сегодня потребители ожидают индивидуального подхода. Использование данных о клиентах позволяет создавать персонализированные рекламные кампании, которые будут более эффективно привлекать внимание и генерировать продажи.

Ещё одним инновационным методом маркетинга является использование влиятельных людей. Они имеют лояльную аудиторию и силу убеждения, что делает их эффективными инструментами маркетинга. Сотрудничество с влиятельными людьми может помочь привлечь внимание клиентов и создать доверие к бренду.

В заключение, для успешного привлечения клиентов и выделения среди конкурентов необходимо использовать инновационные методы маркетинга. Это включает использование социальных медиа, VR и AR, персонализированный маркетинг и сотрудничество с влиятельными людьми. Эти подходы могут помочь компании достичь максимального эффекта от своих маркетинговых компаний и устойчиво развиваться на рынке.

Библиографический список

1. Барченков И. Библия интернет-маркетолога. М.: Бомбора. 2023. 384 с.
2. Казущик А.А. Маркетинг: маркетинговая информационная система, стратегия маркетинга: практическое пособие : учебное пособие / А.А. Казущик. Гомель : ГГУ имени Ф. Скорины, 2022. 47 с.
3. Латышова Л.С. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: Учебное пособие для вузов, 6-е изд. М.: Дашков и К. М.: 2024. 150 с.
4. Матушкин О.О. Системный маркетинг. Современное пособие по маркетингу для предпринимателей и руководителей бизнеса. М.: Издательский «Ridero». 2023. 550 с.

УДК 339.138

НЕЙРОСЕТИ В МАРКЕТИНГЕ: РЕВОЛЮЦИОННЫЕ МЕТОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ

*Столяров М.В. бакалавр 1 курс, Муравьев Д.А. бакалавр 1 курс
Научный руководитель: Денисова Е.В. старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Тема данной работы связана с использованием нейросети в маркетинге. В статье будет рассмотрено, какие революционные методы и перспективы применения искусственного интеллекта может изменить сферу маркетинга. Так же будут рассмотрены основные принципы работы и преимущества применения нейросетей.

Ключевые слова. Использование нейросети в маркетинге, Основные принципы, преимущества и возможности, новые тенденции и инновации.

NEURAL NETWORKS IN MARKETING: REVOLUTIONARY METHODS AND PROSPECTS FOR APPLICATION

*Stolyarov M.V. bachelor's degree of the 1st year, Myravev D.A bachelor's degree of the 1st year
Supervisor: Denisova E.V. senior lecturer at the Kaluga Branch of the Finance, Kaluga
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The topic of this work is related to the use of neural networks in marketing. The article will examine what revolutionary methods and prospects for the use of neural networks can change the field of marketing. The basic operating principles and advantages of using neural networks will also be discussed.

Keywords. The use of neural networks in marketing, Basic principles, advantages and opportunities, new trends and innovations.

В современном мире, где технологии продолжают развиваться со стремительной скоростью, нейросети становятся все более популярным инструментом в сфере маркетинга. Нейросети – это программные модели, созданные для имитации работы человеческого мозга и анализа больших объемов данных [2]. Они способны обрабатывать информацию быстро и точно, что делает их ценными инструментами для прогнозирования поведения потребителей и определения эффективных стратегий продвижения товаров и услуг.

Одной из революционных методик использования нейросети в маркетинге является анализ данных социальных сетей. Благодаря своим возможностям распознавания шаблонов и трендов, они способны выделить ключевые моменты из огромного потока информации, получаемой из соцсетей. Это позволяет компаниям более точно определить интересы своих клиентов, узнать о новых трендах на рынке и адаптировать свою маркетинговую стратегию под изменяющиеся потребности и предпочтения клиентов. В данной статье мы рассмотрим принципы работы нейросетей, их преимущества в сравнении с традиционными методами анализа данных, а также перспективы применения нейросетей в маркетинге.

В маркетинге нейросети находят применение в различных областях. Одна из них – это анализ клиентов и прогнозирование их поведения. ИИ (искусственный интеллект) способен анализировать огромное количество информации и выявлять скрытые связи между различными факторами, что позволяет предсказывать будущие действия клиентов и адаптировать маркетинговые стратегии.

Еще одной важной областью применения нейросети в маркетинге является персонализация предложений. Они позволяют анализировать данные о предпочтениях и поведении клиентов, чтобы подобрать наиболее релевантные и интересные им предложения, что существенно повышает эффективность маркетинговых кампаний и уровень удовлетворенности клиентов.

Кроме того, нейросети могут быть использованы для улучшения процесса принятия решений. Они способны анализировать большие объемы данных и определять наиболее оптимальные стратегии действий на основе полученной информации [3]. Такое применение ИИ позволяет маркетологам снизить риски и повысить эффективность своих действий.

Нейросети в маркетинге открывают новые возможности и революционизируют подходы к анализу данных и принятию решений. Они позволяют предсказывать поведение клиентов, персонализировать предложения и снижать риски в принятии решений.

Основные принципы работы нейросети в маркетинговых стратегиях необходимо понимать для успешного применения этой технологии в современном бизнесе. Нейросети являются мощными инструментами, способными обрабатывать и анализировать большие объемы данных для выявления закономерностей и прогнозирования поведения потребителей [3].

Первым принципом является необходимость обучения нейросети. Для достижения высокой точности прогнозирования и оптимальной работы, нейросеть должна быть обучена на обширных данных, где каждый пример содержит информацию о параметрах исследуемых объектов. Чем больше данных используется для обучения, тем лучше результаты работы нейросети.

Вторым принципом является использование различных типов нейронных сетей в зависимости от поставленных задач. Например, для анализа текста могут применяться рекуррентные нейронные сети, а для прогнозирования временных рядов – сверточные нейронные сети. Выбор оптимальной архитектуры нейросети важен для достижения наилучших результатов.

Третьим принципом является регуляризация и контроль переобучения. Нейросети могут быть склонны к переобучению, когда они "запоминают" данные обучающей выборки и теряют способность обобщать информацию на незнакомых данных. Для предотвращения переобучения используют различные методы регуляризации, такие как добавление штрафов за сложность модели или применение методов сокращения размерности данных.

Четвертым принципом является постоянное обновление нейросети в соответствии с изменениями в рыночной ситуации и потребностями клиентов. Маркетинговые стратегии постоянно эволюционируют, и нейросети должны быть готовы изменяться и адаптироваться к новым требованиям рынка.

Преимущества и возможности применения нейросети в маркетинге неоспоримо, что они стали настоящей революцией в маркетинге и открыли новые перспективы для его развития. Одним из ключевых преимуществ использования нейронных сетей в маркетинге является их способность анализировать большие объемы данных и выявлять скрытые закономерности. Это позволяет создавать более точные и эффективные стратегии маркетинговых кампаний [1].

Благодаря нейросетям маркетологи могут предсказывать потребительские предпочтения и поведение клиентов с высокой точностью. Нейросети способны обрабатывать большой объем информации, включая данные из социальных сетей, интернет-магазинов, а также результаты маркетинговых исследований. Анализ этих данных позволяет выявить скрытые связи и тренды, что дает возможность настроить маркетинговые кампании на конкретных группах потребителей.

Еще одним преимуществом применения нейросети в маркетинге является способность автоматизировать процессы принятия решений. Они могут самостоятельно анализировать и обрабатывать информацию, что позволяет маркетологам сосредоточиться на разработке стратегий, создании контента и проведении экспериментов. Более того, нейросети способны улучшать свою работу на основе обратной связи и оптимизировать маркетинговые процессы.

Развитие нейросети также предоставляет маркетологам возможность персонализировать взаимодействие с клиентами. Благодаря анализу данных о предпочтениях и поведении клиентов, нейросети могут предложить персонализированные рекомендации, акции и предложения.

Современные технологии нейросети революционизировали подход к маркетингу. Использование нейронных сетей позволяет компаниям эффективно анализировать данные и точно прогнозировать тренды в поведении потребителей. Но какие новые тенденции и инновации применения нейросети можно наблюдать в маркетинге?

Во-первых, ИИ стал незаменимым инструментом в автоматическом подборе контента для потребителей. Благодаря анализу поведенческих и предпочтений пользователя, нейросети могут предложить персонализированный контент, исходя из его интересов, что существенно повышает эффективность маркетинговых кампаний.

Во-вторых, нейросети активно используются в сегментации аудитории. Анализируя большие объемы данных, они могут выделить группы потребителей со схожими интересами и предпочтениями. Это позволяет разрабатывать более целевые и персонализированные стратегии маркетинга, увеличивая конверсию и улучшая взаимодействие с клиентами. Кроме того, нейросети активно применяются в анализе тональности отзывов. С помощью обучения на большом количестве текстов нейросети могут точно определить эмоциональную окраску текста и выявить настроение клиентов по отзывам о товарах и услугах. Это помогает компаниям реагировать на проблемы и недостатки в своей работе, а также улучшать обратную связь с потребителями.

В целом, использование нейросети в маркетинге открывает необычайные перспективы для бизнеса. Они позволяют анализировать большие объемы данных, предсказывать тренды и предпочтения потребителей, а также разрабатывать более эффективные стратегии продвижения товаров и услуг на рынке.

Библиографический список

1. Использование нейронных сетей в маркетинге [Электронный ресурс] // URL: https://intelad.ru/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge/ispolzovanie_nejronnyh_setej_v_marketinge/ (Дата обращения: 22.03.2024г.)
2. Нейросети и ИИ в кибербезопасности: Защита и инновации [Электронный ресурс] // URL: <https://neuralpoint.ru/neyroseti/neyroseti-i-ii-v-kiberbezopasnosti-zaschita-i-innovacii/> (Дата обращения: 23.03.2024г.)
3. Использование нейросетей в маркетинге [Электронный ресурс] // URL: https://neurobucks.ru/zarabatok-na-analize-dannyh/ispolzovanie_nejrosetej_v_marketinge/ (Дата обращения: 23.03.2024)

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА

*Харазян С.А. бакалавр 1-го курса
Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье исследуется влияние цифровых маркетинговых инструментов на результативность деятельности компании. Также анализируются основные тенденции развития цифрового

маркетинга и его воздействие на увеличение объемов продаж, привлечение новых клиентов, улучшение взаимодействия с текущими клиентами, укрепление имиджа бренда и другие аспекты успешной работы компании. Будут рассмотрены такие инструменты цифрового маркетинга, как контент-маркетинг, интернет-реклама, социальные сети, анализ данных и другие. Статья окажется полезной для бизнес-специалистов, маркетологов и управленцев, желающих оптимизировать маркетинговые стратегии и повысить результативность своего бизнеса в современной цифровой эпохе.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, инструменты, целевая аудитория, эффективность бизнеса.

THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING TOOLS ON BUSINESS PERFORMANCE

Kharazyan S.A. bachelor's degree of the 1st year

Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article examines the impact of digital marketing tools on the company's performance. It also analyzes the main trends in the development of digital marketing and its impact on increasing sales, attracting new customers, improving interaction with current customers, strengthening the brand image and other aspects of the company's successful operation. Digital marketing tools such as content marketing, online advertising, social media, data analysis and others will be considered. The article will be useful for business professionals, marketers and managers who want to optimize marketing strategies and increase the effectiveness of their business in the modern digital era.

Keywords: digital marketing, tools, target audience, business efficiency.

Digital -маркетинг в переводе с английского означает цифровой маркетинг, который следует понимать как нечто более широкое, нежели интернет- маркетинг, основанный на использования всех интернет-каналов продвижения.

Цифровая коммуникация, также известная как цифровой или интерактивный маркетинг, создается как через онлайн, так и через офлайн-каналы. Это включает в себя цифровую связь. Этот подход опирается на информационные и коммуникационные технологии для создания предложений, которые приносят пользу покупателям, потребителям/пользователям/партнерам и обществу в целом.

Использование инструментов цифрового маркетинга включает в себя контент-маркетинг, поисковую оптимизацию, рекламу в социальных сетях, электронную почту, аналитику и другие методы. Каждый из этих инструментов имеет свой набор преимуществ и возможностей, которые помогают бизнесу достичь своих целей и повысить эффективность работы.

- Оптимизация сайта для поисковых систем, направленная на достижение высоких рангов по запросам, связанным с тематикой сайта, имеет целью привлечение трафика из популярных поисковых систем, преимущественно Яндекс и Google. Этот вид трафика обычно более ценен, поскольку посетители приходят на сайт по рекомендации поисковых систем, что свидетельствует о качестве веб-ресурса.

- Контекстная реклама нацелена на показ рекламы тем пользователям, которые интересуются определенными продуктами или услугами в данный момент. Оплата за контекстную рекламу производится за переходы. Хотя этот вид трафика проще управляем и более точечный, он часто обходится дороже, чем поисковая оптимизация. Среди наиболее популярных сервисов контекстной рекламы можно выделить Яндекс.Директ и Google AdWords.

- Медийная реклама – показ рекламных баннеров на сайтах. Обычно медийная рекламаиспользуется для повышения узнаваемости бренда.

- Таргетированная реклама в социальных сетях позволяет показывать рекламные объявления, учитывая демографические характеристики и персональные интересы пользователей. Оплата также осуществляется за посетителей. Наиболее известными сервисами являются Вконтакте и Facebook.

- Компании пока используют видеорекламу и мобильную рекламу в качестве тестового канала, но они постепенно набирают обороты. Особенно это относится к мобильной рекламе, которая, по разным оценкам, растет более чем на 40% в год. Один из самых популярных сервисов для видеорекламы - Youtube, а для мобильной рекламы в первую очередь используют рекламу через мобильные приложения.

- Email-маркетинг - полезные письма, доставляемые по электронной почте. Письма рассылаются пользователям, которые добровольно согласились их получать. Email-маркетинг - это эффективный способ поддержания связи с клиентами вашей компании и продвижения вашего

бизнеса. Таким образом, можно легко и быстро достичь целевых рынков, не требуя большого количества пространства для печати, телевидения или радио, или высоких производственных затрат.

- Контент-маркетинг – это привлечение пользователей путем публикации полезного контента. Трафик будет поступать как из органического поиска, так и за счет сарафанного радио: активные пользователи, которым понравился контент, будут распространять информацию дальше.

- SMM (социальный медиамаркетинг) – это стратегия привлечения и удержания лояльной аудитории в социальных сетях путем публикации полезного контента и взаимодействия с потенциальными клиентами. В зависимости от характера бизнеса могут использоваться платформы Facebook, Twitter и другие.

- Мобильный маркетинг – это вид маркетинга, который осуществляется с помощью мобильных устройств, таких как смартфоны. Он предоставляет клиентам информацию о времени и местоположении, персонализированную информацию, которая способствует продвижению товаров, услуг и идей. Этот вид цифрового маркетинга аналогичен рекламе, которая распространяется через другие электронные каналы, такие как текстовые, графические и голосовые сообщения.

Цифровой маркетинг стал неотъемлемой частью современного бизнеса и имеет значительное влияние на эффективность компаний. Использование цифровых маркетинговых инструментов позволяет достичь ряда важных результатов:

1. Расширение охвата целевой аудитории

Одним из основных преимуществ цифрового маркетинга является возможность достижения широкой аудитории через различные онлайн-платформы. Благодаря правильно настроенной рекламе в социальных сетях, поисковых системах и других онлайн-каналах, компании могут донести свое сообщение до большего числа потенциальных клиентов.

2. Повышение узнаваемости и привлекательности бренда

Продвижение бренда в онлайн-пространстве позволяет увеличить уровень его узнаваемости среди потребителей. Использование качественного контента, интересного дизайна и эффективных маркетинговых сообщений помогает сделать бренд более привлекательным для целевой аудитории.

3. Увеличение конверсии и продаж

Цифровые маркетинговые инструменты способствуют привлечению потенциальных клиентов и увеличению конверсии – процента посетителей, совершивших желаемое действие (покупку, регистрацию и т.д.). Эффективное использование цифрового маркетинга может значительно увеличить объем продаж компании.

4. Улучшение взаимодействия с потребителями

С помощью цифровых маркетинговых инструментов компании могут улучшить свою коммуникацию с клиентами. Ответы на комментарии в социальных сетях, рассылка персонализированных предложений и проведение опросов позволяют компаниям лучше понимать потребности и желания своей аудитории.

Использование цифровых маркетинговых инструментов имеет значительное влияние на эффективность бизнеса. Они помогают компаниям привлекать новых клиентов, увеличивать продажи, улучшать взаимодействие с аудиторией и снижать общие затраты на маркетинг. Важно осознавать потенциал цифрового маркетинга и активно использовать его возможности для достижения успеха в бизнесе.

Чтобы достичь успеха в развитии бизнеса, необходимо уметь правильно использовать цифровые маркетинговые инструменты. Несколько рекомендаций по эффективному использованию цифровых маркетинговых инструментов в вашем бизнесе.

1. Ключевые аспекты, на которые стоит обратить внимание:

- Аудитория: определите свою целевую аудиторию и их потребности. Это поможет вам выбрать наиболее эффективные инструменты для привлечения и удержания клиентов.

- Цели: поставьте перед собой конкретные цели и измеряемые показатели успеха. Это поможет вам оценить эффективность ваших маркетинговых усилий.

- Содержание: создавайте качественное и релевантное контент для вашего целевого аудитории. Это поможет вам привлечь внимание клиентов и повысить уровень их удовлетворения.

2. Советы по выбору наиболее подходящих инструментов для конкретного бизнеса:

- Анализируйте свой рынок и конкурентов. Узнайте, какие цифровые маркетинговые инструменты используют ваши конкуренты и какие результаты они получают.

- Исследуйте новые технологии и тренды в сфере цифрового маркетинга. Это позволит вам быть в курсе всех изменений и использовать самые современные инструменты для продвижения вашего бизнеса.

- Подбирайте инструменты, которые будут наиболее эффективны для достижения ваших целей. Например, если ваша цель - увеличение продаж, выбирайте инструменты для увеличения конверсии и привлечения новых клиентов.

3. Практические рекомендации по оптимизации использования цифровых маркетинговых инструментов:

- Измеряйте и анализируйте результаты ваших маркетинговых кампаний. Это поможет вам определить, какие инструменты приносят наибольший результат, и в дальнейшем сосредоточить усилия на них.

- Тестируйте различные варианты контента и рекламных объявлений. Это поможет вам определить, какие сообщения и изображения максимально привлекают внимание вашей аудитории.

- Поддерживайте постоянный контакт с вашей аудиторией через социальные сети и электронную почту. Это поможет вам удерживать клиентов и поддерживать их интерес к вашему бренду.

Используя эти рекомендации, вы сможете эффективно использовать цифровые маркетинговые инструменты для развития вашего бизнеса и привлечения новых клиентов. Не бойтесь экспериментировать и внедрять новые идеи - это поможет вам достичь успеха в современном цифровом мире.

Современные компании не могут обойтись без цифровых маркетинговых инструментов, которые играют ключевую роль в привлечении клиентов, узнаваемости бренда, взаимодействии с аудиторией и оптимизации маркетинговых кампаний. Использование таких инструментов, как таргетированная реклама, работа с соцсетями и email-кампании, помогает компаниям стать более конкурентоспособными и увеличить свою прибыль. Важно быть в курсе новых тенденций и технологий, чтобы эффективно применять их в современном бизнесе.

Библиографический список

1. Катаев А.В. Digital-маркетинг [Текст]: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова; Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. 161 с.

2. Интернет-маркетинг в электронном бизнесе: основные инструменты digital-маркетинга : учеб.-метод. пособие / С.В. Рындина. Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. 52 с.

УДК 339.133

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

*Чухрай А.А. бакалавр 3-го курса,
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В современном мире при инвестициях своих активов не следует действовать необдуманно. В связи с этим, при принятии инвестиционных решений важное место занимает финансовый анализ. Он позволяет оценить финансовое положение компании, в которую вы собираетесь направить денежные активы, а также проследить изменение ключевых показателей в динамике.

Ключевые слова: финансовый анализ, инвестиционные решения, финансовая устойчивость, структурно-динамический анализ.

THE ROLE OF FINANCIAL ANALYSIS IN THE DECISION-MAKING PROCESS INVESTMENT DECISIONS

*Chukhray A.A. bachelor degree of the 3rd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. In the modern world, one should not act rashly when investing one's assets. In this regard, financial analysis plays an important role in making investment decisions. It allows you to assess the financial position of the company to which you are going to transfer monetary assets, as well as track changes in key indicators over time.

Keywords: financial analysis, investment decisions, financial stability, structural and dynamic analysis.

Финансовый анализ играет важную роль в процессе принятия инвестиционных решений. В современных реалиях не следует действовать необдуманно, ведь это может привести к потере денежных активов.

Основной целью финансового анализа является проведение определенных мероприятий по оценке финансового положения организации и получение соответствующей полной и достоверной информации. Предметом финансового анализа выступают показатели производственно-хозяйственной деятельности организации.

Основным источником информации при проведении финансового анализа является бухгалтерская финансовая отчетность. Она включает в себя следующие формы отчетов: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменениях капитала, отчет о движении денежных средств, аудиторское заключение, приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

В большинстве случаев, при оценке финансового положения компании, ссылаются на бухгалтерский баланс. Так как он составляется на три периода, то есть отчетный, предыдущий и базисный годы, то можно проследить движение показателей в динамике. По его структуре и содержанию можно сделать выводы о состоянии организации [1]. Просто увидев бухгалтерский баланс можно сделать ряд выводов, которые будут говорить о финансовых успехах компании, а именно:

- валюта баланса в динамике должна увеличиваться;
- оборотные активы должны расти больше, чем внеоборотные активы;
- показатели дебиторской и кредиторской задолженности должны быть примерно одинаковые или не сильно отличаться;
- в бухгалтерском балансе должна отсутствовать статья «Непокрытый убыток».

Ссылаясь на бухгалтерский баланс, можно провести анализ финансовой устойчивости организации, на основе которого можно принять верные инвестиционные решения. Все показатели можно разделить на абсолютные и относительные.

Все абсолютные показатели можно разделить на 2 группы:

- абсолютные показатели наличия источников для формирования запасов и затрат;
- абсолютные показатели достаточности средств для формирования запасов и затрат [2].

К первой группе относятся показатели:

- наличия собственного оборотного капитала равного разнице между собственным капиталом организации и величиной немобильных активов;
- наличие собственного оборотного капитала и долгосрочных заемных источников;
- наличие общей величины источников (Е).

Ко второй группе относятся показатели:

- недостаток (-), излишек (+) собственного оборотного капитала для формирования запасов и затрат;
- недостаток (-), излишек (+) собственного оборотного капитала и долгосрочных обязательств для формирования запасов и затрат;
- недостаток (-), излишек (+) общей величины источников для формирования запасов и затрат.

Далее проведем расчет абсолютных показателей на примере компании Лукойл (табл. 1). ПАО «Лукойл» одна из крупнейших нефтегазовых компаний в мире. На ее долю приходится около 2% мировой добычи нефти и около 1% доказанных запасов углеводородов. Компания занимается разведкой и добычей в 14 странах: основные работы ведутся в России, Центральной Азии и на Ближнем Востоке. Доказанные углеводородные запасы у «Лукойла» составляют более 15 млрд баррелей, из них 76% жидких углеводородов и 24% – газ.

На сегодняшний день у ЛУКОЙЛа заключено 25 соглашений о сотрудничестве с главами регионов присутствия. Только в 2023 году в их рамках компания инвестировала 6,5 млрд руб., а в целом в социальную сферу было вложено 10,5 млрд руб. Общий объем инвестиций в «социалку» за последние десять лет достиг 85 млрд руб. Как отмечают в ЛУКОЙЛе, при выделении средств приоритетом являются первичные потребности регионов. Этот подход позволяет добиваться значительных результатов в развитии социальной сферы, создании новых рабочих мест, а также в наращивании потенциала последующего роста.

Таким образом, инвестиционная привлекательности ПАО «Лукойл» достаточно высока, поэтому для анализа была взята именно эта компания.

Таблица 1 - Абсолютные показатели финансовой устойчивости ПАО «Лукойл»

Показатели	Базисный год	Предыдущий год	Отчетный год	Изменение отчетного года по сравнению с			
				Базисным годом		Предыдущим годом	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Наличие СОК	613776377,00	-317433715,00	-84691608,00	529084769,00	-86,20	232742107,00	-74,26
Наличие СОК+ДО	279281496,00	-137126866,00	467375,00	279748871,00	-100,17	137594241,00	-100,34
Наличие Е	342368565,00	759111821,00	934401851,00	592033286,00	172,92	175290030,00	23,09
Величина запасов и затрат	342368565,00	759111821,00	934401851,00	592033286,00	172,92	175290030,00	23,09
Недостаток (-), излишек (+) СОК	956144942,00	-1076545536,00	1019093459,00	+(-62948517,00)	6,58	+57452077,00	-5,34
Недостаток (-), излишек (+) СОК+ДО	621650061,00	-896238687,00	-933934476,00	+(-312284415,00)	50,23	+(-37695789,00)	4,21
Недостаток (-), излишек (+) Е	0	0	0	0	0	0	0
Тип финансовой устойчивости	(0;0;1)	(0;0;1)	(0;0;1)				

На основе приведенных расчетов можно сделать следующие выводы: собственный оборотный капитал в динамике является отрицательным, это значит, что у организации не хватает собственных оборотных средств для формирования мобильной части имущества. Однако, стоит отметить, что недостаток СОК уменьшается, то есть компания проводит необходимые мероприятия для улучшения данного показателя.

Совокупность собственного оборотного капитала и долгосрочных обязательств на протяжении 3 лет увеличивается, как и общая величина капитала, то есть можно сделать предположение о том, у компании происходит увеличение заемного капитала. Это может быть связано с нехваткой собственных средств.

Величина запасов и затрат в отчетном году по сравнению с базисным увеличилась почти на 600 млрд. руб. или на почти 173 пп, а по сравнению с предыдущим годом увеличение составило 175 млрд. руб. или на 23 пп.

В отчетном, предыдущем и базисном годах был выявлен недостаток собственного оборотного капитала. В отчетном году по сравнению с базисным недостаток увеличился почти на 63 млрд. руб. или на 6 пп., а по сравнению с предыдущим недостаток получилось уменьшить на более чем 57 млрд. руб., однако, недостаток по-прежнему присутствует.

Также на протяжении трех лет был выявлен недостаток собственного оборотного капитала и долгосрочных обязательств. В отчетном году по сравнению с базисным годом недостаток увеличился на 312 млрд. руб. или на 50 пп., а по сравнению с предыдущим увеличение недостатка составило почти 38 млрд. руб. или 4 пп.

На протяжении трех лет показатель общей величины источников полностью покрывает величину запасов и затрат. Так как ранее было обнаружено, что собственного оборотного капитала организации не хватает для формирования запасов и затрат, можно сказать, что эту нехватку покрывает заемный капитал.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что на протяжении трех лет (2020-2022 гг.) для ПАО «Лукойл» характерен третий тип финансовой устойчивости, то есть удовлетворительная финансовая устойчивость. Для нее характерно улучшение финансового состояния за счет ускорения оборачиваемости оборотных активов.

Таким образом, определив абсолютные показатели финансовой устойчивости, инвестор при принятии решения сможет более точно определить возможности и оценить риски, которые могут возникнуть.

Однако, в условиях с высокой инфляцией расчет абсолютных показателей может не дать полную и достоверную оценку финансовой устойчивости организации. Поэтому дополнительно определяются относительные показатели финансовой устойчивости. (табл. 2).

Таблица 2 - Относительные показатели финансовой устойчивости ПАО «Лукойл»

Показатель	Диапазон рекомендуемых значений	Годы			Изменение 2022 г. в % к	
		2020 г.	2021 г.	2022 г.	2020 г.	2021 г.
Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,4468	0,4877	0,5539	23,97	13,57
Коэффициент финансовой устойчивости	$\geq 0,8$	0,6403	0,5735	0,5911	-7,68	3,07
Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала (левередж)	≤ 1	1,2382	1,0505	0,8055	-34,95	-23,32
Коэффициент финансирования	≥ 1	0,8076	0,9519	1,2415	53,73	30,42
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами	$\geq 0,1$	-1,7927	-0,4182	-0,0906	94,95	78,34
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,2 – 0,5	-0,7949	-0,3098	-0,0669	91,58	78,41
Коэффициент финансовой зависимости	$\leq 0,5$	0,5532	0,5123	0,4461	-19,36	-12,92
Коэффициент постоянного актива	$>0,6$	1,7949	1,3098	1,0669	-40,56	-18,54

Коэффициент автономии показывает размер собственного капитала на 1 руб. имущества. Данный показатель оказался выше нормы только в 2022 году. Это означает, что в базисном и предыдущем году организация не была финансово-устойчивой.

Коэффициент финансовой устойчивости на протяжении трех лет был ниже нормы.

Коэффициент финансового левериджа в базисном и предыдущем году был выше нормы, что указывает на сильную зависимость от заемного капитала. Однако, в отчетном году коэффициент оказался в пределах нормы.

Коэффициент финансирования показывает сколько собственного капитала приходится на 1 руб. заемного капитала. В базисном и предыдущем году коэффициент был ниже нормативного, что говорит о сильной зависимости от заемного капитала. Но в отчетном году коэффициент оказался выше нормы.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в отчетном году по сравнению с базисным увеличился почти на 95 пп., а по сравнению с предыдущим увеличение составило 78 пп. В динамике данный показатель увеличивается, но его по-прежнему недостаточно по сравнению с нормативным значением.

Коэффициент маневренности собственного капитала в отчетном году по сравнению с базисным увеличился на 91 пп., а по сравнению с предыдущим увеличился на 78 пп. Наблюдается тенденция к увеличению данного показателя.

Коэффициент финансовой зависимости показывает размер заемного капитала на 1 руб. имущества. В базисном и предыдущем году показатель был выше нормы, что может говорить о зависимости от заемного капитала. В отчетном году коэффициент оказался ниже нормы.

Коэффициент постоянного актива показывает величину немобильных активов на 1 руб. собственного капитала. В базисном, предыдущем и отчетном годах показатель был выше нормы, но наблюдается тенденция к снижению.

На основе проведенных расчетов, можно сделать вывод о том, что ПАО «Лукойл» в 2020 и 2021 гг. очень сильно зависело от заемных источников и только в 2022 постепенно отходит от этой зависимости. Можно сказать, что организация имеет удовлетворительную финансовую устойчивость. Данный вывод сходится с результатами расчетов абсолютных показателей.

Финансовый анализ имеет огромное количество различных показателей и коэффициентов, которые помогают точно определить положение компании. В данной статье нами были рассчитаны лишь абсолютные показатели финансовой устойчивости, однако уже так можно проследить и оценить

некоторые моменты. В связи с этим можно с уверенностью сказать, что при принятии инвестиционных решений финансовый анализ играет очень важную роль.

Библиографический список

1. Кочелаба Ж.В. Финансовый анализ: учебное пособие / Ж.В. Кочелаба. Калининград: БФУ им. И. Канта, 2022. 72 с.
2. Бекаева А.В. Финансовый анализ: учебное пособие / А.В. Бекаева. Москва: РТУ МИРЭА, 2021. 103 с.

УДК 33.9

ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ «AMAZON»

Элоян А.В., бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Витютина Т.А., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: В статье рассмотрена история компании «Amazon». Также изучено состояние «Amazon» на сегодняшний день и дан прогноз на среднесрочную перспективу для компании «Amazon» в сфере электронной коммерции. Изучены теоретические аспекты электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, «Amazon».

THE PRACTICE OF USING E-COMMERCE IN THE ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION «AMAZON»

Eloyan A.V., bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: T.A. Vityutina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article discusses the history of the company «Amazon». The current state of Amazon has also been studied and a short-term forecast has been given for Amazon in the field of e-commerce. The theoretical aspects of e-commerce are studied.

Key words: e-commerce, «Amazon».

В современном мире информационные технологии оказывают сильное воздействие на сферы жизнедеятельности общества. Актуальность состоит в том, что мировой оборот электронной коммерции растет высокими темпами. Этот рост обусловлен распространением интернета и трендом онлайн-покупок, недавней пандемией, а также желанием различных организаций снизить риски и диверсифицировать каналы продаж.

Поставленной целью является изучение опыта использования электронной коммерции в деятельности «Amazon», что ведет к потребности решить перечисленные задачи:

1. Исследовать теоретические аспекты электронной коммерции;
2. Изучить историю развития организации «Amazon»;
3. Рассмотреть состояние организации «Amazon» в настоящем и будущем.

Электронная коммерция – это торговые или финансовые транзакции, которые осуществляются с помощью сетей, а также цепочки глобальных бизнес-процессов, связанных с проведением транзакций. [3]

Электронная коммерция классифицирована в зависимости от объекта продажи на физические товары и услуги, цифровые товары и услуги.

Виды электронной торговли в зависимости от конечного потребителя:

B2C — компании, продающие товары или услуги потребителям напрямую;

B2B — компания продает что-то другим компаниям;

C2B — физические лица предлагают товары и услуги для компаний;

C2C — частные лица продают друг другу товары и услуги;

G2B — госорганы поставляют что-либо для бизнеса;

B2G — обратный процесс к G2B;

C2G — модель, в которой потребители оплачивают госуслуги, иногда не связана с коммерческой деятельностью.

Распространенными моделями являются B2C и B2B [4]

Выделяют такие преимущества электронной торговли, как уменьшение денежных трат, широкий охват ЦА, наглядная аналитика и трекинг, уменьшение количества посредников. Недостатками выступают: технологическая зависимость, рост конкуренции среди бизнеса, трудность защиты авторских прав, тонкости работы с платежными системами [3].

К последним тенденциям относятся: рост популярности маркетплейсов, видеоконсультации из офлайн-магазинов, увеличение использования чат-ботов, использование голосовой коммерции, подписка на товары, платежное разнообразие, снижение сроков доставки, омниканальность, рост расходов на привлечение клиентов, персонализация [2].

Электронная коммерция имеет влияние на общество и бизнес, это динамично развивающаяся сфера, без которой в настоящем и будущем трудно представить мир. «Amazon» – первый в истории интернет-магазин, занимающий сегодня лидирующие позиции на рынке в США, имеющий культурную силу и последние достижения технологий.

«Amazon» был основан 5 июля 1994 года. Джефф Безос переехал в Сиэтл и открыл книжный интернет-магазин, являвшийся также площадкой для их обсуждения, так он создал сообщество, где оставались отзывы о книгах. Компания финансировалась средствами Джефф Безоса в размере \$10 тыс.

«Amazon» вышел на биржу в 1997 году, со стоимостью \$438 млн.

Годом позже компания расширяла ассортимент, включив в продажу CD и DVD. Был куплен «Junglee», предоставляющий информацию о цене товара и сайта, на котором он продается. Внедрил технологию, «Amazon» быстро завоевали доверие покупателей.

В 1999 году была запатентована технология «1-Click» и был создан маркетплейс на платформе «Amazon», что привело к ряду конкурентных преимуществ и увеличению количества транзакций.

Благодаря тому, что Джефф Безос взял курс на долгосрочную перспективу, компании удалось выстоять крах доткомов в 2000 году. В 2001 «Amazon» впервые стал прибыльным.

В 2003 компания стала оказывать услуги облачного хостинга для различных сайтов электронной коммерции. После в 2006 году это переросло в коммерческое публичное облако «Amazon Web Services».

В 2005 году появилась программа лояльности «Amazon Prime», которая заключается в оформлении годовой подписки в обмен на бесплатную двухдневную доставку для любого заказа.

Были выпущены гаджеты собственного производства «Amazon Kindle» в 2007 году. «Amazon Kindle» был представлен в сезон праздников, что позволило распродать партию гаджетов за пять с половиной часов.

В 2009 «Zappos», продающая одежду и обувь стала масштабным расширением «Amazon» в области розничной торговли.

В 2012 году «Amazon» приобрел «Kiva Systems», производящего складских роботов. Так «Amazon» улучшил автоматизацию складских помещений, разорвал отношения «Kiva Systems» с иными клиентами, с целью направить мощности на внутренние операции и сохранить технологии в тайне от конкурентов. В 2015 году «Kiva Systems» стал «Amazon Robotics LLC».

Приобретение в 2014 году компании «Twitch Interactive», производящую видеоигры, игровой контент, дала возможность «Amazon» охватить игровое сообщество и перевести его на собственную облачную платформу.

В 2017 году «Amazon» купил «Whole Foods», занимающую лидирующую позицию на рынке доставки продуктов.

«PillPack» – компания интернет-аптек, приобретение которой в 2018 году позволило «Amazon» доставлять по США лекарства, отпускаемые по рецепту.

«Amazon» имеет такие принципы, как клиентоориентированность, изобретательство, стремление к совершенству и долгосрочное мышление.

«Amazon» – онлайн-площадка по продаже товаров, а также экосистема из различных сервисов и услуг. Рыночная капитализация «Amazon» на ноябрь 2022 года – \$1,128 трлн, выручка за 2021 год составила \$470 млрд – на 22% больше, чем годом ранее. Чистая прибыль за тот период выросла на 57%. [5]

Компания имеет 3 сегмента: продажи в Северной Америке, международные продажи и «Amazon Web Services». На страны НАФТА приходится примерно 50% выручки компании. Доля международного направления составляет 30%. 12% выручки приносят облачные решения [5].

Сегмент «AWS» важен в структуре операционной прибыли. Рентабельность облачного бизнеса выше рентабельности остальных сегментов бизнеса. «AWS» формирует около 60% операционного

дохода, розничный бизнес в Северной Америке – 37%, а на международные продажи приходится менее 4%.

«Amazon» возглавляет трендовые и быстрорастущие отрасли экономики – электронную коммерцию, облачные сервисы и онлайн-рекламу.

На рынке розничной электронной торговли доля «Amazon» составляет около 41% от всех B2C онлайн-продаж в США. Помимо этого, продажи «Amazon» на международных рынках приносят около 32% выручки [6].

Объем рынка электронной розничной коммерции в США растет средними темпами около 15,5% в год и к 2025 году достигнет \$1,65 трлн. Так, если «Amazon» удержит свою долю, объем продаж компании вырастет до \$680 млрд. Но «Amazon» развивается интенсивнее конкурентов, следовательно, возможно увеличение доли «Amazon» до 50%. В таком случае в 2025 году объем продаж компании составит \$825 млрд на территории США. Ожидается, что объем электронной коммерции в мире вырастет до \$7,4 трлн в 2025 году, что предполагает среднегодовой темп роста на уровне 11%.

Сегмент «Amazon Web Services» – лидер в США и мире. На долю «AWS» пришлось \$57,16 млрд из \$458 млрд чистых продаж, операционная прибыль составила \$16,18 млрд. Другие предприятия «Amazon», принесшие \$401 млрд выручки, сформировали только \$11,5 млрд операционной прибыли.

Активно используя накопленный опыт работы и свои потенциальные возможности, современная торговая организация может повысить эффективность своей деятельности. Результат достигается путем существенного изменения стратегии маркетинга, активизации и стимулирования работы торгового персонала, реорганизации и создания эффективной системы менеджмента торговой организации [1].

К перспективным бизнес-подразделениям «Amazon» относится реклама, которая за счет эффекта синергии в разных сервисах будет развиваться примерно соразмерными с темпами роста электронной коммерции.

«Amazon» является важной частью истории электронной коммерции, возглавляет быстрорастущие отрасли экономики, задает направление развития и обладает конкурентными преимуществами. Это наличие достаточной ликвидности, собственной логистики и технологических инноваций, доминирующего положения на рынке. Компания выходит на новые рынки и сегменты бизнеса за счет естественного роста и сделок «M&A».

Библиографический список

1. Витютина Т.А. Маркетинговое исследование рынка трикотажных изделий // Калужский экономический вестник. 2021. № 2. С. 23-28.
2. Электронный бизнес. Ч. 1: учеб. пособие / М.А. Медведева, М.А. Медведев. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 108 с.
3. Электронная коммерция в рекламной деятельности / О.Д. Дашковская; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. Ярославль: ЯрГУ, 2020. 40 с.
4. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л.П. Гаврилов. 3-е изд., доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 477 с.
5. Amazon.com, Inc. Годовые отчеты, доверенности и письма акционерам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ir.aboutamazon.com/annual-reports-proxies-and-shareholder-letters/default.aspx>
6. Электронная торговля: учебник / Р.Р. Дыганова. Москва: Дашков и К, 2021. 150 с.

СЕКЦИЯ 3. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 004.658.2

СОЗДАНИЕ БАЗЫ ДАННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ РОССИИ

Варагян О.Г. бакалавр 1-го курса, Карапетян А.Г., бакалавр 1-го курса, Ромانيук В.Г. бакалавр 1-го курса
Научный руководитель: Дробышева И.В., профессор д.п.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: Статья посвящена созданию базы данных туристических маршрутов России. В ней рассматривается структура базы данных, в том числе особенности ее полей и обращения к ним. Синтез электронной таблицы «MS Excel» и комплекта файлов формата «Word» обеспечивает пользователям не только процедуру выбора туров по заданным критериям, но и ознакомление их с достопримечательностями туров.

Ключевые слова: база данных, системы управления базами данных, фильтрация, сортировка, гиперссылка.

CREATION OF A UNIVERSAL DATABASE OF TOURIST ROUTES IN RUSSIA

Varagyan O.G. Bachelor of the 1st year, Karapetyan A.G. Bachelor of the 1st year, Romanyuk V.G. bachelor of the 1st year
Scientific supervisor: Drobysheva I.V., Professor, Doctor of Pedagogical Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article is devoted to the creation of a database of tourist routes in Russia. It examines the structure of the database, including the features of its fields and access to them. The synthesis of the MS Excel spreadsheet and a set of Word format files provides users not only with the procedure for selecting tours according to specified criteria, but also familiarizing them with the sights of the tours.

Keywords: database, database management systems, filtering, sorting, hyperlink.

Туризм – это отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом.

В современных условиях развития рыночной экономики все большее значение приобретает управление социально-экономической эффективностью и устойчивостью развития отдельных регионов, в том числе и регионов, ориентированных на предоставление курортно-рекреационных услуг. Туризм, как социально-экономический феномен, обеспечивает значительные денежные поступления в бюджет соответствующего региона, занятость; стимулирует реструктуризацию региональной экономики, ориентируя ее на экономический рост. А. Силуанов, характеризуя развитие туристической отрасли в России, отметил, что в 2023 году ее прибыль достигла почти 280 млрд. рублей, что превышает данный показатель 2019 года почти в 2,3 раза. В России активно развивается внутренний туризм, объем которого почти в четыре раза превышает выездной туризм.

Как указывают авторы работы [1] число туристов из РФ в сфере внутреннего туризма с 2000 года по 2022 год увеличилось в 4,29 раза. На рис.1 представлены данные о потоке туристов из РФ за 2000-2022 гг. Сравнение данных за последние три года показывает значительное увеличение объема внутреннего туризма в РФ.

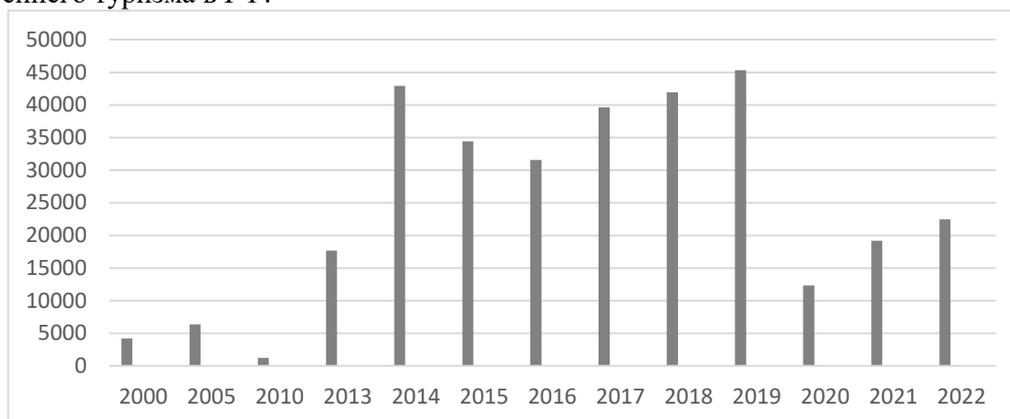


Рисунок 1. Динамика потока туристов из РФ

Отечественные курорты являются более привлекательными для россиян, благодаря следующим пунктам:

- привычная языковая среда;
- традиционное питание;
- отсутствие необходимости получать визу;
- возможность выбрать гибкий график отдыха, включая трехнедельный (в то время как стандартная продолжительность пребывания за границей не превышает двух недель).

Именно поэтому мы решили создать таблицу туристических маршрутов, которая может быть использована, как и самостоятельно для туриста, так для базы данных туристического агентства.

С каждым годом увеличивается количество информации, и управление данными становится основным фактором для успешной работы и развития предприятий и организаций. Из-за этого популярность приобретают базы данных, обеспечивающие хранение, организацию и управление информацией. Говоря о создании базы данных, мы в качестве рабочего опираемся на следующее определение: база данных – это организованная коллекция данных, которая хранится и обрабатывается с помощью специального программного обеспечения. База данных позволяет структурировать информацию таким образом, чтобы она была легкодоступна, управляема и изменяема. Она может содержать различные типы информации, такие как текст, числа, аудио и видеофайлы. Базы данных широко используются в различных областях, включая бизнес, образование, здравоохранение, научные исследования и многое другое.

Одно из направлений работы, способствующее привлечению потенциальных туристов, связано с расширением их возможностей для самостоятельного поиска информации о туристических маршрутах, исходя из широкого спектра требований (стоимость, направление, содержание тура, предоставляемые услуги и др.).

В настоящее время все туристические операторы обеспечивают потенциальным туристам возможность самостоятельного выбора тура, исходя из предпочтений в выборе страны, места поездки, отеля, его уровня и т.д.

Анализ сайтов различных туристических компаний и туроператоров с точки зрения того, как осуществляется поиск тура, позволил сформулировать вывод об одинаковой последовательности действий, которые должен выполнить потенциальный заказчик тура. Представим ее на примере алгоритма поиска тура с помощью одного из ведущих российских поисковиков Tourvisor. Обобщая некоторые действия, имеем, что поиск тура включает:

1. Выбор направления путешествия: город или страну, которую вы хотели бы посетить;
2. Указание даты и продолжительности поездки;
3. Указание количества человек, в том числе взрослых и детей;
4. Выбор категории отеля и типа питания;
5. Выбор вида транспорта.

Как можно видеть из сущности каждого из представленных выше действий, прежде чем получить информацию о туре, необходимо ввести достаточно много данных, что приводит к временным затратам при осуществлении поискового процесса. В тоже время существует большой пласт населения, который предпочитает самостоятельно планировать туристическую поездку, исходя из собственных предпочтений не только к виду транспорта, но и к перевозчику. При этом одним из весомых аргументов является стоимость билетов, расположение вокзалов и аэропортов. Сказанное обуславливает актуальность проблемы создания базы данных туристических маршрутов России, пользователь которой будет иметь возможность выбора туристического маршрута, ориентируясь на свои финансовые возможности, временные и познавательные критерии.

В данной работе будет представлена та часть создаваемой базы туристических маршрутов, которая в первую очередь ориентирована на выбор направления тура и перевозчика.

Для создания базы данных туристических маршрутов по России мы воспользовались электронными таблицами «MS Excel» и комплектом файлов в формате «Word», содержащих информацию о туристических маршрутах в виде текстов, фотографий.

Полями электронной таблицы являются такие показатели, как авиакомпания, аэропорт, цена билета, направление туристического маршрута, тип тура, тур.

Для использования базы данных необходимо выбрать показатель (поле), начиная с которого будет формироваться тур. Так как база данных выполнена в программе «MS Excel», можно выполнять два вида операций: фильтрацию и сортировку. Например, выбор поля «Аэропорт» и использование процедуры фильтрации позволяет выбрать маршруты из тех аэропортов начала тура, которые интересуют пользователя. Проведение фильтраций следующего уровня позволяет выбрать

следующий показатель для анализа. Это может быть направление туристического маршрута, авиакомпания и т.д. (рис. 2).

Авиакомпания	Направление	Период	Цена авиабилета Эконом-класс	Цена билета Бизнескаласс	Аэропорт	Тип тура	Тур
Аэрофлот	Махачкала	зима	11 714 Р	88 636 Р	Шереметьево	горнолыжный	Махачкала зима.docx
Аэрофлот	Махачкала	весна	11 318 Р	88 818 Р	Шереметьево	экскурсионный	Махачкала весна.docx
Аэрофлот	Махачкала	лето	14 220 Р	91 330 Р	Шереметьево	пляжный	Махачкала лето.docx
Аэрофлот	Махачкала	осень	10 510 Р	86 654 Р	Шереметьево	лечебный	Махачкала осень.docx
Аэрофлот	Сочи	зима	13 342 Р	108 961 Р	Шереметьево	горнолыжный	Сочи зима.docx
Аэрофлот	Сочи	весна	11 156 Р	104 076 Р	Шереметьево	экскурсионный	Сочи весна.docx
Аэрофлот	Сочи	лето	15 718 Р	112 678 Р	Шереметьево	пляжный	Сочи лето.docx
Аэрофлот	Сочи	осень	10 268 Р	101 680 Р	Шереметьево	лечебный	Сочи осень.docx
Аэрофлот	Санкт-Петербург	зима	12 780 Р	95 466 Р	Шереметьево	экскурсионный	Санкт-Петербург зима.docx
Аэрофлот	Санкт-Петербург	весна	3 560 Р	82 620 Р	Шереметьево	экскурсионный	Санкт-Петербург весна.docx
Аэрофлот	Санкт-Петербург	лето	7 752 Р	90 575 Р	Шереметьево	экскурсионный	Санкт-Петербург лето.docx
Аэрофлот	Санкт-Петербург	осень	9 138 Р	93 456 Р	Шереметьево	экскурсионный	Санкт-Петербург осень.docx
Аэрофлот	Иркутск	зима	24 750 Р	17 062 Р	Шереметьево	экскурсионный	Иркутск зима.docx
Аэрофлот	Иркутск	весна	15 688 Р	151 834 Р	Шереметьево	экскурсионный	Иркутск весна.docx
Аэрофлот	Иркутск	лето	25 690 Р	173 866 Р	Шереметьево	экскурсионный	Иркутск лето.docx
Аэрофлот	Иркутск	осень	18 714 Р	166 978 Р	Шереметьево	экскурсионный	Иркутск осень.docx
Победа	Казань	зима	10 532 Р	23 488 Р	Шереметьево	экскурсионный	Казань зима.docx
Победа	Казань	весна	7 440 Р	20 698 Р	Шереметьево	экскурсионный	Казань весна.docx
Победа	Казань	лето	7 804 Р	21 162 Р	Шереметьево	экскурсионный	Казань лето.docx
Победа	Казань	осень	7 940 Р	25 658 Р	Шереметьево	экскурсионный	Казань осень.docx
Победа	Минеральные воды	зима	17 226 Р	29 962 Р	Шереметьево	лечебный	Минеральные воды зима.docx
Победа	Минеральные воды	весна	11 948 Р	23 998 Р	Шереметьево	лечебный	Минеральные воды весна.docx
Победа	Минеральные воды	лето	18 842 Р	30 768 Р	Шереметьево	горный	Минеральные воды лето.docx
Победа	Минеральные воды	осень	15 480 Р	25 632 Р	Шереметьево	лечебный	Минеральные воды лето.docx

Рисунок 2. Результат выполнения последовательной фильтрации по двум основаниям.

Для выбора туров, исходя из стоимости перелета целесообразно использование процедуры сортировки. Результатом ее выполнения может быть расположение цен перелета по возрастанию или убыванию.

Комбинирование процедур фильтрации и сортировки позволяет найти тур с заданными параметрами. Например, для получения возрастающей последовательности цен на перелет из Москвы в Махачкалу в летний период сначала с помощью фильтрации по полю «Направление» выбрать позицию «Махачкала», затем с помощью фильтра по полю «Период» выбрать летний период. Третьим действием является выполнение процедуры сортировки цены по убыванию (рис. 3)

Авиакомпания	Направление	Период	Цена авиабилета Эконом-класс	Цена билета Бизнескаласс	Аэропорт	Тип тура	Тур
Аэрофлот	Махачкала	лето	14 220 Р	91 330 Р	Шереметьево	пляжный	Махачкала лето.docx
S7 Airlines	Махачкала	лето	16 856 Р	48 962 Р	Домодедово	пляжный	Махачкала лето.docx

Рисунок 3. Комбинированное применение процедур фильтрации и сортировки

Последний столбец таблицы содержит гиперссылки, активация которых позволяет открыть соответствующие файлы в формате «Word» с информацией о достопримечательностях места тура. Обращение к гиперссылке в ячейке обеспечит открытие файла о достопримечательностях Махачкалы, которые рекомендуется посетить в летний период.

В заключение можно сделать вывод о том, что разработанная база туристических маршрутов России позволяет эффективно осуществлять поиск тура с учетом заданной системы показателей.

Созданная таблица туров является универсальной, т.к. обеспечивает возможность поиска тура, исходя из любого показателя или комбинации показателей.

Перспективы исследования связаны с расширением базы данных, в том числе за счет ввода нового поля «Вид транспорта», дополнения позиций имеющихся полей «Аэропорт», «Авиакомпания» и других.

Библиографический список

1. Аргун Г.Р. Внутренний туризм в России: динамика развития / Г.Р. Аргун, И.В. Михалёв // Экономические науки . Москва : Юрайт, 2023. С. 21-26.

УДК 004.65

О СТРУКТУРЕ БАЗЫ ДАННЫХ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ

Вельбык У.А. бакалавр 1-ого курса, Воронцова А.Н. бакалавр 1-ого курса, Пинигина Е.В. бакалавр 1-ого курса
Научный руководитель: Дробышева И.В., профессор, д.п.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе на основе анализа понятия «база данных», примеров баз, содержащих информацию о питательных и минеральных веществах в продуктах питания, представлен авторский подход к созданию базы данных для организации правильного питания. Раскрыты особенности структуры базы и этапы работы с ней.

Ключевые слова: база данных, питательные и минеральные вещества, фильтрация и сортировка данных, рекомендации врача.

DATABASE FOR ORGANIZING ADDITIONAL MEALS

Velbyk U.A. bachelor's degree of the 1st year, Vorontsova A.N. bachelor's degree of the 1st year, Pinigina E.V. bachelor's degree of the 1st year
Supervisor: Drobysheva I.V., Professor, Doctor of Pedagogical Sciences,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. Based on an analysis the concept of «database» and examples of databases containing information about nutrients and minerals in food products, the work presents the author's approach to creating a database for organizing proper nutrition. The features of the database structure and the stages of working with it are revealed.

Key words: database, nutrients and minerals, data filtering and sorting, doctor's recommendations.

Правильное питание является одной из ключевых составляющих здорового образа жизни. Оно играет очень важную роль в жизни человека, поскольку обеспечивает его необходимой энергией для активной деятельности, укрепляет здоровье и поддерживает нормальное функционирование организма.

Одним из основных аспектов правильного питания является разнообразие продуктов. Различные продукты питания обеспечивают организм всеми необходимыми питательными веществами, такими как углеводы, белки, жиры, минералы и витамины. Фрукты и овощи, молочные продукты, мясо и птица, рыба, злаки - все это составляет основу здорового рациона.

Но, к сожалению, современные люди все чаще игнорируют здоровое питание, что может привести к проблемам со здоровьем и избыточному весу. Чтобы избежать таких проблем, человеку нужны рекомендации по организации правильного питания. Эти рекомендации может прописать врач или диетолог.

Допустим, врачом была назначена диета, в которой должно быть увеличенное количество белков, а также указаны границы по употреблению питательных веществ продуктов. Для реализации данных рекомендаций в сети Интернет может быть найдено большое число таблиц, содержащих данные по белкам, углеводам, калорийности и другим показателям. Например, в базе данных [4] по составу продуктов таблица на одном листе содержит различные группы продуктов, их химический состав и калорийность (рис. 1).

Рисунок 1. Таблица питательных веществ и калорийности продуктов питания

Основным недостатком данной и аналогичных баз является такое свойство, как статичность, размещение на одном листе продуктов различных групп, отсутствие возможностей сортировки и фильтрации продуктов из различных групп, в том числе по нескольким основаниям. В связи с этим актуальной является проблема создания базы данных «Правильное питание», которая обладала бы свойством активности, многоуровневой сортировки и фильтрации, независимости обработки продуктов питания различных группы.

Одна из первых задач, которая должна была быть решена – это определение структуры базы, исходя из сущности данного понятия. Несмотря на частое использование термина «база данных» до настоящего времени нет однозначно принятого определения данного понятия. Так, в большой российской энциклопедии [3] понятие базы данных представлено с позиции моделирования и хранения данных в памяти компьютера. Щапова Е.Г. трактует базу данных как «форму представления и организации совокупности данных (статей, расчетов, нормативных актов, информация о сотрудниках и клиентах и многая другая информация)». [2, с.369-370]. Согласно ее точке зрения база данных систематизирует эти материалы и обрабатывает с помощью программы в компьютере. Е.А. Мирошниченко на основе анализа различных трактовок понятия «база данных» (БД) формулирует следующие признаки, характерные для данного понятия:

- 1) любая БД хранится и обрабатывается в вычислительной системе;
- 2) БД является сильно структурированной системой;
- 3) БД включает схему данных» [1, с.86].

Исходя из представленных выводов, нами для создания базы данных по организации правильного питания была использована электронная таблица «MS Excel» и комплект файлов в формате «Word». Информация о наличии питательных и минеральных веществ размещена на пяти листах Excel. На каждом листе представлены данные для отдельной группы продуктов, таких как «бакалея», «молочный продукты», «фрукты и ягоды», «овощи и зелень», «мясо и птица». В полях (столбцах) – в числовом формате данные о количестве пищевых компонентов, минералов и витаминов в каждом из продуктов. Файлы, составленные в «Microsoft Word», содержат рекомендации для организации здорового питания.

При работе с базой данных «Здоровое питание» можно выделить следующие основные этапы:

1) При наличии определенного диагноза необходимо обратиться к листу 6 таблицы MS Excel базы данных, который содержит рекомендации по питанию. В противном случае возможен переход ко второму этапу работы с базой. В таблице 1 представлен пример листа 6 на примере заболеваний ЖКТ.

Таблица 1 – Рекомендации и противопоказания для пациентов с различными заболеваниями

Заболевания	Рекомендации	Калорийность(ккал)	Необходимые витамины	Белки	Жиры	Углеводы
Язва желудка или двенадцатиперстной кишки	Стол №1	3000	Витамин С, цинк	100	100	400-420
Гастрит	Стол №2	2500-3000	При пониженной кислотности витамин С	90	90	400-420
Заболевание желчных путей и печени	Стол №3	2500-2900	Железо, цинк, Витамин С	80-100	80-90	350-400
При хронических колитах и энтероколитах	Стол №4	2050	Железо, кальций	100	40-50	200
При мочекаменной болезни	Стол №5	2600-2900	Избегать кальция в период обострения	80-90	80-90	400

2) Исходя из приоритета питательных и минеральных веществ, которые должны быть в продуктах питания, применить многоуровневую процедуру фильтрации для всех групп продуктов. В результате выполнения данного этапа на каждом из пяти листов таблицы будут представлены только те продукты питания, которые соответствуют заданным критериям к организации питания (рис.20:

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a multi-level filter applied to a 'Бакалея' (Grocery) database. The main table is filtered by 'Калорийность' (Calories) and 'Цвет' (Color). A secondary table for 'Мука' (Flour) is also shown with its own filters for 'Белки' (Proteins), 'Жиры' (Fats), and 'Углеводы' (Carbohydrates).

Бакалея						
Крупы						
Название крупы	Калорийность	Белки	Жиры	Углев		
Сортировка по возрастанию		4,4	3,6	25,		
Сортировка по убыванию		2,69	0,28	27,7		
Сортировка по цвету		5,5	0,85	22,5		
Представление листа		3,51	1	22,3		
Удалить фильтр из столбца "Калорийность"		2,32	0,83	21,7		
Фильтр по цвету		3,79	0,16	21,8		
Числовые фильтры		2,4	4	14,		
Поиск		4,182	1,095	18,5		
		2,2	2,9	16,		
		3,38	0,62	17,2		
		1,71	0,46	13,5		
		3,21	0,86	8,8		

Мука			
Белки	Жиры	Углев	
13,6	1,2		
7,2	1,5		
13	6,8		
11,7	1,81		
10,8	1,3		
11,1	1,5		

Рисунок 2. Многоуровневая процедура фильтрации для всех групп продуктов

3) При необходимости для продуктов, составляющих содержание таблицы после процедуры фильтрации, может быть применена опция сортировки по оставшимся показателям, позволяющая распределить их в порядке убывания или возрастания одного или нескольких показателей. На рис.3 представлены результаты реализации 2 и 3 этапов работы с базой данных.

4) На каждом из пяти листов базы данных при помощи сортировки можно осуществить выбор продуктов питания, удовлетворяющих заданным критериям. Их объединение составить продуктовую программу продуктов питания на день.

Бакалея									
Крупы									
Название крупы	Калорийность	Белки	Жиры	Углевод.	Кали	Кальци	Цинк	Желез	Витам
с белый длиннозерный	130	2,69	0,28	27,77	35	10	0,5	0,2	0
лба (спелыта)	153	4,4	3,6	25,7	143	10	1,25	1,67	0,1
рловая крупа	127	5,5	0,85	22,54	280	29	2,1	2,5	0
невая крупа	119	3,51	1	22,37	452	33	2,8	3,6	0
иная крупа	112	3,79	0,16	21,82	130	20	0,59	1	0
с коричневый	112	2,32	0,83	21,71	86	3	0,71	0,56	0
ечневая крупа	100,9	4,182	1,095	18,567	88	7	0,6	0,8	0
ечневая крупа, обжаренная,	92	3,38	0,62	17,24	320	17	2,4	2,5	0
сяная крупа	100	2,2	2,9	16,4	362	64	2,67	3,9	0
еничная крупа	105	2,4	4	14,8	389	40	2,7	3,4	0
курузная крупа	71	1,71	0,46	13,96	147	20	0,5	2,7	0,1
ено	40	3,21	0,86	8,84	62	3	0,9	0,6	0,9

Рисунок 3. Пример базы данных с продуктами правильного питания и применения функции «Сортировка»

5) Для определения правильности составленного перечня продуктов питания на листе «РЕЗУЛЬТАТЫ» осуществляется расчет калорийности. Для этого необходимо для выбранных продуктов из каждой категории указать количество потребления в день. Используя функцию СУММПРОИЗВ найти суммарную калорийность программы питания, учитывая значения калорийности и вес каждого из продуктов.

6) Для суммарного расчета витаминов, минералов, белков, жиров и углеводов может быть использована аналогичная процедура.

7) В случае отклонения результата по какому-либо из показателей от нормативного более, чем на 10%, необходима корректировка веса потребляемых продуктов.

Подводя итог, необходимо сказать, что разработанная база данных предназначена для организации правильного питания. Она имеет ряд характеристик, которые позволяют быстро и эффективно составить продуктовые программы питания для пациентов с различными заболеваниями и запросами. Одним из важных преимуществ этой базы данных является возможность выбирать и сортировать продукты питания, исходя из таких характеристик, как калорийность, наличием питательных и минеральных веществ, а также витаминов. Кроме того, с помощью разработанной формы имеется возможность рассчитать калорийность или любой другой показатель, который требуется для создания сбалансированного питания. Это существенно облегчает работу специалистов, так как они могут быстро и точно определить необходимые показатели для каждого пациента. Перспективы работы мы связываем с расширением базы данных, в том числе за счет включения более широкого перечня питательных веществ и минералов, введения поля «Ограничения», расширения списка рекомендаций.

Библиографический список

1. Большая российская энциклопедия <https://bigenc.ru/c/baza-dannykh-eadd27>
2. Мирошниченко Е.А. К формальному определению понятия «база данных» // Проблемы информатики. 2011. № С.83-87
3. Щапова Е.Г. Базы данных: назначение и сфера применения// Теория и практика современной науки. 2020. №1 (67) С.369-372

УДК 519.25

МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КУРСА ДОЛЛАРА США ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ

Горохова К.В. бакалавр 2-го курса
 Научный руководитель: *Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент*
 Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга

Аннотация. В статье проведён математико-статистический анализ динамики курса доллара США за последние 5 лет с целью изучения основных тенденций и определения факторов, влияющих на его изменение. В качестве инструментального средства обработки исходных данных различных банков были использованы простейшие функции и инструменты MS Excel.

Ключевые слова: валютный курс, конъюнктурные и структурные факторы, описательная статистика, гистограмма, диаграмма, анализ данных.

MATHEMATICAL AND STATISTICAL ANALYSIS OF THE US DOLLAR EXCHANGE RATE FOR THE LAST 5 YEARS

Gorokhova K.V. Bachelor of the 2nd year

*Scientific supervisor: Nikanorkina N.V., Candidate of Pedagogical sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article provides a mathematical and statistical analysis of the dynamics of the US dollar over the past 5 years in order to study the main trends and determine the factors influencing its change. The simplest MS Excel functions were used as an instrumental means of processing the source data of various banks.

Keywords: exchange rate, market and structural factors, descriptive statistics, histogram, chart, data analysis.

Анализ курса доллара является актуальной темой современных исследований, поскольку, как показывает практика, курс валюты влияет на экономическую стабильность страны, инфляцию, уровень жизни населения и развитие внешней торговли.

Целью исследования является анализ динамики курса доллара за последние 5 лет и выявление факторов, влияющих на его изменение. Задачи исследования предполагают сбор и обработку данных, анализ динамики курса, выявление основных факторов, влияющих на курс, и прогнозирование его изменений.

Для достижения цели и решения задач исследования были использованы математико-статистические методы анализа данных, а именно методы предварительной обработки данных и их визуализации.

Валютный курс – это выражение цены национальной валюты в денежных единицах другой страны. Сегодня валютный курс доллара является плавающим, так как он определяется через соотношение предложения и спроса. Фиксированный курс обычно устанавливается уполномоченными органами власти. Еще одной важной особенностью валют является их конвертация. Преобразование валюты в валюту другого государства может ограничиваться центральным банком, либо государством. Оно может производиться по текущему курсу и по счету, по которому происходит движение капитала. Конвертируемость по текущему курсу используется для проведения экспортных и импортных операций. Свободно конвертируемой называется та валюта, которая оборачивается по обоим счетам. Ограничения могут быть, но они минимальны [6].

В плановой экономике курс валют может быть зафиксирован. Государство может закреплять курс нескольких валют с целью усиления контроля над ними. Основным субъектом влияния выступает центральный банк. Если он покупает много валюты, то курс повышается, если продает, то курс снижается.

Единого валютного курса в рыночной экономике быть не может. Он изменяется в течение дня в зависимости от проводимых операций на мировом рынке. В связи с чем многие профессиональные участники фондового рынка стали использовать спекулятивные сделки, направленные на получение прибыли от колебания курса валют.

Официальный курс еще не означает, что сделки будут совершаться именно по этой стоимости. Он является неким ориентиром для банков при проведении валютных операций.

На изменение валютного курса оказывают влияние спрос и предложение. На соотношение спроса и предложения оказывают влияние различные факторы, связанные с такими экономическими показателями, как платежный баланс, деньги, стоимость, цена, проценты и т.д.

Основные факторы, влияющие на валютный курс, можно разделить на конъюнктурные и структурные.

Среди конъюнктурных факторов – политическая ситуация в стране, деловая активность, прогнозы, слухи и догадки среди населения. И если конъюнктурные факторы тяжело предсказать заранее, существуют и долговременные (структурные) факторы, влияющие на валютные котировки.

Структурные факторы, влияющие на валютный курс:

- Рост национального дохода, который приводит к повышенному спросу на импортные товары. Одновременно товарный импорт может привести к оттоку иностранной валюты;

- Уровень инфляции. Чем выше темп инфляции, тем ниже валютный курс (если не оказывают влияние другие факторы);
- Платежный баланс. Спрос на национальную валюту у внешних должников повышается при активном платежном балансе. Пассивный платежный баланс ведет к снижению курса валюты. В современной экономике на платежный баланс влияет международное движение капитала, так как развивающийся рынок ценных бумаг конкурирует с валютным рынком;
- Разница процентных ставок разных стран. Повышенная процентная ставка приводит к притоку иностранных капиталов, а пониженная – к оттоку;
- Состояние валютного рынка и спекулятивные операции с валютой. Тенденция к снижению курса какой-либо валюты приводит к тому, что финансовые организации еще более ослабляют ее позиции, продавая на более устойчивые валюты. Валютные рынки, реагируя на политические и экономические изменения, расширяют возможности валютной спекуляции;
- Степень использования валюты на международном и европейском рынках. К примеру, доллар США;
- Степень доверия к валюте, которое зависит от политической, экономической обстановки и других факторов, влияющих на валютный курс;
- Валютная политика государства. На изменение валютного курса влияет соотношение рыночного и государственного регулирования. Рынок отражает реальный валютный курс – показатель состояния экономики, финансов, денежного обращения, степени доверия к валюте. Государство регулирует валютный курс, следуя целям валютно-экономической политики;
- Развитие конкурентного фондового рынка. На фондовом рынке может происходить непосредственное привлечение валюты, а также «оттягивание» национального капитала, который мог быть использован для покупки валюты на национальном рынке. Деятельность фондового рынка – относительно новый фактор, влияющий на валютный курс [1].

Для того чтобы наглядно представить варьированность стоимости доллара США в период с января 2019 года до марта 2024 года, используем инструменты условного форматирования для исходного вариационного ряда. В таблице 1 показан результат применения цветowych шкал (красный-желтый-зеленый), на котором ярко-красный цвет указывает на наибольшее значение стоимости доллара, а темно-зеленый на наименьшее значение [5].

Таблица 1 – Применение инструментов условного форматирования

дата	Курс доллара США ЦБ РФ	дата	Курс доллара США ЦБ РФ	дата	Курс доллара США ЦБ РФ
01.01.2019	67,3473	01.10.2020	77,5924	01.07.2022	58,1515
01.02.2019	65,8605	01.11.2020	77,0462	01.08.2022	60,3522
01.03.2019	65,1476	01.12.2020	74,0563	01.09.2022	59,8006
01.04.2019	64,6193	01.01.2021	74,2291	01.10.2022	60,9064
01.05.2019	64,816	01.02.2021	74,3842	01.11.2022	60,8781
01.06.2019	64,2314	01.03.2021	74,4151	01.12.2022	65,4395
01.07.2019	63,1991	01.04.2021	76,0977	01.01.2023	69,2325
01.08.2019	65,5325	01.05.2021	74,0438	01.02.2023	73,0284
01.09.2019	64,9874	01.06.2021	72,5106	01.03.2023	76,0852
01.10.2019	64,3559	01.07.2021	73,9194	01.04.2023	80,8947
01.11.2019	63,8653	01.08.2021	73,5942	01.05.2023	78,9516
01.12.2019	62,941	01.09.2021	72,8914	01.06.2023	83,1614
01.01.2020	61,7823	01.10.2021	71,4981	01.07.2023	90,4214
01.02.2020	63,8836	01.11.2021	72,6024	01.08.2023	96,6524
01.03.2020	73,3183	01.12.2021	73,7172	01.09.2023	96,6524
01.04.2020	75,2321	01.01.2022	75,8837	01.10.2023	97,04
01.05.2020	72,6187	01.02.2022	77,4048	01.11.2023	90,5918
01.06.2020	69,2239	01.03.2022	104,081	01.12.2023	90,7659
01.07.2020	71,2853	01.04.2022	77,9146	01.01.2024	88,9856
01.08.2020	73,7998	01.05.2022	64,777	01.02.2024	91,6146
01.09.2020	75,6621	01.06.2022	57,2694	01.03.2024	91,0783

По данным таблицы 1 видно, что самое низкое значение показателя наблюдалось в июне 2022 года (57,27 руб). Максимальная стоимость доллара была достигнута в марте того же года и составляла 104,08 рублей. Кроме того, видим, что в течение 2019 года цена принимала значения от 62 до 67 рублей, с начала 2020 и до начала 2021 года цена выросла примерно на 10 рублей по сравнению с 2019 годом. 1 марта 2022 года произошел пиковый скачок цены, после которого до начала 2023 года цена доллара снизилась (от 57 до 65 рублей), а с начала 2023 года и до конца исследуемого периода снова произошел существенный рост цены (от 70 до 97 рублей). Причинами роста доллара в данный период стали, определенные факторы, которые влияют на динамику валютного курса. Возможными причинами увеличения курса доллара могут быть следующие:

1. Геополитическая напряженность: Геополитические события в мировой экономике могут существенно повлиять на валютные курсы. Напряжения в определенных частях мира или политические неурядицы могут увеличить спрос на безопасные активы, такие как доллар США, что ведет к его росту.

2. Изменения монетарной политики: Решения Центрального Банка США (Федеральной Резервной Системы) об изменении ключевой процентной ставки или другие меры денежно-кредитной политики могут значительно влиять на курс доллара США.

3. Выборы и политические события: Политические изменения и обновления политической обстановки страны могут также повлиять на курсы валют. Результаты выборов, изменения в правительстве или обновление экономического кабинета могут вызвать увеличение доверия к экономике и валюте страны.

4. Экономические показатели: Улучшение экономических показателей страны, таких как рост ВВП, увеличение занятости и снижение инфляции, могут привести к укреплению валюты [3].

Для получения основных выборочных характеристик исследуемого показателя построим описательную статистику данных. Задача описательной статистики заключается в том, чтобы упростить и облегчить понимание данных. Благодаря описательной статистике, мы можем обобщать большие и сложные массивы данных, создавая управляемую информацию. Затем эту информацию можно использовать для принятия решений, тестирования гипотез и обнаружения тенденций или регулярностей [5].

Таблица 2 – Результат применения инструмента Описательная статистика

Описательная статистика	
Курс доллара США ЦБ РФ	
Среднее	73,71940476
Стандартная ошибка	1,349802084
Медиана	73,3183
Мода	96,6524
Стандартное отклонение	10,7137219
Дисперсия выборки	114,783837
Эксцесс	0,334617707
Асимметричность	0,874715792
Интервал	46,8116
Минимум	57,2694
Максимум	104,081
Сумма	4644,3225
Счет	63
выб коэф вариации	14,48%

По данным таблицы 2 можно сказать, что среднее значение стоимости доллара США за исследуемый период составляет 73,7 рублей, а среднее отклонение курса доллара от среднего значения равно 10,7 рублей. Так как значение выборочного коэффициента вариации меньше 33% (14,5% < 33%), то рассматриваемая выборка однородна по изучаемому признаку, что объясняет невысокую колеблемость изучаемой величины в данной совокупности. В этом случае выборочная средняя является типичной для рассматриваемой совокупности и адекватно отражает изучаемый признак. Таким образом, колебание цены доллара происходит в пределах нормы, что ситуация на валютном рынке стабильна.

Для визуального представления данных и облегчения их восприятия построим график по заданной выборке значений (рис. 1). Он помогает увидеть тенденции и зависимости, а также сравнивать различные показатели между собой [4].



Рисунок 1. Тенденция изменения курса доллара США относительно российского рубля

Анализ графика, представленного на рисунке 1, позволяет сделать вывод, что доллар имеет особую тенденцию к росту с 2020 года. Основными причинами роста данного показателя стали:

1. Политические изменения обстановки страны в мире.
2. Рост ВВП.
3. Растущий дефицит американского бюджета – потребность США в постоянном финансировании требует огромных средств.
4. Укрепление доллара США, которое ослабляет остальные мировые валюты.
5. Рост краткосрочных ставок в США и ставок LIBOR, которое происходит благодаря ужесточению монетарной политики ФРС.
6. Программа количественного ужесточения ФРС, в ходе которой регулятор сокращает свой баланс путем продажи облигаций и/или отказа от реинвестирования средств от погашения долговых бумаг [3].

Удобным способом визуализации статистических данных является гистограмма, представляющая собой столбчатую диаграмму, каждый столбик которой изображает отдельный интервал значений признака (ширина столбика – это величина частичного интервала, а высота равна частоте значений признака). По форме гистограммы можно делать предположения о виде распределения исследуемого признака. На рисунке 2 представлен результат применения инструмента статистическая гистограмма MS Excel для исследуемого вариационного ряда.

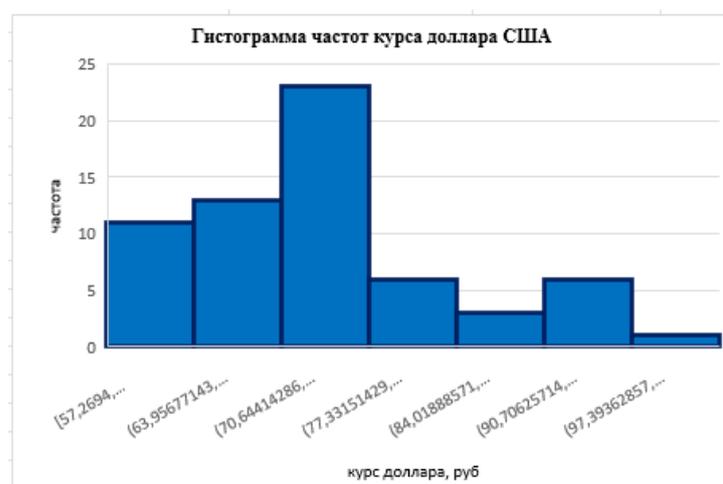


Рисунок 2. Гистограмма частот варьированности курса доллара США

По форме гистограммы можно предположить, что исследуемый признак имеет нормальное распределение, т.к. диаграмма имеет колоколообразную форму. Однако, поскольку правый «хвост» гистограммы более пологий и длинный, можно сказать, что распределение является асимметричным вправо. Этот факт подтверждается значением коэффициента асимметрии, вычисленным с помощью описательной статистики (таблица 2), $A_s = 0,87 > 0$.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что курс доллара в течение 5 лет имеет тенденцию к росту с 2020 года. Основными причинами таких изменений стали политические события в мире, а также укрепление валюты на рынке за счет увеличения экспорта. Анализ показал, что доллар за исследуемый период времени достигал максимального значения в 104,08 рубля, что является рекордным показателем за последнее время.

Библиографический список

1. Валюты мира. Справочник. – М.: БРАТ, 2020. - 136 с.
2. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие. 12-е изд., перераб. / В.Е. Гмурман. М.: Высшее образование, 2023. 479 с.
3. Курсы валют ЦБ РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.myfin.by/currency/cb-rf-archive/2019> (дата обращения: 18.03.2024).
4. Никаноркина Н.В. Использование информационных технологий при изучении курса анализа данных студентами-экономистами / Н.В. Никаноркина // Калужский экономический вестник. 2019. №1. С. 75-80.
5. Соловьев, В.И. Анализ данных в экономике. Теория вероятностей и прикладная статистика в Microsoft Excel: учебник. / В.И. Соловьев. М.: КНОРУС, 2020. 324 с.
6. Улин В. Валюта / Виктор Улин. М.: АВТОР, 2021. 971 с.

УДК 004.89

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИОННОЙ МОДЕЛИ LOGINOM

Евсеева Д.С. бакалавр 3-го курса, Илюшкина А.А. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Винокуров И.В., к.т.н., доцент, Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе приводится пример формирования и исследования аналитической модели в ML-платформе Loginom для прогнозирования финансовых показателей.

Ключевые слова: Loginom, анализ данных, линейная регрессия, Python.

FORECASTING FINANCIAL PERFORMANCE USING LOGINOM'S LINEAR REGRESSION MODEL

Evseeva D.S. bachelor's degree of 3rd year, Ilyushkina A.A. bachelor's degree of 3rd year

Supervisor: I.V. Vinokurov, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper provides an example of the formation and study of an analytical model in the Loginom ML platform for forecasting financial indicators.

Keywords: Loginom, data analysis, linear regression, Python.

Финансовые показатели являются важным компонентом анализа и принятия решений в бизнесе. Точное прогнозирование этих показателей способствует более надежным и обоснованным стратегическим решениям. В последнее время многие организации начали использовать методы анализа данных и машинного обучения для создания более точных прогнозов. В данной статье представлен подход к прогнозированию финансовых показателей с использованием модели линейной регрессии, реализованной в платформе Loginom [1].

Линейная регрессия является одним из основных методов анализа данных и предсказательного моделирования. Ее основное назначение – определить и описать линейную зависимость между одной зависимой переменной и одной или несколькими независимыми переменными (признаками). Под описанием линейной регрессии понимается нахождение коэффициентов уравнения прямой линии.

Особенностями линейной регрессии является:

1. Простота и интерпретируемость: линейная регрессия основана на линейной модели, что позволяет легко интерпретировать её результаты и понять вклад каждого признака в предсказание зависимой переменной.

2. Предсказание (прогнозирование) количественных значений: линейная регрессия используется для предсказания количественных значений зависимой переменной на основе значений признаков.

3. Проверка гипотез: линейная регрессия позволяет проверять гипотезы о влиянии различных переменных на зависимую переменную, а также о значимости этих влияний.

4. Анализ важности признаков: линейная регрессия позволяет оценить важность каждого признака в предсказании зависимой переменной на основе значений коэффициентов.

5. Интерполяция и экстраполяция: линейная регрессия может использоваться для заполнения пропущенных значений или предсказания значений за пределами доступных данных.

Однако следует отметить, что линейная регрессия предполагает линейность и независимость ошибок модели, что может быть не соблюдено на практике. В таких случаях могут быть использованы расширенные модели линейной регрессии, такие как множественная линейная регрессия или полиномиальная регрессия, или другие методы машинного обучения. Помимо этого, линейная регрессия чувствительна к наличию выбросов и аномалий, что требует проведения предварительного анализа данных.

В Loginom линейная регрессия реализована в компоненте с соответствующим названием. Этот компонент находится в группе компонентов Data Mining.

Модель для реализации линейной регрессии и прогнозирования на её основе приведена на рис. 1. Она представляет собой совокупность взаимосвязанных компонентов Loginom, для которых выполнена соответствующая настройка.

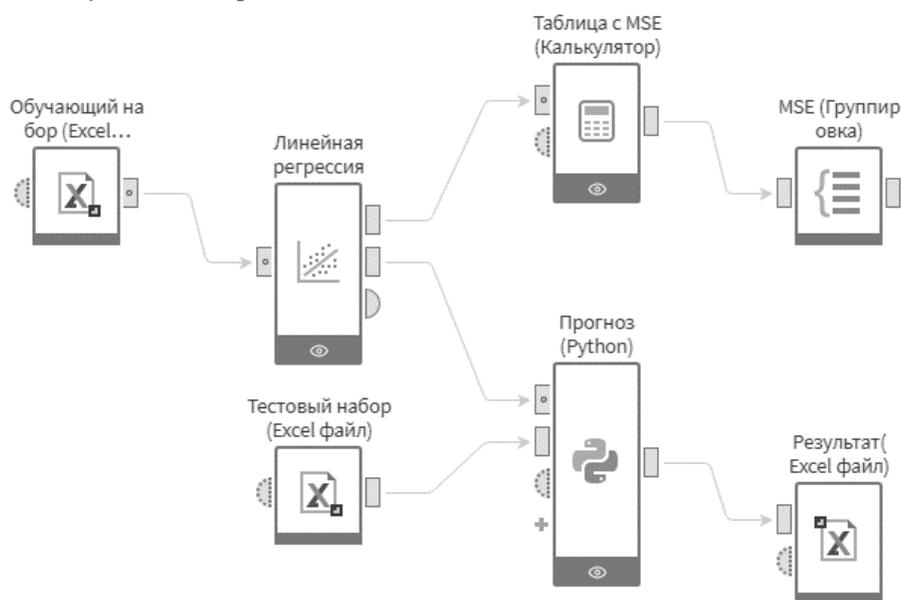


Рисунок 1. Линейно-регрессионная модель Loginom

Компонентами этой модели являются “Excel файл”, “Линейная регрессия”, “Python”, “Калькулятор” и “Группировка”.

Первый из компонентов “Excel файл” содержит набор данных для обучения компонента “Линейная регрессия”. В этом наборе данных собраны финансовые показатели организации за несколько отчётных периодов. В зависимости от цели исследований, обучение компонента “Линейная регрессия” может быть осуществлено по любому из финансовых показателей, например, прибыли. Обучения компонента “Линейная регрессия” проводилось на 80% записей из набора данных, как следствие, 20% записей были использованы для тестирования. Выбор записей в наборы данных для обучения и тестирования осуществлялся произвольным образом.

Компоненты “Калькулятор” и “Группировка” в сформированной модели предназначена для вычисления точности результатов линейно-регрессионного анализа. В качестве метрики точности сформированной модели была выбрана среднеквадратическая погрешность [2]. Первый из этих компонентов реализует вычисление этой погрешности для всех значений из набора данных, второй осуществляет их суммирование.

Особенностью компонента линейной регрессии в Loginom является работа только с исходным набором данных. Иными словами, регрессионная прямая строится только для этих данных. Продление регрессионной прямой, например, с целью реализации прогноза, потребует выполнение действий, которые позволили бы по коэффициентам b_0 и b_1 уравнения прямой линии $y = b_0 + b_1x$ вычислять новые значения. Коэффициенты уравнения прямой вычисляет и возвращает на один из своих выходных портов компонент “Линейная регрессия”. Значения независимого аргумента x можно сформировать в виде xls-файла, а для реализации вычислительных действий выбрать либо компонент “Python” либо “JavaScript” из группы компонентов программирования в Loginom. Для

рассматриваемой в статье модели выбран компонент “Python”, поскольку основы программирования на этом языке изучается в Финуниверситете. Код, реализуемый этим компонентом, приведён ниже [3].

```
# Проверка наличия входной информации
if InputTables:
    # Формирование входных фреймов
    coeffs_frame = to_data_frame(InputTables[0]) # коэффициенты регрессии
    test_frame = to_data_frame(InputTables[1]) # тестовые данные

    # Коэффициенты линейной регрессии
    b0 = coeffs_frame["y_coefficients"][0]
    b1 = coeffs_frame["y_coefficients"][1]

    # Список с результатами
    y_array = []

    # Вычисление значений по уравнению прямой
    for x in test_frame.iloc[:, 0]:
        y_array.append(b0 + b1 * x)

    # Формирование выходного фрейма
    output_frame = pd.DataFrame({"COL1": test_frame.iloc[:, 0], "COL2": y_array})

    # Формирование выходной таблицы
    fill_table(OutputTable, output_frame, with_index = False)
```

Python

Это код вначале проверяет доступность информации о коэффициентах уравнения прямой на выходном порту компонента “Линейная регрессия” и информации о наборе данных с новыми значениями независимого аргумента. Последние считываются из 2-го компонента “Excel файл” модели, см. рис. 1. Если информация доступна, то на её основе формируются два датафрейма Pandas [3]. Из первого в последующем выделяются коэффициенты уравнения прямой линии, а из второго – новые значения независимого аргумента. Далее в теле итеративного оператора реализуется вычисление значений по уравнению прямой для всех новых значений независимого аргумента и сохранение результатов в ещё одном датафрейме Pandas. Содержимое этого датафрейма в последней строке кода используется для формирования таблицы, содержащей выходные значения компонента “Python”.

Результаты экспериментального исследования линейно-регрессионной модели показаны на рис. 2. Слева на этом рисунке отображается диаграмма с исходными данными (диаграмма разброса) и найденная моделью линия регрессии. Соответствующие числовые значения приведены на этом рисунке справа в виде таблицы. Внизу справа отображаются результаты прогнозирования модели для 2-х значений независимого аргумента x_{test} – 11.0 и 12.0. Эти значения представляют собой коды будущих отчётных периодов. Прогнозы для этих значений *Prediction*, вычисленных компонентом “Python”, составили 0.78 и 0.84 соответственно. Не составит труда проверить, что эти значения находятся на прямой линии, построенной линейным регрессором по входным данным.

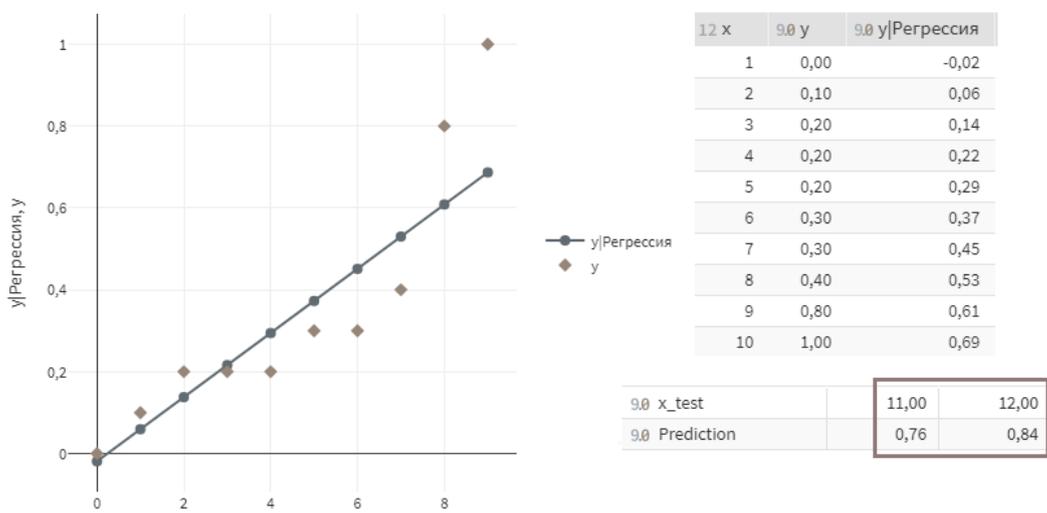


Рисунок 2. Результаты моделирования

Приведённая на рис. 1 модель выполняет свои функции и реализует прогнозирование любого из финансовых показателей после обучения на некотором множестве исходных данных. Однако при практическом использовании этой модели может потребоваться её доработка [2] в виде добавления компонент по предварительной обработке данных – “Заполнение пропусков”, “Дубликаты и противоречия” и по снижению размерности исходных данных, например, “Факторный анализ”.

Библиографический список

1. Яковлев В.Б. Эконометрика на платформе Logitom: учебное пособие / В.Б. Яковлев. М.: КноРус, 2023. 244 с.
2. Грас Дж. Data Science. Наука о данных с нуля / Джоэл Грас. СПб: БХВ-Петербург, 2020. 411 с.
3. Федоров Д.Ю. Программирование на языке высокого уровня Python: учебное пособие для вузов / Д. Ю. Федоров. М.: Издательство Юрайт, 2024. 227 с.

УДК 519.688

ИЗМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ МАТРИЧНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ

Ильин А.И. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Дробышев Ю.А., профессор, д.пед.наук
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Данная статья исследует применение простых матричных преобразований для изменения цифровых изображений. В ней описываются практические примеры использования таких преобразований в программном обеспечении для обработки изображений, а также рассматриваются их потенциальные плюсы и минусы. Представленная информация предоставляет полезный обзор основных концепций и методов изменения цифровых изображений с помощью базовых матричных преобразований.

Ключевые слова: цифровые изображения, матрицы, матричные преобразования, программирование, Python, сторонние библиотеки, интерфейс, функции

CHANGING DIGITAL IMAGES USING ELEMENTARY MATRIX TRANSFORMATIONS

Ilin A.I. bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: Y.A.Drobyshev, Professor, Doctor of Pedagogical Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This article explores the use of simple matrix transformations to modify digital images. It describes practical examples of using such transformations in image processing software, and discusses their potential pros and cons. The information presented provides a useful overview of the basic concepts and techniques for modifying digital images using basic matrix transformations.

Keywords: digital images, matrices, matrix transformations, programming, Python, third-party libraries, interface, functions

21 век – век технологий и их бурного развития. Он отличается от предыдущих эпох своим неимоверным прорывом в цифровых технологиях, включая цифровые изображения. Они стали важным элементом нашей повседневной жизни, проникая в различные сферы деятельности: от развлечений до образования и бизнеса. Цифровые изображения играют решающую роль в сфере коммуникаций, делая информацию более доступной и понятной. Социальные сети, видеохостинги, и мессенджеры стали площадками, где цифровые изображения служат основным средством общения и самовыражения. Они помогают людям поделиться своими идеями, эмоциями и впечатлениями в формате, который легко воспринимается и запоминается. В бизнесе цифровые изображения стали довольно сильным средством в маркетинге и брендинге. Они способны привлечь внимание потребителей, создать эмоциональное впечатление о продукте или услуге, а также повысить узнаваемость бренда. В образовании цифровые изображения упрощают процесс обучения, делая его более интерактивным и привлекательным. Они помогают визуализировать сложные концепции, делая их более понятными для учащихся. Но как устроены те самые «картинки»? Из чего они состоят и какова их структурная единица?

Цифровое изображение является визуальным отображением информации в электронном формате. Оно может включать в себя различные виды визуальных материалов, таких как фотографии, рисунки, графики и прочие графические элементы. Основными "строительными блоками" цифрового

Изображения являются пиксели, которые представляют собой отдельные точки на изображении и содержат информацию о цвете и яркости. Все пиксели имеют свои и значение цвета, и координаты, которые определяют его внешний вид. Совокупность всех пикселей на изображении формирует растр, который является двумерным массивом точек. Разрешение изображения определяет количество пикселей на единицу длины или площади и влияет на качество изображения. Для создания цифрового изображения используются различные инструменты, такие как цифровые камеры, сканеры и графические программы. После захвата или создания изображения оно может быть обработано и отредактировано с использованием специального программного обеспечения, что позволяет изменять его внешний вид и добавлять различные эффекты.

Получается, если каждое изображение является совокупностью элементов, содержащих в себе информацию, каждый из которых имеет свой порядок в строке и столбце, то все изображения являются матрицами, только не в том виде, в котором мы привыкли видеть их в мире математики. Значит ко всем цифровым изображениям применимы элементарные матричные преобразования.

Благодаря развитию языка программирования «Python» мы можем автоматизировать процесс применения тех самых преобразований с помощью сторонних библиотек для данного языка, а именно «Numpy» (для работы с матрицами), «Pillow» (для работы с изображениями) и «Tkinter» (для создания удобного интерфейса). Со всеми комментариями код имеет объём 145 строк и имеет следующие функции: 1) импорт цифрового JPEG-изображения с помощью системного файликера; 2) транспонирование; 3) инверсия цветов; 4) умножение матрицы, полученной из изображения, на число; 5) изменение размера матрицы, путём отсечения её элементов (обрезка); 6) смена соседних строк местами; 7) смена соседних столбцов местами. Теперь по порядку разберем каждую из перечисленных функций.

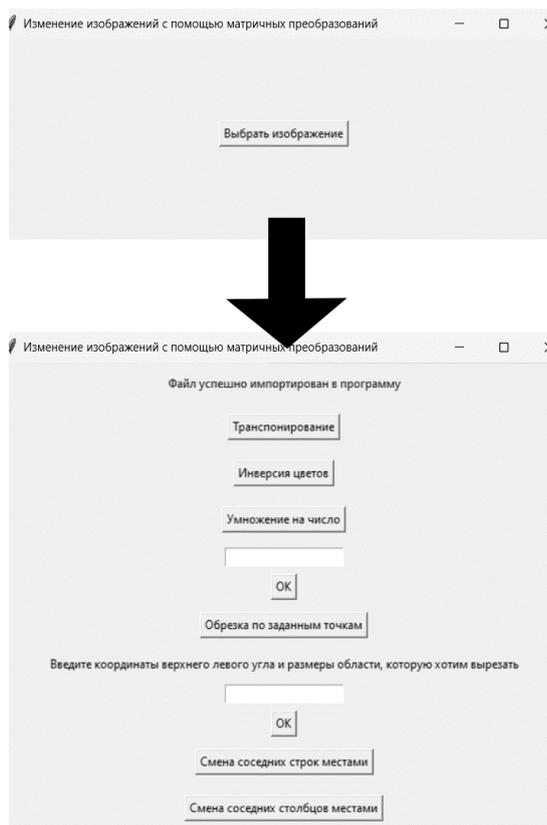
```
#Функция инверсии цветов
1 usage
def inver():
    input_image = Image.open(f'using.jpg')
    img_arr = np.array(input_image)
    inv_img_arr = 255 - img_arr
    inv_img = Image.fromarray(inv_img_arr)
    inv_img.save('Изображение с инверсированными цветами.jpg')
    inv_img.show()

#Функция транспонирования
1 usage
def tr():
    input_image = Image.open(f'using.jpg')
    img_arr = np.array(input_image)
    tr_img_arr = np.transpose(img_arr, axes=(1, 0, 2))
    tr_img = Image.fromarray(tr_img_arr)
    tr_img.save('Транспонированное изображение.jpg')
    tr_img.show()

#Функция умножения на число
1 usage
def umn():
    c = ent.get()
    input_image = Image.open(f'using.jpg')
    img_arr = np.array(input_image)
    umn_img_arr = img_arr * int(c)
    umn_img = Image.fromarray(umn_img_arr)
    umn_img.save('Изображение, умноженное на число.jpg')
    umn_img.show()

#Функция обрезки
1 usage
def cutf():
    u = cut.get()
    left, top, right, bottom = u.split()
    left = int(left)
    top = int(top)
    right = int(right)
    bottom = int(bottom)
    input_image = Image.open('using.jpg')
    img_arr = np.array(input_image)
    cut_img_arr = img_arr[top:bottom, left:right, :]
    cut_img = Image.fromarray(cut_img_arr)
    cut_img.save('Обрезанное изображение.jpg')
    cut_img.show()

#Функция перемени строк местами
1 usage
def per():
    input_image = Image.open('using.jpg')
    img_arr = np.array(input_image)
    per_img_arr = img_arr
    for i in range(0, per_img_arr.shape[0] - 1, 2):
        per_img_arr[i, 1:] = per_img_arr[i+1, 1:]
        per_img_arr[i+1, 1:] = per_img_arr[i, 1:]
    per_img = Image.fromarray(per_img_arr)
    per_img.save('Изображение с перемешанными строками.jpg')
    per_img.show()
```



Начнем с импорта изображения. Программа принимает изображение с расширением «.jpg» с помощью системного файликера, копирует его в корневую папку с исполняемым кодом и переименовывает файл в «using.jpg», что позволит в будущем удобно обращаться к изображению.

После успешного исполнения функции программа выведет сообщение об импорте изображения и разблокирует следующие функции (в окне программы появятся соответствующие кнопки), в противном случае программа выведет сообщение об ошибке.

Теперь разберем транспонирование. С помощью «Pillow» функция открывает изображение и записывает данные в переменную. Затем с помощью «Numpy» из полученной переменной получим

матрицу, содержащую в своих элементах информацию о цветах, и запишем её в новую переменную. Примечание: во всех остальных функциях используется точно такой же метод получения матрицы из цифрового изображения. Затем функция, используя встроенный в «NumPy» метод, транспонирует матрицу, преобразуя строки в столбцы, а после с помощью «Pillow» превращает матрицу обратно в изображение. После исполнения всех этих действий программа откроет полученное изображение и вдобавок сохранит его в корневую папку исполняемого файла с именем «Транспонированное изображение.jpg»

Следующей идет функция инверсии цветов. Сначала идет процесс перевода изображения в матричную форму, которая умножается на -1, чтобы придать кодам цветов отрицательные значения, а потом складывается с белым цветом (число 255). В результате такого алгоритма получаем цифровое изображение, в котором все цвета принимают обратную себе форму. Полученный файл открывается и сохраняется под именем «Изображение с инверсированными цветами.jpg».

Далее рассмотрим функцию умножения матрицы на число. Здесь всё довольно просто, но есть некоторые оговорки. Для начала работы алгоритм переводит изображение в матрицу, затем умножает полученный двумерный массив на заданное пользователем число, но число это обязательно должно быть натуральным, так как при умножении матрицы умножается каждый её элемент, а, как известно, код цвета не может быть отрицательным и/или нецелым числом. После успешно выполненного функцией умножения получаем изображение с довольно сильно измененными цветами, да так, что от исходного изображения остается только силуэт, при этом визуальные изменения будут только усиливаться при увеличении вводимого пользователем множителя.

Теперь более подробно изучим принцип работы функции изменения размера матрицы (путем отсечения её элементов). Программа снова обращается к «using.jpg», получая из этого элемента матрицу и записывая её в отдельную переменную. После, учитывая введенные пользовательские данные (четыре числа, которые выделяют область, необходимую для сохранения), алгоритм отсекает все элементы матрицы, не попадающие в выделенную область, и переводит её в изображение. Затем оно открывается и сохраняется с именем «Обрезанное изображение.jpg». Вся эта функция выполняет действие, которое в повседневной жизни мы привыкли называть «обрезкой фото» и используем его повсеместно, например, подготавливая презентации для различных выступлений или перед опубликованием нового поста в социальных сетях.

Раз уж мы доказали, что цифровые изображения являются матрицами, можно попробовать поменять местами соседние строки и посмотреть на результат. Функция снова переводит импортированный файл в матрицу и начинает с ним работать: создается цикл с индексом «i», длина которого равна количеству строк (то есть второе число в разрешении изображения), чтобы алгоритму было удобно обращаться к строкам. Теперь программа производит смену соседних строк местами. На выходе получаем изображение, сохраненное под именем «Изображение с перемешанными строками.jpg». На первый взгляд никаких визуальных изменений, но стоит только применить к «картинке» масштабирование и внимательно присмотреться к границам объектов, как сразу будут видны изменения. Края силуэтов приобрели некую ребристость и «рёбра» эти имеют горизонтальное направление.

Если получилось поменять строки местами, то почему бы не попробовать поменять местами столбцы. Соответствующая функция снова, используя «using.jpg», получает матрицу, состоящую из элементов, содержащих в себе информацию о цветах. Снова используется цикл с «i», только теперь число повторений цикла зависит от количества столбцов, то есть первого числа в обозначении разрешения изображения. Обращаясь к столбцам с помощью «i», алгоритм меняет те самые соседние столбцы местами и открывает изображение, которое также сохраняется под именем «Изображение с перемешанными столбцами.jpg». И снова никаких видимых изменений, пока мы не «приблизим» выходной файл и не обратим внимание на границы объектов. Так же, как и в предыдущем случае, можно заметить ребристость, только уже с вертикальным направлением, что говорит нам о том, что столбцы действительно сменились.

Исходя из всего вышесказанного, у нас не должно оставаться ни малейшего сомнения о связи цифровых изображений с математическими матрицами, ведь по сути, именно по такому принципу и работают современные «фотошопы». Они обращаются к определенным элементам матрицы и преобразовывают их по команде пользователя, чтобы как-либо видоизменить «картинку».

В заключение хочется отметить, что цифровые изображения, основанные на математических принципах и структурах, являются неотъемлемой частью современной культуры и коммуникации. Визуальные материалы, созданные с использованием цифровых технологий, стали не только средством передачи информации, но и мощным инструментом самовыражения и творчества.

Значимость математических матриц в строении цифровых изображений нередко остается невидимой для обычного пользователя, однако именно они лежат в основе каждого пикселя, определяя его цвет, яркость и расположение на изображении. Матрицы позволяют обрабатывать, редактировать и сжимать изображения, обеспечивая высокое качество воспроизведения при минимальном объеме данных. Таким образом, понимание роли математических матриц в цифровых изображениях помогает не только лучше понять принципы их создания, но и осознать важность математики в современном мире информационных технологий. Этот аспект подчеркивает не только техническую сложность создания цифровых изображений, но и их глубокое влияние на различные сферы человеческой деятельности.

Библиографический список

1. Программное обеспечение: история создания, виды и функции [Электронный ресурс] <https://blog.tutortop.ru/programmnoe-obespechenie/> (дата обращения 10.03.2024)
2. Внедрение автоматизации в проект с Python: шаги и примеры [Электронный ресурс] <https://habr.com/ru/articles/775440/> (дата обращения 11.03.2024)
3. Обработка изображений с помощью библиотеки Python Pillow [Электронный ресурс] <https://habr.com/ru/articles/681248/> (дата обращения 11.03.2024)

УДК 004.032.26

НЕЙРОСЕТИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Кондратенко А.А., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Пономарев С.В., к.ф.-м.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: данная статья посвящена изучению особенностей внедрения нейросетей в деятельность экономических субъектов. Проведенный анализ позволил рассмотреть положительные и отрицательные эффекты от использования инновационных технологий в части управления персоналом и производством. В результате изучения темы были сделаны выводы об использовании технологий нейросети в экономической сфере и определено потенциальное влияние технологий искусственного интеллекта на экономику.

Ключевые слова: нейросети, искусственный интеллект, цифровой бизнес, инновации, цифровизация, экономика, цифровые технологии, машинное обучение.

NEURAL NETWORKS AS A KEY FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF MODERN BUSINESS

Kondratenko A. A. bachelor's degree of the 3rd year

*Supervisor: S. V. Ponomarev, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: This article is devoted to the study of the features of the introduction of neural networks into the activities of economic entities. The analysis made it possible to consider the positive and negative effects of the use of innovative technologies in terms of personnel management and production. As a result of studying the topic, conclusions were drawn about the use of neural network technologies in the economic sphere and the potential impact of artificial intelligence technologies on the economy was determined.

Key words: neural networks, artificial intelligence, digital business, innovation, digitalization, economics, digital technologies, machine learning.

В настоящее время цифровые технологии активно используются во всех сферах жизни общества. Внедрение инновационных технологий произвело революцию, которая не только усовершенствовала работу с большими данными, но и оптимизировала множество бизнес-процессов.

Создание технологий на основе нейронных сетей первоначально было направлено на исследование принципов работы человеческого мозга. В процессе цифровой трансформации нейросети начали относить к компьютерным программам, основанным на понятии искусственного интеллекта.

Искусственный интеллект (ИИ) – это совокупность технологических решений, включающих информационно-коммуникационную инфраструктуру, программное обеспечение и сервисы по обработке данных. ИИ является комплексным понятием, состоящим из нейросети и машинного обучения [1].

Нейросеть – это компьютерная система, опирающаяся на алгоритмы машинного обучения и

используемая для решения сложных задач, таких как распознавание образов, обработка естественного языка и прогнозирование [2]. В общем случае нейронная сеть может состоять из нескольких слоев, каждый из которых осуществляет математическое преобразование над входными данными. Данные, поступающие на вход нейросети, проходят последовательную обработку. Основным процессом - обучение сети, заключается в возможности трансформации параметров отдельного нейрона в зависимости от полученных результатов.

Нейронная сеть представляет собой совокупность простых элементов – искусственных нейронов. Каждый нейрон в сети имеет вес, который определяет результат обработки данных. Сигналы, поступающие на вход, обрабатываются нейросетью по определенному алгоритму, далее изменяются весовые коэффициенты нейронов. Процесс обучения заканчивается в тот момент, когда нейросеть достигает заданной точности, а именно формирует результаты, являющиеся достоверными, например, на 95% [3].

Популярность технологий нейросети в современном мире стимулирует экономических субъектов внедрять инновационный инструмент в деятельность предприятий на всех уровнях. Существует два наиболее популярных подхода к реализации искусственных нейронных сетей – программный и аппаратный. Для программного характерно использование библиотек, которые предоставляют различные инструменты для создания нейронных сетей. В аппаратном подходе, как правило, основное внимание уделяется многофункциональности процессоров и устройств, которые специально разработаны для выполнения операций нейронных сетей. Программная реализация является более простой в использовании, в то время как аппаратная имеет явное преимущество по скорости работы и автономности. Несмотря на различия между подходами, и программный и аппаратный находят широкое применение в бизнес-среде, приводя к росту производительности труда и оптимизации бизнес-процессов.

Основополагающий принцип работы инновационного алгоритма заключается в передаче сигналов между нейронами. Это происходит через связи, которые имеют определенные веса. Передача сигналов осуществляется в определенной последовательности, обращаясь при этом к инструкции «обратного распространения ошибки». Схема работы нейросети представлена ниже на рисунке 1.

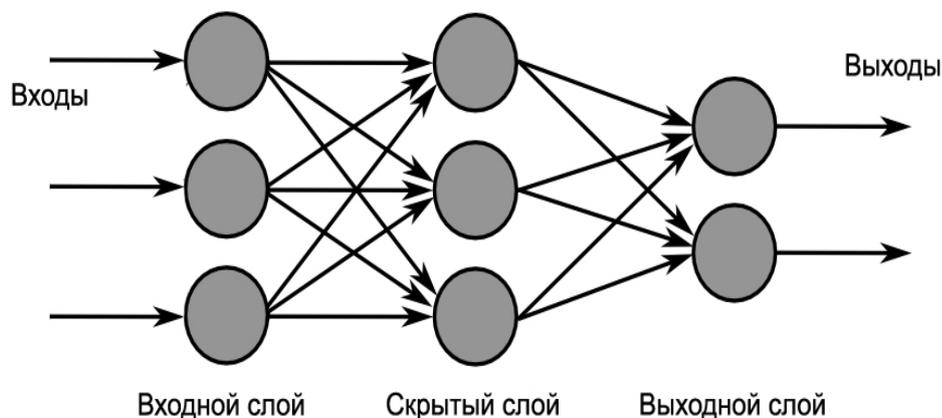


Рисунок 1. Организация работы нейросети

Технологии искусственного интеллекта предоставляют различные инструменты для анализа данных, что приводит к повышению эффективности деятельности экономических субъектов. Приложения на основе искусственного интеллекта, которые широко распространяются в бизнес-среде, призваны изменить сложившуюся деловую практику компаний [4]. Нейросеть, как совокупность цифровых инструкций, может решить четыре бизнес-задачи:

- автоматизация бизнес-процессов;
- получение информации с помощью анализа данных;
- взаимодействие с клиентами и сотрудниками;
- управление компаниями.

Наиболее широко применяются технологии в автоматизации управленческой и производственной деятельности компании. В основном они направлены на достижение следующих целей:

1. Прогнозирование спроса на товары и услуги посредством анализа статистических данных;

2.Создание рекомендаций по принятию бизнес-решений на основании собранной искусственным интеллектом информации;

3.Появление виртуальных помощников в виде чат-ботов и ассистентов, работающих с потенциальными клиентами.

Все больше компаний российского рынка обращаются к инновационным технологиям. Мотивом внедрения и использования технологий ИИ выступают различные цели стратегического плана отечественных предприятий (рисунок 2).

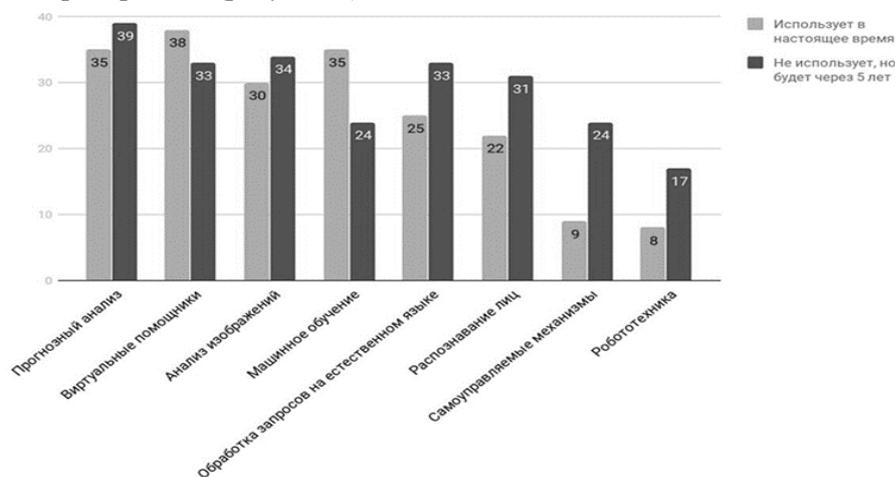


Рисунок 2. Технологии искусственного интеллекта в российских компаниях, %

Технологии искусственного интеллекта могут применяться на всех уровнях производства и управления. Наиболее перспективными областями были определены маркетинг и логистика. Так, например, в компании Coca-Cola рекламная кампания осуществляется с помощью ChatGPT, который создает персонализированную рекламу за счет считывания информации о целевой аудитории. Производя аналитику данных, искусственный интеллект предоставляет компании возможность создать инновационный продукт с минимальными затратами. Грамотно организовав работу с системой, у компании появляется возможность не только увеличить прибыль, но и стать лидером рынка.

Еще одним примером внедрения инновационных технологий является компания СДЭК, которая оптимизирует процессы комплектации и маршрутизации заказов. В компании используется технология машинного зрения, прогнозирования и описательной аналитики. Результатом внедрения такой системы стал рост оптимизации на 15%, при условии построения маршрутов курьеров искусственным интеллектом. Адаптируя инструменты нейросетей под специфику деятельности компании, появляется возможность предоставить потенциально новый продукт, который создаст все условия автономной транспортировки.

Использование нейросетей в бизнесе основывается на предоставлении большого количества данных, подборе эффективных инструментов работы с алгоритмами и наличии квалифицированных специалистов. Результат такого взаимодействия – создание нового инновационного продукта. Однако, для работы системы с минимальным количеством материальных и временных затрат, необходимо проводить анализ работы организации после внедрения технологий. Анализ данных – это сложный процесс, для осуществления которого необходимо иметь знания в области цифрового и математического моделирования.

Для того, чтобы дать максимально точную оценку деятельности организации необходимо использовать математические методы и компьютерные технологии для построения моделей, отражающих финансовые и экономические сценарии. Цифровое и математическое моделирование тесно связаны с трансформацией финансово-экономического образования за счет использования технологии нейронных сетей, которая строится на основании различных математических моделей.

Применение технологий нейросети уместно в случаях, когда формализация решения процесса трудна. Тогда использование нелинейных моделей помогает лучше понимать и прогнозировать поведение рынка, оценивать факторы риска и инвестиционные стратегии, что приводит к улучшению экономического образования и принятия решений. Технологии нейронных сетей улучшают данный процесс за счет повышения точности моделирования, оценки рисков и возможностей прогнозирования. Они дополняют традиционные математические модели, более эффективно обрабатывая сложные структуры данных, предлагая изучение явных и скрытых факторов рыночных тенденций, управление рисками и инвестиционными стратегиями.

Появление необходимости в обращении к инновационным технологиям, среди участников бизнес-среды, во многом объясняется необходимостью делегирования трудоемких для человека задач и сложностью анализа большого потока информации. Формирование нового инструмента, созданного на основе технологий искусственного интеллекта, для управления бизнес-процессами на предприятии является наиболее инновационным средством повышения эффективности деятельности.

Определяя бизнес как непрерывно развивающуюся систему, важно учитывать, что грамотно подобранная нейросеть может оказать помощь руководителям в повышении качества обслуживания клиентов быстрее, чем это мог бы сделать сотрудник. Стоит учитывать, что качественно обученные нейронные сети – результат работы специалистов, которые формулируют промты и грамотно внедряют инновационный продукт в деятельность организации.

С целью сохранения конкурентоспособности на рынке участникам бизнес-среды необходимо обращаться к технологиям искусственного интеллекта, несмотря на то, что это сопровождается и некоторыми трудностями [5]. Среди преимуществ использования технологий нейросети в бизнесе выделяют:

- повышение прозрачности бизнес-процессов для менеджмента компании;
- создание новых продуктов и услуг, которые ранее были невозможны;
- осуществление прогноза деятельности на основе существующих и выявленных при обучении факторов.

Выделяют и некоторые недостатки использования нейросетей в бизнесе:

- необходимость крупных вложений в оборудование, программное обеспечение и обучение специалистов на постоянной основе;
- использование нейросетей увеличивает риск утечки конфиденциальной информации участников бизнес-среды;
- отсутствие гарантии успеха, высокий уровень риска.

Современный бизнес широко применяет технологии искусственного интеллекта. Многие эксперты прогнозируют рост числа стартапов, работа которых будет основана на использовании нейросети. Таким образом, успех от внедрения технологий искусственного интеллекта во многом поможет преодолеть существующую проблему экономической рецессии.

Библиографический список

- 1.Мохов В.А. Системы искусственного интеллекта: современные методы программной инженерии: учебное пособие / В.А. Мохов, А.В. Кузнецова. Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2021. С. 15-16.
- 2.Панов А. В. Системы управления производством: учебное пособие / А.В. Панов. М.: РТУ МИРЭА, 2022. С. 17-18.
- 3.Ростовцев В.С. Искусственные нейронные сети / В.С. Ростовцев. 4-е изд., стер. СПб: Лань, 2024. С. 113-114.
- 4.Сиганьков А. А. Управленческий контроллинг бизнес-процессов: учебное пособие / А.А. Сиганьков. М.: РТУ МИРЭА, 2020. С. 22.
- 5.Стариковская Н.А. Цифровой бизнес и сквозные цифровые технологии: теория и практика: учебное пособие / Н.А. Стариковская, А. И. Стариковский, М.В. Куц. М.: РТУ МИРЭА, 2022. Часть 1 2022. С. 123-124.

УДК 657.631, 338

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И АУДИТА

Лизун Е. И., бакалавр 2-ого курса,

*Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент кафедры «Учёт и менеджмент»
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В современном мире взаимодействие экономического анализа и аудита играет ключевую роль в обеспечении финансовой прозрачности, управленческой эффективности и долгосрочной устойчивости компаний. Данная тема освещает важность тесного взаимодействия между данными из экономического анализа, позволяющего оценить финансовое состояние компании, и результатами аудита, обеспечивающего достоверность и надежность финансовой отчетности. В данной статье мы рассмотрим ключевые принципы этих процессов и их применение в современном бизнесе.

Ключевые слова: экономический анализ, аудит, данные, риски, взаимодействие.

INTERACTION OF ECONOMIC ANALYSIS AND AUDIT

*Lizun E. I., bachelor of the 2nd year,
Supervisor: Erokhina V.N., Candidate of Economics,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga.*

Annotation. In today's world, the interaction of economic analysis and auditing plays a key role in ensuring financial transparency, managerial efficiency and long-term sustainability of companies. This topic highlights the importance of close interaction between data from economic analysis, which makes it possible to assess the financial condition of the company, and the results of the audit, which ensures the reliability and reliability of financial statements. In this article, we will look at the key principles of these processes and their application in modern business.

Keywords: economic analysis, audit, data, risks, interaction

Экономический анализ и аудит являются взаимодополняющими дисциплинами, которые играют важную роль в обеспечении финансовой прозрачности и подотчетности. Их взаимодействие имеет решающее значение для оценки финансовой жизнеспособности организаций и выявления потенциальных рисков. Они помогают предпринимателям и руководителям принимать обоснованные решения на основе объективных данных.

Экономический анализ представляет собой систематическое изучение экономических данных и тенденций для понимания финансового положения, и перспектив организации. Он включает в себя анализ финансовых отчетов, оценку рыночных условий и прогнозирование будущих финансовых показателей.

Роль экономического анализа: Он помогает выявлять сильные и слабые стороны организации, а также своевременно принимать решения на основе финансовой информации.

Ключевыми этапами экономического анализа являются:

1. Сбор данных: Включает в себя собирание различных видов финансовой информации, такой как отчеты о прибылях и убытках, балансовая отчетность и прочее.

2. Анализ: После сбора данных проводится их глубокий анализ с использованием различных методов, таких как финансовый анализ, методы статистики и экономической теории.

3. Интерпретация результатов: Полученные данные интерпретируются с целью выявления тенденций, проблем и возможностей для улучшения финансового положения компании.

Аудит является независимой проверкой финансовой информации организации для выражения мнения о ее достоверности и соответствии применимым нормативным актам. Аудиторы проводят различные процедуры, такие как проверка записей, наблюдение и анализ, для оценки точности и полноты финансовых отчетов. Аудиты обеспечивают гарантии заинтересованным сторонам о надежности финансовой информации и помогают предотвратить мошенничество и злоупотребления.

Ключевые этапы аудита:

1. Планирование: Аудиторы разрабатывают план проверки, определяют риски и основные аспекты компании, которые будут проверены.

2. Проведение проверки: в рамках данного этапа осуществляется сбор и проверка документов, анализ внутренних процессов и проведение тестовых проверок.

3. Выявление и оценка: Аудиторы выявляют ошибки и несоответствия в финансовой отчетности, оценивают их влияние на общее состояние компании.

4. Подготовка отчёта: После завершения проверки составляется отчёт, в котором содержатся выводы и рекомендации для улучшения финансовой отчетности и внутренних процессов компании.

Таблица 1 – Общие этапы экономического анализа и аудита

Экономический анализ	Аудит
1. Сбор данных	1. Планирование
2. Анализ	2. Проведение проверки
3. Интерпретация результатов	3. Выявление и оценка
	4. Подготовка отчета

Взаимодействие экономического анализа и аудита заключается в том, что результаты экономического анализа могут стать основой для проведения проверок в рамках аудиторской деятельности. Аудиторы могут использовать данные, полученные в результате экономического анализа, для более глубокого понимания финансовой отчетности компании, выявления потенциальных проблемных зон и обоснования своих заключений.

Экономический анализ и аудит взаимодействуют на нескольких уровнях:

- Совместное использование данных: Экономический анализ может помочь аудиторам в более глубоком понимании финансового положения организации.
- Оценка рисков: Экономический анализ может предоставить аудиторам информацию о факторах, которые могут повлиять на финансовое положение организации и привести к существенным искажениям.
- Выявление мошенничества: Экономический анализ может помочь аудиторам выявить необычные или подозрительные финансовые операции, которые могут указывать на мошенничество.
- Оценка эффективности: Экономический анализ может использоваться для оценки эффективности внутренних систем контроля и бизнес-процессов организации.

Рассмотрим пример взаимодействия экономического анализа и аудита на примере российской компании "Газпром". Компания проводит анализ своей финансовой деятельности и принимает решение об инвестициях в нефтегазовые проекты. Аналитики "Газпром" анализируют финансовые показатели компании, оценивают потенциальную прибыльность новых проектов и риски. Экономический анализ показывает перспективность инвестиций, но требует дополнительной помощи и проверки со стороны аудиторов. По итогу аудиторы выдают заключение, уточняя финансовую прозрачность и обеспечивая надежность данных для принятия стратегических решений. На основе результатов экономического анализа и подтвержденной аудитом финансовой отчетности, "Газпром" принимает обоснованные решения о крупных инвестициях в новые проекты. Таким образом, взаимодействие аналитики и аудиторов обеспечивает компании финансовую стабильность, минимизируя риски [5].

Взаимодействие экономического анализа и аудита обеспечивает ряд преимуществ:

- Улучшенная оценка рисков: Интеграция экономического анализа в процесс аудита позволяет аудиторам лучше понимать риски, связанные с организацией, и принимать соответствующие меры по их снижению.
- Повышенная надежность аудита: Экономический анализ может предоставить аудиторам дополнительные доказательства и понимание, что повышает надежность их мнений.
- Более эффективный аудит: Экономический анализ может помочь аудиторам сосредоточить свои усилия на областях повышенного риска, что приводит к более эффективному и результативному аудиту.
- Улучшенное принятие решений: Экономический анализ предоставляет заинтересованным сторонам ценную информацию, которая помогает им принимать обоснованные решения о финансовом положении и перспективах организации [4].

Взаимодействие экономического анализа и аудита имеет решающее значение для обеспечения финансовой прозрачности и подотчетности. Интегрируя экономический анализ в процесс аудита, аудиторы могут повысить эффективность своих оценок рисков, повысить надежность своих мнений и предоставить заинтересованным сторонам ценную информацию для принятия обоснованных решений. Совместное использование этих дисциплин помогает организациям поддерживать финансовую жизнеспособность и предотвращать потенциальные риски.

Библиографический список:

1. Борисова Е.В., Кузнецова Е.И., Лошаков А.С. [и др.]. Экономический анализ: учебно-практическое пособие Москва : Русайнс, 2024. 145 с.
2. Герц В.Ю. Взаимосвязь экономического анализа и аудита: сборник трудов конференции. // Научные исследования и современное образование : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 21 июня 2019 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.] – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2019. С. 128-129.
3. Зонова А.В., Бачуринская И.Н., Рогоуленко Т.М. [и др.]. Бухгалтерский учет и аудит.: учебник Москва: КноРус, 2022. 567 с.
4. Насибуллина М.А. Экономический анализ и аудит как взаимодополняемые элементы эффективной проверки отчетности // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 4 (106). С. 134-136.
5. Савенкова Дарья «Газпром» планирует на 2023 год рекордную инвестпрограмму/ Савенкова Дарья [Электронный ресурс] // Ведомости: [сайт]. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/11/24/951976-gazprom-planiruet> (дата обращения 03.03.2024).
6. Филобокова Л.Ю. Методическое обеспечение анализа деятельности и аудита малых предприятий в условиях реализации ресурсно-ориентированной стратегии // Развитие бухгалтерского учета, анализа, аудита и статистики в условиях современных стратегий хозяйственной деятельности: Сборник научных статей. Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2021. С. 156-161.

МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Лобач Ю. В. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: **Никаноркина Н. В.**, к.п.н. доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе раскрыты возможности использования математико-статистических методов исследования для первичной обработки и анализа исходных данных прожиточного минимума по субъектам Российской Федерации.

Ключевые слова: прожиточный минимум населения, интервальные статистические ряды, выборочный метод, описательная статистика, анализ данных.

MATHEMATICAL AND STATISTICAL ANALYSIS OF THE SUBSISTENCE LEVEL OF THE POPULATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Lobach Y. V. Bachelor of the 2nd course

Scientific supervisor: **Nikanorkina N. V.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation: The paper reveals the possibilities of using mathematical and statistical research methods for the primary processing and analysis of the initial data of the subsistence minimum for the subjects of the Russian Federation.

Keywords: the cost of living of the population, interval statistical series, sampling method, descriptive statistics, data analysis.

Анализ значений прожиточного минимума населения является ключевым инструментом для оценки уровня жизни и социального благосостояния граждан. В контексте сложной социально-экономической ситуации, которую испытывает современная Россия, вопрос обеспечения достойного уровня жизни для граждан находится в центре внимания общественных исследований и правительственной политики. Целью данной статьи является проведение анализа прожиточного минимума населения по субъектам Российской Федерации с целью выявления различий в уровне жизни и определения значимых тенденций в социально-экономическом развитии регионов.

При анализе экономических данных важное значение имеет использование методов математической статистики, поскольку они помогают в выявлении закономерностей и особенностей развития экономических явлений и процессов. Применение этих методов проходит в несколько этапов от предварительной обработки данных наблюдения до прогнозирования развития явлений и процессов в будущем.

В рамках данной работы при проведении анализа значений прожиточного минимума по 89 регионам Российской Федерации, взятых из [6], продемонстрируем возможности математико-статистических методов на этапе первичной обработки экономических данных, а именно возможности группирования исходных данных и представления в виде статистических рядов, а также визуализации информации. Эти методы являются мощным инструментом, помогающим экономисту в восприятии и предварительном анализе данных.

Прожиточный минимум – это показатель, который определяет минимально необходимые расходы на удовлетворение основных жизненных потребностей человека. Расчет прожиточного минимума включает в себя анализ стоимости основных товаров и услуг, необходимых для проживания человека или семьи на приемлемом уровне [2].

В России прожиточный минимум определяется для различных категорий населения (взрослые, дети, пенсионеры и др.) и включает в себя набор товаров и услуг, необходимых для обеспечения базовых потребностей.

В общем виде основные шаги при расчете прожиточного минимума включают:

1. Формирование потребительской корзины.
2. Определение потребности в этих товарах и услугах.
3. Определение стоимости товаров и услуг.
4. Учет региональных особенностей.
5. Расчет и утверждение прожиточного минимума.
6. Регулярное обновление и корректировка [1].

Первичная обработка выборок большого объема начинается с построения статистических рядов, которые позволяют в компактной форме представить исходные данные. Как правило, в практической деятельности мы имеем дело с непрерывно изменяющимися количественными признаками (цена, вес, длина, объем и т.д.), поэтому чаще всего строятся интервальные статистические ряды частот или относительных частот (частостей). Статистический ряд представляет собой ранжированный перечень значений исследуемого признака x_i и соответствующих им весов (частот n_i или частостей w_i) [4].

Для построения интервального статистического ряда в первую очередь определяется число интервалов, на которые целесообразно разбить исследуемый диапазон значений признака, и ширина одного интервала. Порядок вычислений может быть следующим:

1) Определяется рекомендуемое число интервалов по формуле Стёрджеса: $k = 1 + 3,32 * \lg n$.

2) Затем определяется размах выборки: $R = x_{max} - x_{min}$

3) Вычисляется ширина интервала Δ по формуле: $\Delta = \frac{R}{k}$

4) Определяется нижняя граница первого интервала: $c_1 = x_{min} - 0,5 * \Delta$.

5) Начальные и конечные значения всех последующих интервалов можно вычислить путем последовательного прибавления величины интервала к значениям конца предыдущего интервала:

$c_2 = c_1 + \Delta, c_3 = c_2 + \Delta$ и так далее. [5]

Используя описанный метод, с помощью возможностей MS Excel нами был построен интервальный статистический ряд, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Интервальный статистический ряд

номер интервала	левая граница, x_i	правая граница, x_{i+1}	середина интервала, x_i'	частота, n_i	частость, w_i	накопл. частота, $n_i^{нак}$
1	12826	16755,42857	14790,71429	68	0,7640449	68
2	16755,42857	20684,85714	18720,14286	12	0,1348315	80
3	20684,85714	24614,28571	22649,57143	5	0,0561798	85
4	24614,28571	28543,71429	26579	3	0,0337079	88
5	28543,71429	32473,14286	30508,42857	0	0	88
6	32473,14286	36402,57143	34437,85714	0	0	88
7	36402,57143	40332	38367,28571	1	0,011236	89
сумма				89	1	-

Анализ результатов, представленных в таблице 1, позволяет сделать вывод, что наибольшее число значений прожиточного минимума населения в РФ попадает в первый интервал от 12826 рублей до 16755 рублей. Объясняется это приблизительно равной ценой на товары и услуги по большинству регионов РФ. Единственное выделяющееся значение составляет 40332 рубля в Чукотском АО из-за высокой цены основных продуктов питания, так как они не производятся на территории округа, а завозятся. Из-за довольно низкой температуры воздуха, которая держится более 9 месяцев, приходится много тратить на отопление в зимний период. Поэтому высокие цены, большие расходы и определяют высокое значение прожиточного минимума в Чукотском АО.

По столбцу частот мы видим, что распределение частот по интервалам очень неравномерное. Большинство всех значений признака приходится на первые три интервала. Кроме того, в 5-й и 6-й интервалы не попало ни одного значения. Такое распределение частот можно объяснить различиями экономического состояния субъектов РФ.

Для исследования особенностей распределения признака помимо построения статистического ряда можно вычислить основные выборочные характеристики (среднее, медиану, дисперсию, стандартное отклонение и др.) по не сгруппированным данным. Сделать этого можно с помощью инструмента Описательная статистика пакета Анализ данных MS Excel (таблица 2).

Из таблицы 2 видим, что среднее значение прожиточного минимума (16215 руб) отличается от медианного значения (14989 руб), что говорит о несимметричном распределении признака. Коэффициент асимметрии составляет 3,15, что говорит о правосторонней асимметрии, т.е. о том, что большинство значений признака сосредоточено у левого края распределения (в нескольких первых интервалах).

По показателям таблицы 2 можно сделать вывод, что областью с наименьшим показателем является Липецкая со значением 12826 руб., а с наибольшим Чукотский Автономный округ со значением 40332 руб. Средним значением прожиточного минимума в целом по РФ является 16214

рублей, что отклоняется от официальных статистических данных на 761 рубль, взятых из [6] и составляющих 15453 рубля. Такая разница обуславливается тем, что примененный нами метод выборочной интервальной оценки не учитывает значения, отклоняющиеся от среднего.

Таблица 2 – Выборочные показатели описательной статистики прожиточного минимума

Описательная статистика	
Среднее	16214,86517
Стандартная ошибка	440,1164315
Медиана	14989
Мода	14526
Стандартное отклонение	4152,05011
Дисперсия выборки	17239520,12
Экссесс	13,28494634
Асимметричность	3,156601736
Интервал	27506
Минимум	12826
Максимум	40332
Сумма	1443123
Счет	89

Таблицы значений признака очень удобно использовать для представления специальной информации о распределениях, но им не хватает наглядности. Анализируя данные таблицы, мы не можем представить, насколько плотно сгруппированы значения в том или ином интервале, как изменяется признак от интервала к интервалу. В таком случае удобно воспользоваться визуальным представлением распределения в виде гистограммы.

Гистограмма – это графическая форма представления статистических данных в форме столбчатой диаграммы, в которой каждый столбик имеет ширину, равную ширине интервала в соответствующем статистическом ряду, а его высота равна частоте [3]. По виду гистограммы можно судить о симметричности (скошенности) распределения и делать предположения о законе распределения исследуемого признака.

На рисунке 1 представлена гистограмма частот прожиточного минимума в РФ. Форма распределения показывает, что большинство значений исследуемого признака сосредоточено в первом интервале, распределение неравномерное с обрывом слева и медленно убывающим правым хвостом. Значения прожиточного минимума в большинстве регионов РФ сосредоточены в области более низких значений.



Рисунок 1. Гистограмма распределения частот прожиточного минимума в РФ

Анализ неравномерного распределения прожиточного минимума в РФ подчеркивает серьезные социально-экономические проблемы, связанные с неравенством уровня жизни и доступа к необходимым ресурсам в различных регионах страны. Это может привести к негативным экономическим последствиям, таким как ухудшение демографической ситуации, увеличение миграционных потоков и ослабление социальной стабильности. Проведенный анализ показывает необходимость системного подхода к решению проблемы неравномерного распределения прожиточного минимума в РФ с учетом социальных, экономических и политических аспектов для

обеспечения более равного доступа к условиям жизни и повышения качества жизни граждан по всей стране.

Библиографический список

1. Богатырева М.Р. Минимальный размер оплаты труда и прожиточный минимум в России / М.Р. Богатырева, М.И. Куранова // Гуманитарные научные исследования. 2023. № 1. С. 18.
2. Карданова И.В. К вопросу о государственных социальных стандартах и о прожиточном минимуме / И.В. Карданова // Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. 2020. Т.14. № 1. С. 62-67.
3. Мур Дж. Экономическое моделирование в Microsoft Excel (+ CD-ROM) / Дж. Мур, Г. Эппен, Л. Уэдер-форд, и др. М.: Вильямс, 2022. С. 954.
4. Никаноркина Н.В. Использование информационных технологий при изучении курса анализа данных студентами-экономистами / Н.В. Никаноркина // Калужский экономический вестник. 2019. №1. С. 75-80.
5. Шамойлова Р.А. Теория статистики: Учебник. М.: "Финансы и статистика" 2023. С. 145-160.
6. Величина прожиточного минимума [Электронный ресурс]
https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/vpm_sub_RF.xlsx.

УДК 004.8

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ СОЗДАНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ ДЛЯ RPG ИГР

*Ромашков А.К., бакалавр 3-го курса
Пономарев С.В., к.ф.-м.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В данной статье рассматривается применение технологий искусственного интеллекта (ИИ) в создании персонажей для ролевых (RPG) игр. Авторы описывают основные этапы процесса создания персонажа с использованием ИИ. Также авторы обсуждают возможные проблемы и риски при использовании ИИ в разработке персонажей, а также предлагают способы их минимизации. Использование ИИ может значительно улучшить качество игры и повысить ее привлекательность для игроков.

Ключевые слова: нейросети, игры, персонажи, искусственный интеллект.

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CREATING CHARACTERS FOR RPG GAMES

*Romashkov A.K., Bachelor of the 3rd year
Ponomarev S.V., Ph.D., Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: This article discusses the use of artificial intelligence (AI) technologies in creating characters for role-playing (RPG) games. The authors describe the main stages of the character creation process using AI. The authors also discuss possible problems and risks when using AI in character development, as well as suggest ways to minimize them. The use of AI can significantly improve the quality of the game and increase its attractiveness to players.

Keywords: neural networks, games, characters, artificial intelligence.

Современные компьютерные игры являются одним из самых популярных видов развлечений, которые привлекают миллионы людей со всего мира. Одной из главных особенностей таких игр является наличие большого количества разнообразных персонажей, каждый из которых имеет свои уникальные характеристики и поведение. Однако создание такого разнообразия персонажей требует значительных усилий и времени разработчиков.

Одним из способов решения этой проблемы является использование технологий искусственного интеллекта (ИИ), которые позволяют создавать более реалистичных и интерактивных персонажей. В данной статье мы рассмотрим основные этапы процесса создания персонажа с помощью ИИ.

Перед началом работы над созданием персонажа необходимо провести анализ требований к нему. Первый шаг в анализе требований к персонажу – это определение характеристик, которые должны быть у него, его целей и задач, а также его поведение в игре. Это может включать в себя физические данные, навыки боя, интеллект и другие характеристики. Для этого можно использовать методы машинного обучения или статистического анализа данных. RPG – это жанр видеоигр, в котором игрок управляет персонажем (часто группой персонажей) в вымышленном открытом мире и участвует в различных приключениях. Характерные особенности RPG включают в себя развитие характеристик персонажа, исследование мира и взаимодействие с неигровыми персонажами. Стоит учитывать ещё и ожидания

людей, исходя из образов уже существующих в индустрии персонажей. Особенности должны быть достаточно логичными и соответствовать правилам созданного игрового мира, то есть должны ощущаться реалистичными в рамках сюжета.

После того, как были определены требования к персонажу, следующим шагом является создание модели. Модель может быть создана на основе обучающих данных, полученных от реальных игроков или других источников информации. Важно учитывать особенности игрового сообщества и предпочтения игроков при выборе параметров модели.

В качестве примера можно привести подобный простой вариант запроса для создания персонажа при помощи чат-бота:

Запрос – Придумай нового второстепенного персонажа со своей новой историей для игры Borderlands 2.

Ответ – Я предлагаю вам персонажа по имени Джессика Джонс. Она является супергероиней и работает специальным агентом ЩИТа. Джессика обладает невероятной силой, скоростью и рефлексами, что позволяет ей легко справляться с преступниками. Но её спокойная жизнь меняется, когда она получает задание поймать главного антагониста серии игр Borderlands – Красавчика Джека. Во время выполнения этого задания Джессика сталкивается с множеством трудностей и опасностей, но благодаря своей смелости и находчивости она справляется со всеми испытаниями.

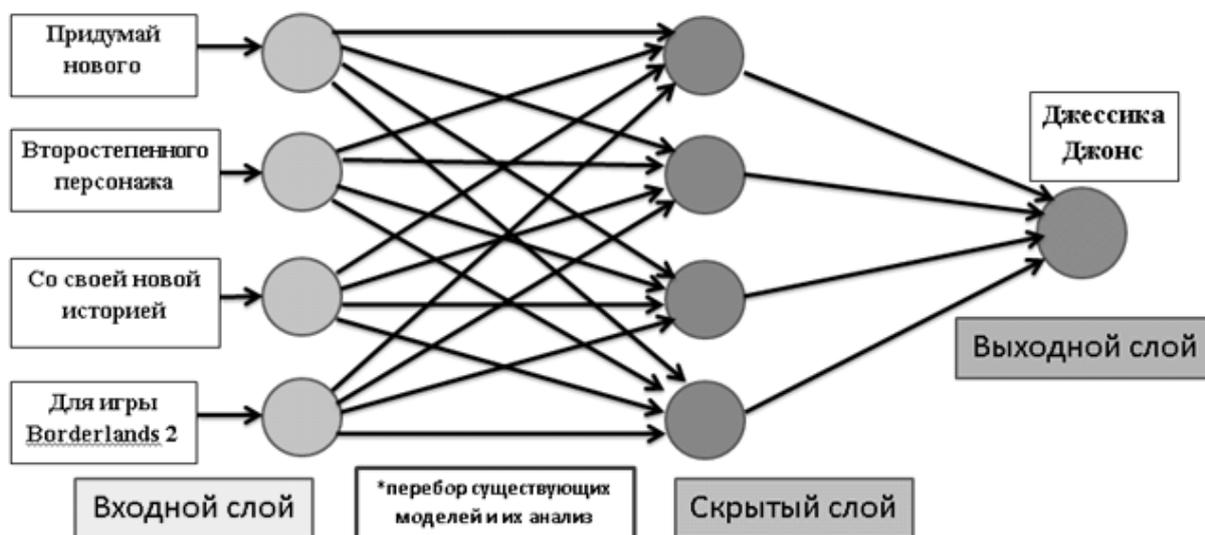


Рисунок 3. Условная схема работы нейросети

После создания модели начинается процесс ее обучения. Для этого используются различные алгоритмы машинного обучения, такие как нейронные сети. Обучение происходит на больших объемах игровых данных и похожих тем, чтобы модель могла научиться распознавать закономерности и прогнозировать поведение персонажа в различных ситуациях. Также необходима корректировка варианта, что мог предложить чат-бот, доведение его работы до более реалистичного и логичного результата. Необходимы дополнительные уточняющие запросы, определяющие рамки создания героя, чтобы не терялась логичность внутриигровых правил. Borderlands 2 – это шутер от первого лица с элементами RPG. Игра предлагает захватывающее приключение, наполненное большим количеством локаций, оружия и врагов, а атмосфера игры полна хаоса и безумия.

В нейросетях для обычного пользователя не используется код в привычном понимании, но его заменяют слова, которые помогают создавать более точный ответ:

Запрос – Дополни персонажа «Джессика Джонс» деталями безумного характера.

Ответ – Я – творческий и загадочный человек, который любит мыслить нестандартно. Я люблю природу, музыку и взрывы! Я всегда нахожу вдохновение в самых неожиданных вещах. Я верю, что мир – это творческое место, и я хочу его исследовать, но больше всего я хочу его взорвать!

После завершения обучения модели необходимо протестировать ее работу на тестовых данных. После предварительной настройки модель тестируется на игровых сценариях. Это позволяет оценить ее производительность в различных условиях и выявить узкие места в работе. Если результаты тестирования показывают положительные результаты, то модель готова к использованию в проекте. Если же возникают ошибки или неточности в работе модели, то ее необходимо доработать или переобучить. Также стоит учитывать шаблонные действия и ожидания игроков.

В качестве альтернативы различным чат-ботам и сайтам можно воспользоваться языком Python:

```

import tensorflow as tf
from keras.models import Sequential
from keras.layers import Dense, Dropout, Activation, Flatten
from keras.preprocessing.image import ImageDataGenerator

Параметры модели
num_classes = 10 # Количество классов персонажей
input_shape = (64, 64, 3) # Размер изображения
epochs = 20 # Количество эпох обучения
batch_size = 32 # Размер партии

Создаем модель
model = Sequential()
model.add(Dense(256, input_dim=input_shape[0] *
input_shape[1] *
input_shape[2], activation='relu'))

model.add(Dropout(0.5))
model.add(Flatten())
model.add(Dense(num_classes, activation='softmax'))

Компилируем модель
model.compile(loss='categorical_crossentropy',
optimizer='rmsprop',
metrics=['accuracy'])

Генерация данных
train_datagen = ImageDataGenerator(rescale=1./255)
test_datagen = ImageDataGenerator()
train_generator = train_datagen.flow_from_directory(
('dataset/train',
target_size=(64,64),
batch_size=batch_size,
class_mode='categorical')

Обучение модели
history = model.fit_generator(train_generator,
epochs=epochs,
steps_per_epoch=train_generator.n // batch_size,
validation_data=validation_generator,
validation_steps=validation_generator.samples // batch_size)

Выходные данные
def predict_character(image):
image = image.reshape((64, 64, 3))
image /= 255
prediction = model.predict(image, batch_size=32)
return prediction

```

Рисунок 4. Код на языке Python для создания простой нейросети

Сначала нужно подготовить набор данных, состоящий из изображений персонажей и соответствующих им атрибутов (например, имя, класс, уровень и т.д.). Затем необходимо разделить данные на обучающую и тестовую выборки.

Теперь возможно использовать модель для создания нового персонажа. Для этого предоставляется изображение в качестве входных данных и получается соответствующий класс персонажа в качестве выходных данных. В этом коде создана простая нейросеть, которая может использоваться для создания новых игровых персонажей на основе предоставленных изображений. Он только предсказывает класс персонажа на основе входного изображения. Если вы хотите создавать изображения персонажей с нуля, вам потребуется более сложная нейросеть. Когда модель была обучена и протестирована, она готова к использованию в проекте. Разработчики могут использовать ее для создания новых персонажей или изменения уже существующих. При этом важно учитывать ограничения и возможности модели, чтобы избежать ошибок и несоответствий между ожиданиями игрока и реальностью.

Использование технологий искусственного интеллекта позволяет создавать более реалистичных и интерактивных персонажей для ролевых игр. Они помогают разработчикам сократить время и затраты на создание персонажей, а также повысить качество игры и привлечь больше пользователей. Однако при использовании этих технологий необходимо учитывать потенциальные риски и ограничения, чтобы избежать возможных проблем в будущем. Интеграция технологий искусственного интеллекта при создании персонажей для ролевых игр имеет огромные перспективы. Используя алгоритмы машинного обучения и системы на базе искусственного интеллекта, разработчики могут создавать более захватывающие, разнообразные и персонализированные игровые возможности. Преодоление этических проблем и поиск оптимального баланса между созданием ИИ и свободой действий игроков будут иметь решающее значение для использования всего потенциала ИИ в этой области. Поскольку технологии искусственного интеллекта продолжают развиваться, мы можем ожидать еще более захватывающих событий в будущем при создании персонажей для ролевых игр.

В заключении данной научной статьи исследована роль технологий искусственного интеллекта (ИИ) в создании персонажей для ролевых игр (РПГ). Технологии искусственного интеллекта открывают значительный потенциал для улучшения создания и взаимодействия персонажей в ролевых играх. Возможность создавать динамичных, реалистичных персонажей со сложным характером и поведением значительно повышает погружение и вовлеченность игрока. Инструменты создания персонажей на базе искусственного интеллекта позволяют разработчикам игр более эффективно создавать уникальных персонажей, экономя время и ресурсы. Алгоритмы машинного обучения играют ключевую роль в обучении систем искусственного интеллекта созданию разнообразных и настраиваемых персонажей. Анализируя огромные объемы данных, эти алгоритмы могут изучать и имитировать человеческие характеристики, в результате чего персонажи становятся более реалистичными и правдоподобными.

Кроме того, алгоритмы искусственного интеллекта могут адаптировать и развивать персонажей на основе взаимодействия с игроком, обеспечивая персонализированный игровой процесс.

Библиографический список

1. Васильев А.Н. Тархов Д.А. Принципы и техника нейросетевого моделирования / А.Н. Васильев. Москва: Наука, 2017. 998 с.
2. Олейник В. М. Эволюционное обучение нейронных сетей / В.М. Олейник, Ю.С. Селиверстов. М.: Физматлит, 2018. 400 с.
3. Редько В.Г. Эволюция, нейронные сети, интеллект: Модели и концепции эволюционной кибернетики / В.Г. Редько. Москва: ИЛ, 2017. 224 с.
4. Тархов Д.А. Нейросетевые модели и алгоритмы. Справочник / Д.А. Тархов. М.: Радиотехника, 2018. 359 с.
5. Хайкин С. Нейронные сети. Полный курс: моногр. / Саймон Хайкин. М.: Вильямс, 2017. 788 с.

УДК 004.021

ПОСТАНОВКА И РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ О НАЗНАЧЕНИЯХ В MS EXCEL И R STUDIO

*Тришина М.Д. бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Кузина Н.В., к.пед.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные аспекты задачи о назначениях, её актуальность в современном мире и математическая формулировка. Также выделены методы решения таких задач. Одна из задач подробно решена двумя способами: в MS Excel и R studio. Выяснены различия между сбалансированной задачей о назначениях и не сбалансированной. Рассмотрены основные принципы, которые помогут решать подобные задачи в повседневной деятельности.

Ключевые слова: MS Excel, R studio, задача о назначениях.

SETTING AND SOLVING ASSIGNMENT TASKS IN MS EXCEL AND R STUDIO

*Trishina M. D. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: N. V. Kuzina, candidate of Pedagogical Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article discusses the main aspects of the assignment problem, its relevance in the modern world and its mathematical formulation. Methods for solving such problems are also highlighted. One of the problems was solved in detail in two ways: in MS Excel and R studio. The differences between a balanced assignment problem and an unbalanced one are clarified. The basic principles that will help solve such problems in everyday activities are considered.

Keywords: MS Excel, R studio, the assignment task.

В процессе управления производством, организацией или каким-либо процессом люди зачастую сталкиваются с задачами назначения исполнителей на различные виды работ/ Задача о назначениях, или задача о распределении исполнителей на различные виды работ, является одной из фундаментальных задач в области оптимизации и управления ресурсами. Эта задача возникает в различных сферах деятельности, где необходимо эффективно распределить ресурсы для достижения определенных целей. Она имеет широкий спектр применений - от производственных процессов и логистики до управления персоналом и расписаниями. Например, распределение сотрудников для работы с определенным оборудованием таким образом, чтобы эффективность была максимальной; распределение водителей в такси такое, чтобы скорость выполнения заказа была высокой; распределение обязанностей между школьниками такое, чтобы скорость и качество выполненной общими усилиями работы были максимальными и т.д. [2]. В общем виде задачу о назначениях можно сформулировать следующим образом. Нужно выполнить L различных функций, для осуществления которых назначено C исполнителей. Каждый из них за определенную плату готов выполнить любую работу. Выполнение одной функции можно поручить только одному исполнителю. Необходимо распределить виды работ между сотрудниками так, чтобы расходы на выполнение задания были минимальны или же эффективность максимальна [3].

Задача о назначениях является одной из разновидностей задач транспортного типа. Это связано с тем, что в рамках задачи о назначениях необходимо определить оптимальное соответствие между исполнителями (например, работниками, машинами, оборудованием) и работами (заданиями,

заказами, проектами). При этом каждый исполнитель может быть назначен только на одну работу, и каждая работа должна быть выполнена только одним исполнителем. Таким образом, задача о назначениях сводится к оптимизации соответствия между ресурсами и задачами. Задачи о назначениях могут быть как сбалансированными, так и несбалансированными. Сбалансированные задачи о назначениях предполагают равное количество исполнителей и работ. Это означает, что каждый исполнитель должен быть назначен на работу, и каждая работа должна быть выполнена одним из исполнителей. В таких задачах стремятся к равномерному распределению нагрузки между исполнителями и выполнению всех работ без простоев. Несбалансированные задачи о назначениях возникают, когда количество исполнителей и работ не совпадает. Например, может быть больше работ, чем исполнителей, или наоборот. В таких случаях необходимо решить, какие работы будут выполнены, а какие останутся невыполненными. При этом может возникнуть необходимость учитывать приоритеты задач или ограничения на количество назначений для каждого исполнителя. Для решения задач о назначениях используются различные методы оптимизации, такие как методы линейного программирования, методы динамического программирования, генетические алгоритмы и другие. Каждый из этих методов имеет свои особенности и применимость в зависимости от конкретной постановки задачи. Рассмотрим подробнее каждый из них [1]:

1. Метод венгерского алгоритма – это эффективный метод решения задачи о назначениях, который был разработан в 1955 году венгерским математиком и физиком Джорджем Куном. Алгоритм используется для оптимизации назначений сотрудников на задачи или ресурсов на проекты, минимизируя общую стоимость выполнения работ. Суть венгерского алгоритма заключается в следующем:

- Создается матрица стоимостей или времени выполнения задач, где строки представляют сотрудников (или ресурсы), а столбцы – задачи (или проекты).

- В первую очередь, находится минимальный элемент в каждой строке матрицы, и затем из каждого элемента строки вычитается найденное минимальное значение. Это позволяет привести матрицу к "нулевому" виду.

- Затем аналогично находится минимальный элемент в каждом столбце матрицы, и из каждого элемента столбца вычитается найденное минимальное значение.

- После этого строится граф, который называется "нулевым графом", путем соединения всех нулевых элементов матрицы.

- Находится максимальное паросочетание в "нулевом графе", которое определяет оптимальные назначения сотрудников на задачи.

- Если не все сотрудники назначены на задачи, то производится дополнительные действия для учета неиспользованных ресурсов.

Венгерский алгоритм является одним из наиболее эффективных методов решения задачи о назначениях и широко применяется в различных областях, где требуется оптимизация распределения ресурсов.

1. Генетические алгоритмы: могут быть применены для оптимизации распределения задач между исполнителями, путем эволюционного поиска наилучшего назначения.

2. Методы динамического программирования: позволяют эффективно решать задачи о назначениях, основываясь на принципе оптимального подструктурирования и повторного использования промежуточных результатов.

3. Алгоритмы жадного выбора: простые и быстрые методы, которые могут использоваться для решения задачи о назначениях, выбирая локально оптимальные решения на каждом шаге.

4. Методы искусственного интеллекта, такие как нейронные сети или метод опорных векторов, также могут быть применены для решения задачи о назначениях, особенно в контексте больших объемов данных и сложных условий.

Разберем одну из задач и решим её в MS Excel и R studio. Швейной фабрике нужно выполнить срочный заказ на производство формы для кадетского училища. Каждое изделие выполняется с помощью 4 видов оборудования O_1, O_2, O_3, O_4 . На каждом оборудовании должен работать любой из четырех сотрудников C_1, C_2, C_3, C_4 , но каждый из них имеет различный процент брака на каждом оборудовании, который приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Процент брака

Рабочие	Оборудование			
	O_1	O_2	O_3	O_4
C_1	2,3	1,9	2,2	2,7

C ₂	1,8	2,2	2,0	1,8
C ₃	2,5	2,0	2,2	3,0
C ₄	2,0	2,4	2,4	2,8

Нужно распределить оборудование между сотрудниками так, чтобы суммарный процент брака был минимальным. Чему равен этот процент?

Для решения подобных задач сначала необходимо составить математическую модель.

Обозначим за x_{ij} ; $j=1,2,3,4$; $i=1,2,3,4$ переменные, которые принимают значения 1, если i -ый сотрудник работает на j -ом оборудовании. В противном случае $x_{ij}=0$. Составим целевую функцию:

$$2,3x_{11} + 1,9x_{12} + 2,2x_{13} + 2,7x_{14} + 1,8x_{21} + 2,2x_{22} + 2x_{23} + 1,8x_{24} + 2,5x_{31} + 2x_{32} + 2,2x_{33} + 3x_{34} + 2x_{41} + 2,4x_{42} + 2,4x_{43} + 2,8x_{44} \rightarrow \min$$

Обозначим ограничения:

Каждый сотрудник работает только на одном оборудовании

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + x_{13} + x_{14} = 1; \\ x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} = 1; \\ x_{31} + x_{32} + x_{33} + x_{34} = 1; \\ x_{41} + x_{42} + x_{43} + x_{44} = 1. \end{cases}$$

Каждое оборудование обслуживает только один рабочий

$$\begin{cases} x_{11} + x_{21} + x_{31} + x_{41} = 1; \\ x_{12} + x_{22} + x_{32} + x_{42} = 1; \\ x_{13} + x_{23} + x_{33} + x_{43} = 1; \\ x_{14} + x_{24} + x_{34} + x_{44} = 1. \end{cases}$$

Кроме того, все переменные должны быть целыми и неотрицательными. Перейдем к решению задачи в MS Excel.

Шаг 1. Создание экранной формы и введение данных.

Рисунок 1 – Форма и данные

		Станки								
Рабочие	C1	C2	C3	C4		Распределение			ограничение	
P1	2,3	1,9	2,2	2,7						
P2	1,8	2,2	2	1,8						
P3	2,5	2	2,2	3						
P4	2	2,4	2,4	2,8						
Целевая функция					ограничение					

Шаг 2. Введение зависимости из математической модели в экранную форму.

Рисунок 2 – Заполнение ограничений и целевой функции.

		Станки								
Рабочие	C1	C2	C3	C4						
P1	2,3	1,9	2,2	2,7						
P2	1,8	2,2	2	1,8						
P3	2,5	2	2,2	3						
P4	2	2,4	2,4	2,8						
Целевая функция	=СУММПРОИЗВ(B15:E18;G15:J18)									
						Распределение			ограничение	
									=СУММ(G15:J15)	
									=СУММ(G16:J16)	
									=СУММ(G17:J17)	
									=СУММ(G18:J18)	
ограничение	=СУММ(G15:G18)	=СУММ(H15:H18)	=СУММ(I15:I18)	=СУММ(J15:J18)	=СУММ(K15:K18)					

Шаг 3. Поиск решения.

В строке «Оптимизировать целевую функцию» выбираем ячейку с формулой целевой функции. Так как в задаче требуется найти минимальный процент брака, в Поиске решений выбираем «Минимум». В строке, изменяя ячейки переменных, выбираем пустые ячейки из таблицы «Распределение». В ограничениях указываем, что значения из таблицы «Распределение» должны быть неотрицательными и целыми, а также отмечаем, что на одном оборудовании работает только один сотрудник, одно оборудование обслуживает один рабочий. В строке «Выбираем метод решения» указываем «Поиск решения лин. задач симплекс-методом» и нажимаем «Найти решение». Таким образом, оптимальное распределение будет следующим: первый сотрудник должен работать

на втором оборудовании, второй – на четвертом, третий – на третьем, четвертый – на первом станке. При этом распределении суммарный процент брака будет минимальным и равен 7,9%.

Рассмотрим решение данной задачи в R studio.

Шаг 1. Задание транспортной задачи. Для этого активируем библиотеку «lpSolve». Прочитаем из буфера обмена таблицу данных excel-формата. Зададим ограничения. Запишем задачу в переменную M.Tr. Код получится следующим:

```
library(lpSolve)
Data <- read.table("clipboard",h=FALSE,dec=".",sep = "\t")# Чтение из буфера обмена excel-формата
P <- as.matrix(Data); P
SignA <- c("==", "==", "==", "==")
SignB <- c("==", "==", "==", "==")
SumA <- c(1, 1, 1, 1)
SumB <- c(1, 1, 1, 1)
M.Tr <- lp.transport(cost.mat = P, direction = "min", row.signs = SignA,
                    row.rhs = SumA, col.signs = SignB, col.rhs = SumB)
```

При компиляции данного кода мы увидим таблицу данных, которую прочитали из MS Excel.

Шаг 2. Решение транспортной задачи. Для этого используем 2 строчки кода:

```
M.Tr$objval
M.Tr$solution
```

Шаг 3. Интерпретация результатов компиляции.

```
> M.Tr$objval
[1] 7.9
> M.Tr$solution
  [,1] [,2] [,3] [,4]
[1,]  0  1  0  0
[2,]  0  0  0  1
[3,]  0  0  1  0
[4,]  1  0  0  0
>
```

Заметим, что минимальный процент брака равен 7,9%, как и в MS Excel. Таблица распределения также совпадает с первым способом решения. Если бы данная задача была не сбалансированной, тогда в математической модели либо в ограничениях по рабочим, либо в ограничениях по оборудованию меняется знак равенства на «<=>» Тогда при решении в Excel в «Поиске решений» ограничения по рабочим или оборудованию будут со знаком «<=>». В R studio программный код поменяется в следующей части:

```
SignA <- c("<=", "<=", "<=", "<=")#первый вариант
SignB <- c("==", "==", "==", "==")
SignA <- c("==", "==", "==", "==")#второй вариант
SignB <- c("<=", "<=", "<=", "<=")
```

Таким образом, мы разобрали 2 варианта решения задачи о назначениях. Подобные задачи очень часто встречаются в реальной жизни, поэтому для грамотного управления предприятием, необходимо уметь их решать. Это позволит не только повысить эффективность производства, но и минимизировать затраты на производство.

Библиографический список:

- 1.Королев А. В. Экономико-математические методы и моделирование : учебник и практикум для вузов / А.В. Королев. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 280 с.
- 2.Набатова Д.С. Математические и инструментальные методы поддержки принятия решений : учебник и практикум для вузов / Д.С. Набатова. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 292 с.
- 3.Смагин Б.И. Экономико-математические методы : учебник для вузов / Б.И. Смагин. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 272 с.

СЕКЦИЯ 4. ИННОВАЦИИ В ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ КАК ДРАЙВЕР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

УДК 332.1

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

*Алиферов А.Д., Чумаков Н.С. бакалавры 2-го курса
Научный руководитель: Авдеева В.И., к.э.н.,
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В следующей статье анализируется инвестиционная привлекательность Калужской области, рассматриваются различные аспекты инвестиционной привлекательности, оценивается состояние инвестиционной привлекательности региона. Рассматриваются факторы в настоящем состоянии. Приводятся выводы о влиянии различных элементов на привлекательность Калужской области для инвестирования.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность региона, региональная экономика, инвестиционная деятельность, инвестиционный климат, Калужская область.

CERTAIN ASPECTS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF KALUGA OBLAST

*Aliferov A.D., Chumakov N.S. bachelor's degree students of the 2nd year
Supervisor: Avdeyeva V.I., Candidate of Economic Sciences,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The following article analyzes the investment attractiveness of Kaluga oblast, checks different aspects of the investment attractiveness, evaluates condition of the investment attractiveness of the region. The modern factors are examined. The conclusions are drawn about the influence of various elements on attractiveness of the Kaluga region for investments.

Keywords: investment attractiveness of the region, regional economy, investment activity, investment climate, Kaluga oblast.

Инвестиционная привлекательность является важным фактором, определяющим экономическое развитие региона. Она оценивает потенциал инвестирования с точки зрения получения прибыли и минимизации риска. Высокая инвестиционная привлекательность означает, что инвестиции принесут большую прибыль при сохранении риска на приемлемом уровне.

Поскольку экономический рост требует привлечения инвесторов, инвестиционная привлекательность выходит на первый план. Она позволяет сравнивать условия в разных регионах и анализировать целесообразность вложений.

Рост инвестиционной привлекательности создает необходимую основу для запуска экономического роста. Инвестиции, представляющие собой совокупность ценностей имущественного, финансового и интеллектуального характера, вкладываются с целью получения прибыли или других положительных результатов в предпринимательскую или иную деятельность.

Факторы влияющие, на инвестиционную привлекательность региона делятся на объективные и субъективные. К первым относятся те, на которые повлиять чрезвычайно сложно, если не невозможно в принципе. Это, например, климат, набор полезных ископаемых, доступных в регионе, расположение региона и т.д. Вторые же непосредственно определяются деятельностью региональных органов управления. Инфраструктурные, институциональные, социальные, экономические относятся именно ко вторым [2].

Экономический потенциал Калужской области определяется рядом факторов. Для начала рассмотрим объективные факторы инвестиционной привлекательности субъекта.

Калужская область расположена в центре европейской части России, на пересечении важных транспортных магистралей, проходящих через Москву. Такое географическое положение является важным преимуществом субъекта, поскольку оно обеспечивает высокую транспортную доступность региона и возможность быстрой доставки товаров на рынок.

Существенным фактором является то, что регион обладает значительными запасами природных ресурсов, которые заключены в 62 месторождениях, представленных 13-ю видами полезных ископаемых: бурый уголь, гипс, буровые глины, цементное сырье, огнеупорные и тугоплавкие глины, формовочные материалы, строительные камни, стекольное сырье, мел, минеральные краски, поваренная соль и фосфоритовые руды. Это обеспечивает базу для развития

добывающей и перерабатывающей промышленности. Однако, важно упомянуть и следующие факторы, снижающие ценность данного преимущества: разведанные месторождения распределены по территории региона неравномерно, запасы рентабельных месторождений приближаются к исчерпанию [8].

В-третьих, повышает привлекательность для инвестиционного развития наличие свободных земельных ресурсов в Калужской области. Земельный фонд региона на 01.01.2020 года составляет 2977,7 тыс. га. Из них более 60% представлены землями сельскохозяйственного назначения, более 20% – землями лесного фонда.

Теперь перейдем к субъективным факторам, из которых первым рассмотрим инфраструктуру.

Главными автомагистралями являются федеральные трассы: М3 «Украина», А130 Москва-Варшава. Общая протяженность федеральной сети автомобильных дорог в Калужской области составляет в настоящее время 1049,6 км, в том числе 242,8 км относятся к региональным и межмуниципальным дорогам. Плотность автодорог с твердым покрытием на 2022 год составляет 341,3 км на 1000 км². Протяженность железных дорог общего пользования области на 2022 г. составила 859,5 км при плотности 288 км/10000 км². В регионе расположены четыре аэродрома: международный аэропорт «Калуга», важный военный аэродром Шайковка и военные в городе Ермолино. Протяжённость судоходных и условно судоходных внутренних водных путей в области составляет 76 км.

К перспективам развития транспортной инфраструктуры можно отнести проект по расширению Киевского шоссе. Осуществление данного проекта подстегнет социально-экономическое развитие на севере области благодаря росту пропускной способности трассы. Кроме того, реализация проекта строительства метро до границ Калужской области позволит вывести на новый уровень связность области со столицей за счет организации средства передвижения, способного предоставить практически часовую доступность центра Москвы. Предполагается, что будут соединены расположенный наиболее близко московский аэропорт и город Обнинск.

По региону проходят три магистральных газопровода – Дашава-Киев-Брянск–Москва; Тула-Шостка–Киев; Серпухов-Санкт-Петербург - общей протяженностью 1069 км. В регионе работают Калужская ТЭЦ-1 мощностью 41,8 МВт и Обнинская ГТУ-ТЭЦ №1 мощностью 20,8 МВт. Тем не менее, Калужская область является субъектом, которому присущ энергодефицит.

Согласно официальной статистике Генеральной прокуратуры России, Калужская область характеризуется средним уровнем преступности. По количеству зарегистрированных убийств и покушений на убийство за 2021 регион занимал 49 место. По количеству всех зарегистрированных преступлений за тот же год – 41 место [6]. Это создает удовлетворительную атмосферу для инвесторов.

Экологическая ситуация в Калужской области может быть описана как средняя. Из рейтинга экологической обстановки «Если быть точным» следует, что проблемы загрязнения воды, воздуха и почв в регионе обладают средней выраженностью, а проблема отходов выражена выше среднего [5].

В Калужской области уровень жизни населения является средним по сравнению с другими регионами России. Среднедушевые денежные доходы за 3 квартал 2022 года составили 38149 рублей, что ниже среднероссийских 46025 рублей и средних по ЦФО 61644 рублей за тот же период. Медианный среднедушевой доход в регионе на 2021 год составил 27846,2 рублей, в целом по РФ – 30083,1 рублей. Среднедушевые среднемесячные потребительские траты за январь-июль 2022 года в Калужской области – 25,9 тысяч рублей (РФ – 31,4 тысячи рублей) [11].

В результате проведенного исследования по вопросам занятости в области средняя численность экономически активного населения за период с ноября 2022 года по январь 2023 года составила 538,0 тысяч человек. Уровень участия в рабочей силе составил 62,4%, а уровень занятости населения – 60,4%. Общий уровень безработицы, рассчитанный по методологии Международной организации труда (МОТ), составил 3,2% [9]. В 2022 году безработица в регионе превышала среднее значение среди субъектов ЦФО, но было идентично среднему значению по РФ в целом.

Регион обладает богатым опытом реализации инвестиционных проектов. За период с 2006 по 2021 год экономика субъекта получила более 1,2 трлн руб. привлеченных средств. Число открытых предприятий исчисляется 119, что позволило создать более 30 тысяч рабочих мест. С 2002 года Калужская область привлекла и реализовала 145 проектов, которые были направлены на создание или расширение производств. К приоритетным областям можно отнести автомобильную промышленность, электронику, сельское хозяйство [9].

В 2020 году Валовой региональный продукт (ВРП) составил 543,7 миллиарда рублей. Период высокой инвестиционной активности в 2006-2008 годах был связан с развитием первых

индустриальных парков и привлечением зарубежных инвесторов в автомобильную, электронную и пищевую промышленность. С 2013 года темпы экономического роста замедлились из-за высокой базы предыдущих лет и временного снижения инвестиций в отраслях, характерных для экономики Калужской области. Эти отрасли включают производство автотранспортных средств, пищевых продуктов, металлургических изделий, компьютеров, электроники, оптики, других неметаллических минеральных продуктов, лекарств и медицинских материалов. В 2015 году рецессия в национальной экономике отразилась на развитии Калужской области. Тем не менее, созданный потенциал в предыдущие годы стимулировал быстрое восстановление экономики региона в 2016 году и обеспечил ее устойчивость в последующие периоды [9].

С 2014 года область уверенно удерживает позиции в первой десятке субъектов по инвестиционной привлекательности, согласно разным рейтингам. В частности, в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата Калужская область занимает 7 место.

Важным направлением развития для Калужской области является создание инновационных технологических парков и кластеров. Особая экономическая зона промышленно-производственного типа "Калуга" создана на территории Людиновского района и Боровского района Калужской области в соответствии с Постановлением №1450 Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2012 года. В настоящее время она включает в себя две площадки: Людиновскую и Боровскую, общей площадью 994,2 гектара. Людиновская площадка находится на юге области и способствует развитию крупных и средних промышленных предприятий, производства строительных материалов и деревообработки. Боровская площадка расположена на севере области вблизи Новой Москвы и окружена наукоемкими производствами, лабораториями, инженерными центрами и крупным логистическим терминалом [7].

Еще одним важным аспектом, делающим Калужскую область привлекательной для инвестиций, является наличие высококвалифицированной рабочей силы. Регион имеет динамично развивающуюся, по мнению областного министерства образования и науки [4], систему образования, включающую вузы, техникумы и колледжи, которые готовят специалистов в различных областях. Это позволяет компаниям быстро находить необходимых работников и обеспечивать продуктивную деятельность.

Инвестиционная привлекательность Калужской области также обусловлена благоприятным инвестиционным климатом и наличием различных мер поддержки для инвесторов. Региональные власти активно работают над улучшением делового окружения, предоставляют налоговые льготы и субсидии, помогают в оформлении разрешительной документации и решении других организационных вопросов. Это позволяет инвесторам чувствовать себя защищенно и комфортно при реализации своих проектов.

В Калужской области существуют некоторые налоговые льготы, введенные региональными органами власти [1]. По налогу на имущество организаций льготы установлены Законом Калужской области от 10.11.2003 № 263-ОЗ «О налоге на имущество организаций» в виде полного освобождения от налогообложения, в виде понижения налоговой ставки, в виде уменьшения налоговой базы, в виде уменьшения исчисленной суммы налога на сумму расходов, а также на 50 процентов в отношении отдельных видов имущества. Льготы по налогу на прибыль организаций установлены Законом Калужской области от 24.06.2008 № 439-ОЗ «О понижении налоговой ставки налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет, для инвесторов в сфере агропромышленного комплекса» - в виде пониженной налоговой ставки в размере 13,5 процента для организаций, осуществляющих вложения в сельскохозяйственное производство на территории Калужской области в форме вкладов (дополнительных вкладов) в уставные (складочные) капиталы сельскохозяйственных организаций, приобретения акций сельскохозяйственных организаций, паевых взносов, безвозмездной передачи имущества (в том числе денег) в собственность сельскохозяйственным организациям. Законом Калужской области от 29.12.2009 № 621-ОЗ «О понижении налоговой ставки налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет, для отдельных категорий налогоплательщиков и об установлении права на применение инвестиционного налогового вычета» в отношении отдельных категорий налогоплательщиков - в виде полного освобождения от уплаты налога, а также пониженной налоговой ставки.

Данные меры позволят поддерживать количество рабочих мест, продолжить реализацию инвестиционных проектов и обеспечить устойчивую деловую активность даже в условиях непростой экономической ситуации.

Результаты данных мер можно наблюдать через анализ динамики показателей, характеризующих инвестиционную привлекательность Калужской области с точки зрения производственного и финансового потенциала.

Таблица 1 – Динамика показателей характеризующих, инвестиционную привлекательность Калужской области с 2018 по 2023 гг.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
<i>Производственный потенциал</i>						
ВРП в текущих ценах, млрд. руб.	507,6	549,8	561,9	664,2	669,1	690
Темп роста ВРП, %	102,7	102,3	98,7	107,5	88,5	103,1
ВРП на душу населения, тыс. руб.	502,2	546,5	560,9	630,4	647,3	643,77
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	86,51	108,3	112	131,1	138,8	130,5
Доля инвестиций в ВРП, %	17,04	19,82	19,93	19,7	20,7	18,9
Интенсивность инвестиционной деятельности, тыс. руб./чел.	85,48	107,3	111,8	108,8	104,6	121,76
<i>Финансовый потенциал</i>						
Доходы консолидированного бюджета Калужской области, млрд. руб.	85,26	65,89	78,14	101,2	106,9	91,42
Расходы консолидированного бюджета Калужской области, млрд. руб.	73,73	71,12	87,07	98,9	91,72	91,38
Профицит (+)/дефицит (-) бюджета, млрд. руб.	11,53	-5,22	-8,93	2,27	15,19	0,04

Инвестиционная привлекательность Калужской области – это один из ключевых факторов, способствующих экономическому развитию региона. К числу преимуществ Калужской области можно отнести выгодное географическое положение, развитую инфраструктуру, а также квалифицированные трудовые ресурсы и успешный опыт реализации разнообразных инвестиционных проектов. Однако, существующие региональные проблемы – неравномерное развитие территорий субъекта, дефицит квалифицированных кадров, отток трудовых ресурсов в г. Москву [3], недостаточность собственной электрогенерирующей базы – и проблемы общенационального масштаба требуют адекватного и своевременного ответа для сохранения и повышения инвестиционной привлекательности.

Библиографический список

1. Приказ министерства финансов Калужской области от 26.08.2021 №274 «О результатах оценки бюджетной и социально-экономической эффективности предоставленных в 2020 году налоговых льгот и понижении ставки налога на прибыль организаций».
2. Конкурентоспособность региона: учебно-практическое пособие / Г.Ю. Гагарина, В.В. Безпалов, Н.А. Волобуев [и др.] ; под ред. Г. Ю. Гагариной. Москва : КноРус, 2021. 246 с.
3. Костина О.И. Инвестиционная политика Калужской области как направление обеспечения финансовой безопасности региона / О. И. Костина // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2020. № 1. С. 36-42.
4. Итоговый отчет министерства образования и науки Калужской области о результатах анализа состояния и перспектив развития системы образования за 2020 год [Электронный ресурс] URL: https://pre.admoblkaluga.ru/upload/minobr/konf/2019/vers_m.doc (дата обращения 20.03.2024)
5. Особая экономическая зона (investkaluga.com) [Электронный ресурс] URL: <https://investkaluga.com/ploschadki/osobaya-ekonomicheskaya-zona-lyudinovo/obschaya-informatsiya/> (дата обращения: 17.03.2024)
6. Портал правовой статистики [Электронный ресурс] URL: http://crimestat.ru/regions_chart_total (дата обращения: 16.03.2024)
7. Регионы России с самой напряженной экологической обстановкой: рейтинг «Если быть точным» (tochno.st) [Электронный ресурс] URL: <https://tochno.st/materials/regiony-rossii-s-samoi-napriazhennoi-ekologiceskoi-obstanovkoi-reiting-esli-byt-tochnym> (дата обращения: 17.03.2024)
8. Справка о состоянии минерально-сырьевой базы (rosnedra.gov.ru) [Электронный ресурс] URL: <https://www.rosnedra.gov.ru/data/Fast/Files/202104/92a3216f3bddfaff5acb1774eaf137a.pdf> (дата обращения: 16.03.2024)

9. Стратегия социально-экономического развития Калужской области до 2040 года [Электронный ресурс] URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/5620b6962625f388cdf9cff2b88f2f2d/proekt_strategii.pdf?ysclid=les9483ssx668803662 (дата обращения: 16.03.2024)

УДК 338.2

РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Богатов А.В., бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: *Костина О.И., к.э.н., доцент*
Калужский филиал Финуниверситета Калуга

Аннотация. В данной статье рассматривается важность обеспечения финансовой безопасности организации, как ключевого инструмента обеспечения расширенного воспроизводства на долгосрочную перспективу. В работе приведены основные положения финансовой безопасности, необходимости её обеспечения в современных экономических условиях. В статье также затрагиваются методы оценки финансовой безопасности, требования к специалисту по её обеспечению и угрозы, с которыми сталкивается организация в процессе своей деятельности.

Ключевые слова: Финансовая безопасность, финансовое состояние, экономическая нестабильность, экономические угрозы, экономическое развитие.

THE ROLE OF FINANCIAL SECURITY OF AN ORGANIZATION IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Bogatov A.V., bachelor degree of the 3rd year
Supervisor: *Kostina O.I. Candidate of Economics, Docent*
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article considers the importance of financial security of the organisation as a key tool for ensuring expanded reproduction in the long term. The paper summarises the main provisions of financial security, the need to ensure it in modern economic conditions. The article also touches upon the methods of financial security assessment, requirements to the specialist on its provision and threats faced by the organisation in the process of its activity.

Keywords: Financial security, financial condition, economic instability, economic threats, economic development.

Финансовая безопасность организации играет ключевую роль в ее устойчивом функционировании, особенно в условиях экономической нестабильности. Экономические кризисы, колебания курсов валют, инфляция и другие воздействия могут серьезно подорвать финансовое положение любой компании. Поэтому необходимость обеспечить стабильность и безопасность финансовых ресурсов становится критически важной для выживания и успешного развития бизнеса. В данном контексте управление финансами и осуществление финансового контроля становится неотъемлемой частью стратегии выживания и успеха организации.

Финансовая безопасность, как составляющая часть экономики, может рассматриваться на микро- и на макроуровне.

Так, на макроуровне финансовая безопасность – это такое состояние финансовой системы государства, которое позволяет обеспечить стабильный рост национальной экономики, адаптируясь к изменению внешних и внутренних факторов.

На микроуровне финансовая безопасность – это состояние финансовых отношений, которое позволяет организации формировать, распределять и использовать финансовые ресурсы, обеспечивая расширенное воспроизводство и создавая возможность противостоять как внутренним, так и внешним негативным факторам.

Факторы, негативно влияющие на финансовое состояние организации, называются угрозами финансовой безопасности. Внешние факторы нельзя изменить, но к ним нужно адаптироваться, разрабатывая мероприятия по защите финансового состояния. Внутренние факторы возникают непосредственно в самой организации.

К внешним факторам относятся:

- 1) Экономический кризис
- 2) Политическая нестабильность
- 3) Ужесточение денежно-кредитной политики

- 4) Нехватка инвестиций
- 5) Высокая инфляция
- 6) Природные катастрофы
- 7) Войны

К внутренним факторам относятся:

- 1) Неправильная политика организации в отношении финансового планирования
- 2) Низкая ликвидность активов
- 3) Недостаток инвестиций в основные средства
- 4) Низкая квалификация работников
- 5) Утечка информации, которая может ухудшить финансовое положение организации

Таким образом, финансовая безопасность затрагивает все аспекты деятельности организации, поэтому её сохранение на высоком уровне необходимо для обеспечения конкурентоспособности. Поэтому специалист по финансовой безопасности должен обладать высокой квалификацией, чтобы не допускать ошибок, которые могут ослабить финансовое положение организации.

Главная задача специалиста по финансовой безопасности заключается в обеспечении устойчивого и долгосрочного развития предприятия. Он должен также:

- 1) Обеспечить организацию необходимым количеством финансовых ресурсов для расширенного воспроизводства
- 2) Своевременно выявлять «слабые места» компании и создавать мероприятия по их устранению
- 3) Управлять рисками организации
- 4) Прогнозировать финансовые кризисы и разработать методы по адаптации к ним

Существует несколько аналитических методик, которыми пользуются специалисты для своевременного выявления потенциальных угроз финансовому состоянию организации.

Метод оценки динамики основных показателей заключается в сравнении значений определенных индикаторов текущего года с их значениями за предыдущие периоды. Такими индикаторами могут служить показатели инфляции, рентабельности и т.д.

Метод оценки пороговых значений заключается в сравнении фактических значений индикаторов финансовой устойчивости с их нормативными значениями.

Метод среднеотраслевых индикаторов позволяет оценить финансовое состояние организации, сравнивая показатели деятельности организации со среднеотраслевыми значениями этих показателей. Данный метод учитывает не только внутренние факторы организации, но и специфику отрасли, в которой она функционирует.

SWOT-анализ позволяет оценить всю организацию в целом, выявляя её сильные и слабые стороны, возможные риски и возможности для развития, на основе чего строится стратегия и тактика компании.

Для обеспечения финансовой безопасности необходимо постоянно отслеживать динамику определенных показателей. К ним относятся:

- Показатели финансовой независимости
- Показатели состояния оборотных средств
- Показатели состояния основных средств
- Показатели ликвидности
- Показатели платежеспособности
- Показатели рентабельности

Каждая группа данных показателей затрагивает определенную сферу деятельности организации, поэтому необходим комплексный подход в оценке их динамики, чтобы получить полноценный взгляд на тенденцию развития бизнеса.

Расчет данных показателей позволит сделать вывод о финансовом состоянии организации, которое может быть нормальным, предкризисным, кризисным и критическим.

Нормальный уровень финансовой безопасности говорит о том, что все значения данных показателей приближены к нормативам. В таком случае предпринимать никаких мер не нужно.

Предкризисный уровень отражает ситуацию, при которой часть показателей отклоняется от нормы в худшую сторону, однако большинство показателей в норме. Необходимо разработать комплекс мероприятий по улучшению «слабых мест» организации.

Кризисный уровень – Большинство показателей не соответствуют норме, организация испытывает проблемы с производством, происходит спад деловой активности. В данном случае необходимы радикальные меры по устранению факторов, ухудшающих положение организации.

Критический уровень – значения всех показателей в значительной степени хуже нормы, организация теряет платежеспособность – происходит процедура банкротства.

В современных условиях, организации могут столкнуться с проблемой экономической нестабильности в стране. Многие макроэкономические факторы затрудняют деятельность компаний на рынке. Нестабильность экономики Российской Федерации на данном этапе обусловлена следующими причинами:

- 1) Высокие темпы инфляции
- 2) Экономические санкции, затрудняющие поставки материалов, экспорт товаров российских производителей за рубеж, операции с отдельными финансовыми инструментами и т.д.
- 3) Отсутствие согласованности отдельных направлений денежно-кредитной политики
- 4) Повышенная стоимости банковского кредита, как основного источника заемного финансирования деятельности организаций.

В случае возникновения любых угроз финансовому состоянию организации, необходимо разработать действия по их устранению. Для этого менеджер должен:

- 1) Обеспечить стабильное превышение доходов организации над её расходами
- 2) Сохранять платежеспособность и кредитоспособность в условиях допустимого риска
- 3) Диверсифицировать финансовые вложения, т.е. размещать денежные средства в различные активы для минимизации потерь
- 4) Разработать финансовый план, отвечающий потребностям компании

Обеспечить высокий уровень квалификации своих работников

Таким образом, хороший уровень финансовой безопасности организации позволяет ей сохранять стабильность даже в условиях экономических потрясений. Несмотря на то, что организация не в силах изменить внешние факторы, влияющие на ее финансовое состояние, с помощью грамотно разработанных мер она может к ним адаптироваться. В свою очередь внутренние факторы, угрожающие финансовой безопасности организации должны быть своевременно выявлены и устранены. В процессе обеспечения финансовой безопасности, организация одновременно становится устойчивее и перспективнее для дальнейшего развития.

Библиографический список

1. Гарбуниа Н.Г., Корелин К.В. Экономическая безопасность предприятия и управление рисками // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 4 (94). С. 79–81.
2. Ершов Ю.О. Повышение финансовой устойчивости как фактор экономической безопасности предприятия / Ю. О. Ершов, С. А. Поваров. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2022. № 19 (414). С. 178-180.
3. Коновалова Т. А. Финансовая безопасность предприятия и пути ее обеспечения / Т. А. Коновалова, А.Р. Нигматулина. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2022. № 48 (443). С. 273-275.
4. Манохина Н.В. Экономическая безопасность: учеб. Пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 295 с.
5. Финансовый менеджмент : учебник / В.И. Авдеева, О.И. Костина, Н.Н. Губернаторова. 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : КНОРУС, 2019. 428с.

УДК 332.12

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ РОССИИ

*Восканян М.Х., Харитоновна Е.А., бакалавр 2-ого курса
Научный руководитель: Суслыкова О.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Данная статья направлена на исследование нового финансового инструмента - цифрового рубля Центрального Банка Российской Федерации (ЦБ РФ): рассмотрены причины внедрения цифрового рубля, суть этого актива, проанализированы риски и выгоды, а также возможные последствия при переходе на цифровой рубль.

Ключевые слова: цифровой рубль, деньги, национальная платежная система.

INTRODUCTION OF DIGITAL CURRENCY BY THE CENTRAL BANK OF RUSSIA

*Voskanyan M.H., Kharitonova E.A., Bachelor of the 2nd year
Supervisor: Suslyakova O.N., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article is aimed at researching a new financial instrument - the digital ruble of the Central Bank of the Russian Federation (CBR): the reasons for the introduction of the digital ruble, the essence of this asset, the risks and benefits, as well as possible consequences of the transition to the digital ruble are considered.

Keywords: digital ruble, money, national payment system.

В октябре 2020 года Центральный банк России представил для общественного обсуждения доклад о внедрении «Цифрового рубля». Эта новая форма валюты представлена уникальным цифровым кодом, который будет храниться на персональных электронных кошельках, открытых в системе платежей Банка России и являющихся его обязательствами. Передача цифрового рубля между пользователями будет осуществляться путем перемещения цифрового кода с одного электронного кошелька на другой [5].

Эксперты очень высоко оценивают преимущества появления нового цифрового актива. С одной стороны, введение цифрового рубля позволит сохранить некоторые черты традиционных банкнот, так как каждая единица будет иметь уникальный цифровой код, аналогичный серии и номеру бумажной купюры, и будет выпускаться Центральным банком России. С другой стороны, за счёт своей цифровой формы цифровой рубль будет обладать характеристиками электронных денег, не требующих физического носителя. Это откроет новые возможности для проведения платежей и расчетов на расстоянии. В случае успешной реализации проекта цифровой рубль объединит преимущества как наличных, так и электронных средств платежа.

Введение цифрового рубля откроет новые возможности для электронных платежей, которые будут функционировать так же, как и безналичные операции. Помимо этого, его применение будет возможно и без подключения к интернету. Цифровой рубль станет доступен каждому участнику рынка и будет функционировать параллельно с наличными и безналичными средствами, выполняя ключевые функции денежной единицы: как средство обмена, мерило ценности и инструмент для накопления.

Стоит подчеркнуть, что каждая из трех видов российской валюты – цифровой рубль, наличные и безналичные средства – будет полностью идентичным по стоимости. Это означает, что стоимость одного цифрового рубля будет соответствовать стоимости одного наличного или безналичного рубля.

В настоящее время активное развитие цифровых технологий неустанно повышает планку к стандартам скорости и надежности платежных операций, а также к оптимизации и трансформации покупательских привычек людей по всему земному шару. Снижение активности применения бумажных денег, стремительное распространение цифровых валют, включая те, что не имеют поддержки и централизованного источника, ставит перед руководством государств и главными банками ключевых стран серьезные задачи. Это стимулирует их усилия по созданию национальных цифровых валют и готовность к реализации инфраструктуры, которая гарантирует бесперебойное и четкое функционирование нового электронного вида денег, укрепляющего стабильность и надежность финансовой системы в целом.

Также в рамках "Стратегии экономической безопасности России до 2030 года" ключевым направлением государственной стратегии является продвижение цифровых технологий, которые способствуют укреплению позиций России на мировых рынках и формируют экономическую базу для разработки и внедрения передовых технологий, стимулирующих инновационный прогресс [1]. Однако с февраля 2022 года российская экономика столкнулась с новыми условиями, связанными с экономическими санкциями со стороны иностранных государств, что стало серьезным испытанием для ее стабильности как на краткосрочной, так и на долгосрочной основе. В свете этих обстоятельств, разработка национальной цифровой валюты должна выполнять ряд определенных задач. Государство определяет главными задачами цифровой валюты:

- борьбу с теневой экономикой, в силу того, что цифровой рубль позволит контролировать денежные потоки более эффективно, что поможет снизить уровень неформальной экономики и бороться с коррупцией,

- снижение затрат на проведение денежных операций, что позволит сократить издержки на обслуживание наличных денег и уменьшить риски, связанные с их хранением и перевозкой,

- повышение эффективности денежного оборота, так как цифровой рубль позволит сократить время на проведение платежей, упростить процедуру перевода денег и сделать ее более удобной для пользователей,

- повышение безопасности денежных операций за счёт того, что цифровой рубль обеспечит более надежную систему хранения и обмена денежными средствами, что поможет уменьшить риски мошенничества и кибератак. Из этого вытекают благоприятные последствия для развития финтех-

индустрии, так как возникает дополнительное стимулирование инноваций в сфере услуг и технологий.

Введение национальной цифровой валюты обеспечивает ряд выгод не только для организаций, но и для обычного населения. К ряду таких выгод можно отнести:

- удобство и скорость платежей, ведь при помощи цифрового рубля и граждане и компании могут осуществлять финансовые операции напрямую, минуя посещение банков и обменных бюро,
- экономию на операционных издержках в следствие того, что принятие цифрового рубля на вооружение позволит сократить операционные издержки как для частных лиц, так и для организаций,
- повышение безопасности и надёжности, прозрачность проводимых операций.

Однако имеются и риски. Преимущественно рисковать при внедрении цифровой валюты Центральным банком будут коммерческие банки, поскольку это может привести к быстрому оттоку средств. Если клиенты начнут активно хранить свои деньги в электронном кошельке Центрального банка, это может негативно сказаться на прибыли банковского сектора, что приведет к уменьшению их доходов. Следует также учитывать, что, несмотря на стремительное развитие новых технологий, электронные деньги подвержены риску хакерских атак и взлома систем, что может привести к краже средств и утечке личной информации. Также стоит отметить, что причина, по которой введение цифровой валюты можно назвать рискованной затеей, является потеря анонимности. Цифровой рубль не является деньгами в привычном смысле, а индивидуальным кодом, который уничтожает анонимность расчётов населения.

Анализируя все возможные риски и выгоды, ряд стран пытаются выбрать правильную тактику внедрения цифровой валюты для её успешного применения в экономике. Несмотря на то, что большинство стран мира активно поддерживают создание собственной национальной валюты, запущена она только в трёх - это Нигерия, Ямайка и Багамские острова. Сейчас местной цифровой валютой уже можно оплачивать покупки и совершать различного рода финансовые операции. В настоящее время четыре страны находятся на стадии пилотирования цифровой валюты центробанков - это Индия, Китай, Гана и Уругвай. Причем, по мнению экспертов, дальше всех продвинулся проект цифрового юаня. В этой стране уже давно интегрированы цифровые платежные системы, такие как Alipay и WeChat Pay. В июле прошлого года руководитель Центрального банка Китая сообщил, что в стране уже открыто свыше 120 миллионов электронных кошельков, при этом объем операций с ними составил 1,8 триллиона юаней.

Семнадцать государств, среди которых Бразилия, Гонконг, Иран, Турция, Швеция, Южная Корея и Япония, находятся в процессе испытаний своих технологий для цифровых валют. Более пятидесяти стран сейчас рассматривают вопрос о внедрении цифровых национальных валют, включая Вьетнам, Египет, Индонезию, Объединенные Арабские Эмираты, Соединенные Штаты, Южную Африку и страны еврозоны. Однако некоторые государства приостановили свои планы по разработке цифровых валют или полностью отказались от них, в числе которых Дания, Кения, Сингапур, Филиппины, Финляндия и Эквадор. Так, в Дании заметили, что потенциальные преимущества от внедрения цифровой валюты центрального банка для частных лиц и компаний не смогут перевесить возникающие затруднения. В Кении такой проект был признан неактуальным, утверждая, что проблемы в сфере платежей можно решать с помощью других инновационных методов [2].

В январе 2024 года глава комитета Госдумы по финансовому рынку Анатолий Аксаков объявил о том, что в наступившем году цифровой рубль планируется применить на практике в отдельных видах бюджетных расходов. Основная сфера, в которой планируется проводить использование цифровой валюты - социальная. В частности это социальные выплаты для граждан, субсидии, ассигнования, также в частности подобный эксперимент может быть проведён и на различного рода инфраструктурных проектах. По заявлению Аксакова в первый этап тестирования цифровой валюты проходит в одиннадцати городах с участием тринадцати банков. На данный момент круг участников эксперимента ограничен - около 600 физических лиц и 30 торгово-сервисных предприятий, однако к концу года, на следующем этапе, перечень участников и тестируемых операций будет расширяться. Внедрение в массовый оборот цифрового рубля планируется только после завершения тестирования, то есть не ранее 2025 года [4].

Мнения экономистов относительно внедрения цифровой валюты расходятся, многие прогнозируют негативный результат данного эксперимента. Главными причинами они выделяют факт того, что у государства нет достаточного опыта в создании подобных площадок и управлении ими, а так же высокую вероятность утечки данных пользователей, поскольку пока что уровень развития цифровой безопасности в стране не может обеспечить достаточную защиту. Но также

нельзя отрицать и позитивные последствия, к числу которых относят обеспечение прозрачности движения средств, повышение контроля за использованием бюджетных средств и снижение влияния недружественных стран. При благоприятном завершении эксперимента Россия станет пятой страной, успешно прошедшей стадию пилотирования цифровой валюты, а со следующего года третьей страной, применяющей цифровую валюту в массовом обороте.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ «Стратегия экономической безопасности России до 2030 года»// СПС КонсультантПлюс
2. Ситник А. А. Цифровые валюты центральных банков // Вестник Университета им. О.Е. Ку-тафина (МГЮА). 2020. № 9. С. 180-186.
3. Грищенко В. // Фиатные деньги. Аналитическая записка. Банк России. 2019. С. 21.
4. Свинова Е., Интервью с главой комитета Госдумы по финансовому сектору Анатолием Аксаковым // Русская Газета URL: <https://rg.ru/2024/01/10/deputat-aksakov-v-2024-godu-cifrovoj-rubl-protestiruiut-v-otdelnyh-vidah-biudzhetyh-rashodov.html> (дата обращения 05.03.2024)
5. Официальный сайт Центрального Банка России. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 03.03.2024)

УДК 37:332.14

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ: ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Голиков Н.Е., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: О.И. Костина, кандидат экономических наук, доцент,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Данная статья исследует важность финансового образования в контексте обеспечения будущего молодежи и устойчивого развития региона, такого как Калужская область. Финансовая грамотность молодого поколения сыграет ключевую роль в формировании их финансовых навыков и понимания, что, в свою очередь, способствует экономическому прогрессу и устойчивости региона. В статье рассматриваются методы и подходы к развитию финансового образования среди молодежи, включая вовлечение образовательных учреждений, государственных учреждений и частного сектора. Анализируются существующие проблемы и вызовы, стоящие перед развитием финансового образования, а также предлагаются стратегии и рекомендации для обеспечения эффективного и структурированного финансового образования молодежи в Калужской области. Подчеркивается, что инвестирование в финансовое образование молодежи не только способствует их личному развитию, но также является ключевым фактором для обеспечения будущего экономического процветания и устойчивого развития Калужской области в целом.

Ключевые слова: Финансовое образование, молодежь, Калужская область, перспективное будущее, устойчивое развитие, рациональное использование, личные финансы, финансовые рынки, карьерный рост, качество жизни.

DEVELOPMENT OF FINANCIAL EDUCATION FOR YOUNG PEOPLE: ENSURING A PROMISING FUTURE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE KALUGA REGION

Golikov N.E., Bachelor of the 2nd year Scientific

*Supervisor: O.I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. This article explores the importance of financial education in the context of ensuring the future of youth and sustainable development of a region such as the Kaluga Region. The financial literacy of the younger generation will play a key role in shaping their financial skills and understanding, which, in turn, contributes to the economic progress and sustainability of the region. The article discusses methods and approaches to the development of financial education among young people, including the involvement of educational institutions, government agencies and the private sector. The existing problems and challenges facing the development of financial education are analyzed, and strategies and recommendations are proposed to ensure effective and structured financial education for young people in the Kaluga region. It is emphasized that investing in financial education of young people not only contributes to their personal development, but is also a key factor for ensuring future economic prosperity and sustainable development of the Kaluga Region as a whole.

Keywords: Financial education, youth, Kaluga region, promising future, sustainable development, rational use, personal finance, financial markets, career growth, quality of life.

В нашей области немало делается для закрепления молодежи. Сегодня молодые люди заняты во многих сферах производства. И от того, насколько экономически и финансово грамотны они будут, зависит дальнейшее развитие нашего региона.

В 2017 году была принята «Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 – 2023 годы». За это время в регионах, в том числе в Калужской области, были разработаны собственные программы повышения финансовой грамотности, сформирована образовательная инфраструктура, созданы специальные информационные ресурсы, подготовлена методологическая база.

Стратегия была направлена на охват финансовым образованием различных целевых аудиторий населения Российской Федерации - обучающихся образовательных организаций, профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования, предпринимателей, граждан с низким и средним уровнем доходов, граждан пенсионного и предпенсионного возраста и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Финансовая грамотность стала обязательной для изучения в 1-9 классах в прошлом учебном году. Ее элементы включены в математику, обществознание, географию, ОБЖ и окружающий мир. В помощь учителям были разработаны различные материалы, которые использовались при подготовке к урокам. Более 100 тематических заданий по финансовой грамотности опубликованы на образовательной платформе «Моя школа», которая уже доступна во многих средних общеобразовательных учреждениях области.

Учителя обществознания прошли тематический курс повышения квалификации, который разработали специалисты Центрального Банка и Академии Минпросвещения России.

При Калужском государственном институте развития образования было создано структурное подразделение «Региональный центр финансовой грамотности». В его задачи входило и входит: организация и проведение образовательных и просветительских мероприятий; реализация программ повышения квалификации по финансовой грамотности для педагогов Калужской области; выявление и распространение лучших практик образовательных организаций области по повышению финансовой грамотности обучающихся; организация и проведение вебинаров, круглых столов, семинаров, конференций, мастер-классов и иных мероприятий по актуальным вопросам повышения финансовой грамотности для отдельных целевых групп населения области; взаимодействие с органами государственной власти и общественными организациями, финансовыми институтами, средствами массовой информации, другими учебными заведениями по вопросам развития финансовой грамотности среди населения.

Для реализации Стратегии на территории области Отделение по Калужской области ГУ Центрального банка Российской Федерации по ЦФО совместно с органами исполнительной власти Калужской области проводило и проводит активную работу по финансовому просвещению населения. Подписано Соглашение о взаимодействии с Министерством образования и науки, Министерством труда и социальной защиты, Министерством культуры и Министерством экономического развития Калужской области, был разработан план мероприятий по реализации Соглашения.

В рамках этого соглашения все стороны проводили мероприятия по развитию финансовой грамотности. Так, например, Сбербанк организовал онлайн-курсы о налогах, инвестировании и управлении финансами, обучающий курс по кибербезопасности. Заслуживает внимания совместный проект Сбербанка и Минэкономразвития РФ для начинающих и опытных предпринимателей.

Министерство финансов совместно с союзом промышленников и предпринимателей реализует инициативы по проведению бесплатных мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности взрослого населения на рабочих местах.

Министерство труда на своем ресурсе размещает много статей, расчетов, калькуляторов доходов, инфляции, каталогов и другой информационной продукции.

На портале МОИФИНАНСЫ.РФ размещены цифровые показатели о проведенных мероприятиях в Калужской области. Там, частности, указано, что за эти годы только для системы СПО было подготовлено за счет средств регионального бюджета более 2 тысяч преподавателей. Подготовкой консультантов-методистов занимался и Финуниверситет.

60-70% обучающихся школ и студентов колледжей области приняли участие в различных мероприятиях: во всероссийских и региональных олимпиадах, конкурсах, онлайн-уроках и т.д. В печатных и интернет СМИ было опубликовано около 1,5 тысяч материалов, вышло более 100

телепередач на областных телеканалах. Тираж буклетов по финансовой грамотности превысил 50 000 штук.

Организовано движение волонтеров финансового просвещения, среди которых и студенты нашего филиала.

Замеры, которые проводились по заказу мегарегулятора – Банка России (Центробанк, ЦБ) – показали рост индекса финансовой грамотности населения до 54 баллов (из 100 возможных). Выросла доля людей, имеющих подушку безопасности (с 37% до 47%), а также тех, кто регулярно делает сбережения (с 27% до 32%). Более половины россиян знают, куда обращаться за защитой финансовых прав. В целом выросла доля людей с относительно высоким уровнем финансовой грамотности: с 34% до 39%.

Однако, согласно опросу, проведенному в 2022 году при участии автономной некоммерческой организации "Международный учебно-методический центр финансового мониторинга", каждый второй молодой россиянин в возрасте от 14 до 35 лет (53%) считает, что ему не хватает знаний об основах финансовой безопасности, чтобы защитить себя от мошенничества, других рисков потери денег, 87 процентов россиян моложе 35 лет заявляют о желании повысить

Поэтому принятие нового документа - Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года – вполне оправданно. В октябре 2023 года правительство РФ своим Распоряжением утвердило разработанную совместно с Банком России и одобренную Советом директоров Банка России Стратегию повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. В ней были определены

Цели ставятся, действительно, грандиозные. Так, например, уровень внедрения финансовой грамотности в систему образования должен достичь 60% вместо 38% все учащиеся школ и системы среднего профобразования должны изучать основы финансовой грамотности, 20% педагогов обязаны пройти курсы повышения квалификации по данной тематике, все субъекты РФ должны иметь региональные центры финансовой грамотности, информационные ресурсы. И как один из результатов – все субъекты должны реализовывать практики инициативного бюджетирования, иные практики.

Безусловно, то, что уже наработано, будет и далее активно использоваться, и совершенствоваться. Но в новом документе ставятся и новые задачи, определены новые направления. Одним из них является переход от финансовой грамотности как набора знаний, умений и навыков к финансовой культуре, которая включает в себя ценности, установки и поведенческие практики, определяет качество использования гражданами финансовой грамотности.

Поэтому одним из индикаторов реализации Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года станет индекс развития финансовой культуры населения. Первый «пилотный» замер индекса планируется провести в первом полугодии 2024 года. При «пилотном» замере будут учтены: умение граждан управлять личными финансами, осознанность в принятии финансовых решений и сопутствующих рисков, а также проактивная позиция в отношении своего финансового поведения. Индекс также будет учитывать и уровень закредитованности населения, участие граждан в приобретении страховых продуктов и формировании долгосрочных сбережений.

Есть и другие новшества. Во исполнение новой Стратегии Банк России, Минфин и Минобрнауки России обсудили взаимодействие в проекте новой модели высшего образования и участие в нем компаний финансовой отрасли. Вузы-участники пилота – должны будут трансформировать свои образовательные программы с учетом потребностей финансового сектора. Это позволит выпускникам стать более востребованными на рынке труда, а компаниям – получить квалифицированные кадры.

Планируется создать новый просветительский проект, который объединит мероприятия Минфина России, регионов и федеральных методических центров под единым брендом Всероссийской просветительской эстафеты «Мои финансы». Как предполагается, это позволит дойти до каждого муниципалитета, до каждого поселения, до каждого человека вне зависимости от его места жительства и передать необходимые знания в области финансовой грамотности, которые помогут людям принимать взвешенные решения, правильно составлять личный и семейный бюджет, выявлять признаки финансового мошенничества.

Весьма серьезным был и остается вопрос обеспечения кибербезопасности. Не секрет, что в стране растет число мошеннических действий с использованием цифровых технологий, увеличивается количество нелегальных участников финансового рынка и "финансовых пирамид", осуществляющих деятельность посредством информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет". Поэтому обеспечение финансовой кибербезопасности должно быть в приоритете на ближайшие годы. Население, и в первую очередь, молодежь, должны владеть методами управления киберрисками, уметь защищаться от атак злоумышленников в отношении цифровых финансовых технологий.

Серьезной работы требует повышение финансовой грамотности среди молодежи, занимающейся предпринимательской деятельностью: следует обучать представителей микро- и малого бизнеса, индивидуальных предпринимателей и плательщиков налога на профессиональный доход навыкам правильного отношения к финансам в рамках предпринимательской деятельности; взаимодействовать с объединениями, представляющими бизнес, и бизнес-сообществами по вопросам финансовой грамотности и финансовой культуры.

Одним из индикаторов выполнения Стратегии станет реализация практик инициативного бюджетирования. Она уже положительно зарекомендовала себя во многих субъектах, в том числе и в Калужской области. Если в 2018 году в нашем регионе было всего 54 проекта, то в 2022 - уже 305, то есть почти в 6 раз больше. Практика бюджетирования включила в себя такие направления, как «Благоустройство», «Спорт», «Автомобильные дороги» и др. Это позволило отремонтировать дороги, тротуары, пешеходные переходы, остановки, оборудовать детские игровые и спортивные площадки, сохранить культурное наследие (Рисунок 1).

Эта практика используется очень активно. Зачинателями и участниками являются молодые предприниматели, спонсоры, которым небезразличны вопросы формирования комфортной среды, дальнейшее развитие территории, на которой они проживают.



Программа поддержки местных инициатив Калужской области

В 2022 году победителями конкурсного отбора стало 241 муниципальное образование. Общая стоимость реализуемых проектов составляет 308,1 млн. рублей.

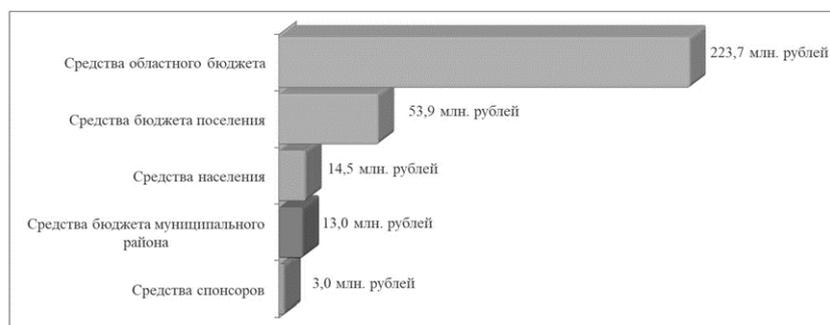


Рисунок 1. Программа поддержки инициатив Калужской области

В 2023 году в регионе стартовало новое направление – реализация школьных инициатив.

Это практика вовлечения учащихся 9-11 классов общеобразовательных организаций, находящихся в ведении органов местного самоуправления муниципальных образований Калужской области, в принятие бюджетных решений.

Целями данного направления являются: обновление материально-технической базы учебных заведений, повышение финансовой грамотности школьников, формирование навыков управления личными финансами и понимание основ бюджетного процесса муниципального образования и страны в целом, развитие самостоятельного

Вопросы правового регулирования в сфере школьных инициатив в Калужской области установлены постановлением Правительства Калужской области от 25.01.2023 N 50 «Об утверждении Положения о порядке предоставления и распределения бюджетам муниципальных образований Калужской области субсидий на реализацию школьных инициатив» и приказом министерства финансов Калужской области от 21.02.2023 N 54 «О реализации постановления Правительства Калужской области от 25.01.2023 N 50 «Об утверждении положения о порядке предоставления и распределения бюджетам муниципальных образований Калужской области субсидий на реализацию школьных инициатив»»

Поддержка инициативных проектов предусматривает выделение на конкурсной основе субсидий из областного бюджета на реализацию школьных инициатив бюджетам

Согласно данным Министерства финансов Калужской области в 2022 году в установленные нормативными документами сроки на конкурсный отбор было представлено 132 инициативных проекта. 106 проектов из 19 муниципальных районов и 2 городских округов признаны победителями.

Общая стоимость данных проектов составила 57,5 млн. рублей, в том числе средства областного бюджета - 49,8 млн. рублей, или 86,7% от общей стоимости проектов, средства местных бюджетов – 7,0 млн. рублей (12,1%), вклад спонсоров – 0,7 млн. рублей (1,2%).

В соответствии с методикой оценки школьных инициатив произведена балльная оценка представленных проектов. Победителями признаны образовательные учреждения, набравшие от 22 до 28 баллов (максимально возможный балл). Максимальный размер субсидии из областного бюджета Калужской области на 1 проект – 500,0 тыс. рублей.

В областном бюджете на 2023 год и плановый период 2024-2025 годов на указанные цели предусмотрено 50,0 млн. рублей ежегодно.

Таким образом, на ближайшие годы необходимо значительно усилить информационно-просветительскую и образовательную деятельность; готовить кадры в сфере финансовой грамотности; взаимодействовать с финансовыми организациями и бизнесом; с гражданским обществом, некоммерческими организациями; развивать практики инициативного бюджетирования, иных практик, а также обеспечивать открытость бюджетной информации.

При этом, особое внимание следует обратить на молодежь, на подрастающее поколение, потому что именно от них зависит будущее региона и страны. Финансовая грамотность всех слоев населения и молодежи в особенности является надежным залогом эффективного развития каждого региона, муниципалитета, населенного пункта. Ставка на финансово и экономически грамотную молодежь позволит обеспечить выполнение этой главной задачи.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.10.2023 г. № 2958-р «Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года» URL: <https://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-pravitelstva-rf-ot-24102023-n-2958-r-ob-utverzhenii/> (дата обращения 10.03.2024).
2. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Сайт «Официальное опубликование правовых документов» [Текст]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012> (дата обращения 11.03.2024).
3. 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.
4. Сусякова О.Н., Матчинов В.А., Моисеева И.Г. Определение уровня финансовой грамотности в области финансовой безопасности школьников Калужской области // Самоуправление. 2022. № 5(133). С. 759-764.
5. Финансовая грамотность учащихся средних и старших классов общеобразовательных организаций Калужской области / Матчинов В.А., Сусякова О.Н., Моисеева И.Г. Калуга. 2021. 87 с.
6. Финансовая безопасность и основные способы защиты от финансовых мошенников. Учебное пособие / Матчинов В.А., Моисеева И.Г., Сусякова О.Н. Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»). 2022. 96

УДК 336.58

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Горохова К.В. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.п.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга

Аннотация. В данной статье рассматривается государственная поддержка высшего образования и научно-исследовательской деятельности в Калужской области. Авторы анализируют актуальные программы, проекты и инициативы, реализуемые на региональном уровне, а также оценивают их эффективность в контексте развития науки и образования.

Ключевые слова: бюджет, областной бюджет, финансирование, органы власти, стандарт WorldSkills.

STATE SUPPORT FOR HIGHER EDUCATION AND RESEARCH ACTIVITIES IN THE KALUGA REGION

Gorokhova K.V. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: *Kostina O.I., Candidate of Pedagogical sciences, Associate Professor*
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. This article examines the state support for higher education and research activities in the Kaluga region. The authors analyze current programs, projects and initiatives implemented at the regional level, as well as evaluate their effectiveness in the context of the development of science and education.

Keywords: budget, regional budget, financing, authorities, WorldSkills standard.

Государственное финансирование высшего образования является важным аспектом развития образовательной системы страны. Оно обеспечивает возможность обучения студентов, проведения научных исследований, обновления материально-технической базы учебных заведений. В условиях глобализации и быстрого развития технологий высшее образование становится все более значимым для экономического и социального прогресса государства. В данной статье мы рассмотрим основные направления государственного финансирования высшего образования по Калужской области. Для понимания сущности областного бюджета необходимо рассмотреть значение самого термина бюджет. Бюджет – план доходов и расходов на определенный период. В свою очередь бюджет разделяется на несколько видов:

1.1. Бюджеты семей, граждан

1.2. Бюджеты публично-правовых образований:

2.1. Российской Федерации (федеральный бюджет, бюджеты государственных внебюджетных фондов Российской Федерации)

2.2. Субъектов Российской Федерации (региональные бюджеты, бюджеты территориальных фондов обязательного медицинского страхования)

2.3. Муниципальных образований (местные бюджеты)

2.4. Бюджеты организаций

Областной бюджет является формой образования и расходования денежных средств в расчете на финансовый год, предназначенных для исполнения расходных обязательств соответствующего объекта. Областной бюджет формируется из:

1. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики.

2. Российской Федерации на очередной финансовый год и на плановый период.

3. Основные направления бюджетной и налоговой политики Калужской области на очередной финансовый год и на плановый период.

4. Прогноз социально-экономического развития Калужской области на очередной финансовый год и на плановый период.

5. Государственные программы Калужской области.

6. Региональные проекты, входящие в состав национальных проектов.

Согласно отчету Министерства финансов Калужской области, в 2021 году суммарно на все уровни образования было расходовано 18 465,1 млн. руб., в 2022 году – 21 933,9 млн. руб., в 2023 году – 29 751,3 млн. руб.

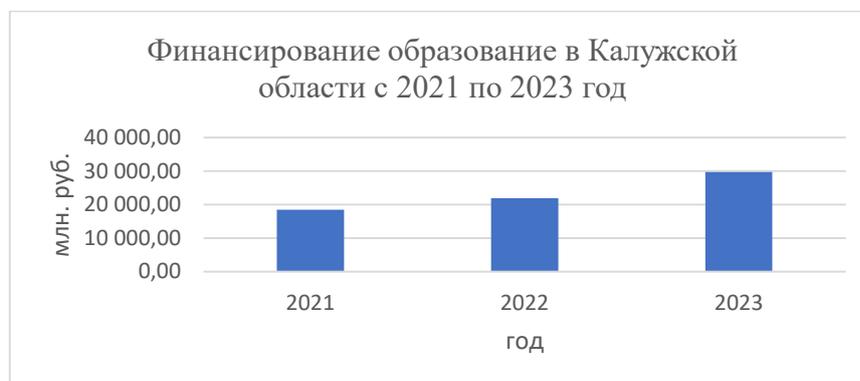


Рисунок 1. Финансирование образование всех уровней в Калужской области с 2021 по 2023 год.

Данные, представленные на рисунке 1, являются актуальными на данный момент времени, однако, с целью сохранения условий для эффективного развития системы профессионального образования, обеспечивающей подготовку квалифицированных кадров в соответствии с потребностями экономики Калужского региона, была разработана государственная программа Калужской области «Развитие профессионального образования и науки в Калужской области» на 2024 – 2030 годы, в один этап. Ответственным исполнителем государственной программы является Министерство образования и науки Калужской области в содействии с Министерством экономического развития и промышленности Калужской области [1].

Таблица 1 - Финансовое обеспечение направления государственной программы «Развитие профессионального образования и науки Калужской области»

Источники финансирования	Всего (млн.руб.)	В том числе по годам реализации						
		2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Направление "Образование"								
Всего	11830,516	1719,488	1721,172	1725,968	1666,222	1666,222	1666,222	1666,222
В том числе по источникам финансирования:								
средства областного бюджета	11651,621	1659,414	1661,098	1666,222	1666,222	1666,222	1666,222	1666,222
из них по:								
соисполнителям:								
Министерство образования и науки Калужской области (МОН КО)	11651,621	1659,414	1661,098	1666,222	1666,222	1666,222	1666,222	1666,222
средства федерального бюджета (при наличии)	178,895	60,074	60,074	58,746	–	–	–	–
из них по:								
соисполнителям:								
МОН КО	178,895	60,074	60,074	58,746	–	–	–	–

Перспективный анализ финансирования развития профессионального образования и науки в Калужской области показывает, что сумма, выделенная из средств областного бюджета, отведенного на разработанную программу будет не ниже заявленной на 2026 год (17255,97 млн. руб.). Всего до 2030 года планируют выделить порядка 12 млрд. руб. из областного бюджета.

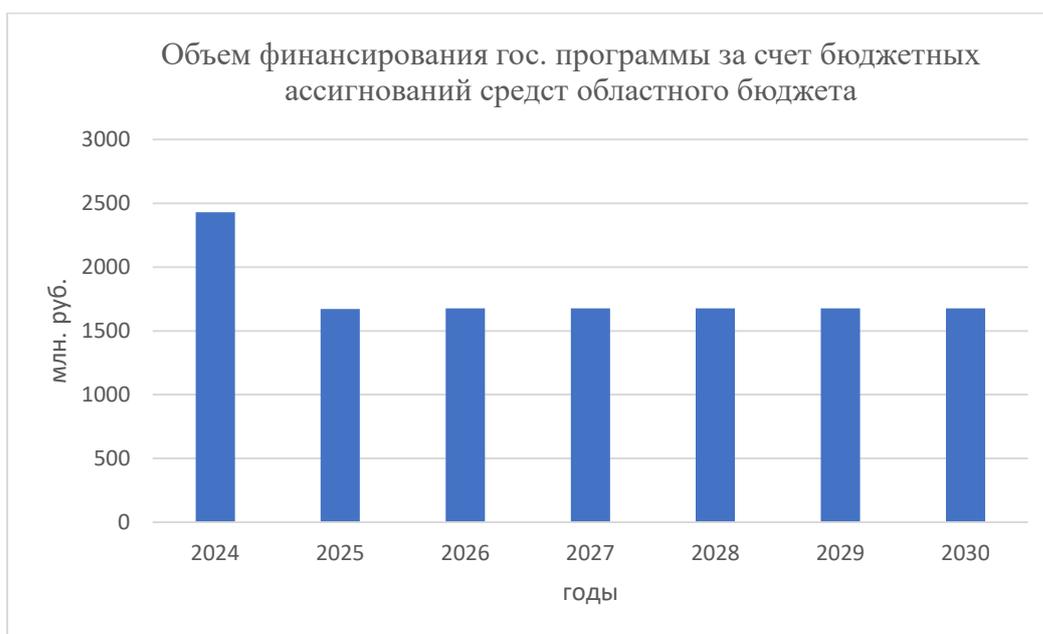


Рисунок 2. Объем финансирования государственной программы за счет бюджетных ассигнований средств областного бюджета

По рисунку 2 видно, что на период с 2024 года до 2026 года планируется выделить порядка 5776 млн рублей. После 2026 года на реализацию программ необходимо утвердить не менее 1675 млн. рублей в каждый из последующих годов.

Кроме областного бюджета, одним из источников финансирования являются средства местных бюджетов. На 2024 год было выделено порядка 2,090 млн. руб. На следующие года финансирование не распределено.

В формировании образовательного кластера Калужской области участвуют следующие муниципальные образования: г. Калуга, г. Обнинск, Боровский район, Жуковский район, г. Киров и Кировский район, Козельский район, г. Людиново и Людиновский район, Малоярославецкий район, Мосальский район, Тарусский район. Данная программа направлена на выявление и поддержку ученых, преподавателей и талантливой молодежи [2].

Основными индикаторами данной программы выступают количество выпускников образовательных организаций, реализующих программы СПО, продемонстрировавших уровень подготовки, соответствующий стандартам WorldSkills, и количество участников региональных конкурсов, организованных региональным профильным министерством. На рисунке 3 представлены индикаторы программы по годам реализации. За прошедшие годы реализации программы индикаторы выполняются на 100%. В 2021 г. индикатор «количество выпускников образовательных организаций, реализующих программы СПО, продемонстрировавших уровень подготовки, соответствующий стандартам WorldSkills» был выполнен на 134% что объясняется проведением аттестации в профессиональных образовательных организациях Калужской области в форме демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills Russia. Индикатор «количество участников региональных конкурсов, организованных министерством образования и науки Калужской области» был выполнен на 122,6%, что связано с количества компетенций Регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) Калужской области.



Рисунок 3. Индикаторы государственной программы «Развитие профессионального образования и науки Калужской области»

Достижению таких высоких показателей способствовала реализация Регионального проекта «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)» национального проекта «Образование» государственной программы РФ «Развитие образования». В 2021 г. Калужская область стала победителем в рамках реализации мероприятия «Государственная поддержка профессиональных образовательных организаций в целях обеспечения соответствия их материально-технической базы современным требованиям» федерального проекта «Молодые профессионалы» (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)»[3].

Также в 2024 году Государственная дума приняла проект федерального бюджета о том, что увеличится финансирование программ профессионального обучения участников СВО и членов их семей, женщин в декрете или с детьми до семи лет, пенсионеров и молодых специалистов. Общая сумма на три года – 18,6 млрд рублей [5].

На развитие техникумов, колледжей и расширение программы «Профессионалитет» направят 9 млрд рублей. Кроме того, 3 млрд выделяют на обучение школьников 8–10-х классов программированию – в следующем году обучат еще 140 тыс. детей.

Исходя из приведенных выше данных, можно сделать вывод, что на данном этапе развития области, государство стабильно выделяет бюджет на развитие профессионального обучения и научно-исследовательской деятельности, что даёт свои результаты среди обучающихся СПО и высшего профессионального образования, а также в направлениях научно-исследовательской деятельности. В будущем основным направлением развития образования в области станет застройка новых образовательных учреждений и традиционное финансирование оплаты труда

научной и профессиональной деятельности работников. В 2022 году на образование было выделено 4,5 млрд. руб., а в 2024 году порядка 16 млрд. руб., что говорит о тенденции увеличения бюджет сферы образования практически в 4 раза [4].

Библиографический список

1. Закон Калужской области №301-ОЗ о внесении изменений в Закон Калужской области "Об областном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов» - Законодательное Собрание 19 октября 2023 года.
2. Постановление №30 об утверждении государственной программы Калужской области «Развитие профессионального образования и науки в Калужской области» – 11 января 2024 года.
3. Приказ № 298 об утверждении направления «Образование» государственной программы Калужской области «Развитие профессионального образования и науки в Калужской области» .Министерство образования и науки Калужской области 11 марта 2024 года.
4. Весть News [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.vest-news.ru/news/185155> (дата обращения: 19.03.2024)

УДК 339.72.015

РОЛЬ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Зайцев М.С. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Авдеева В.И., к.э.н., профессор
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается сущность цифрового рубля как новой российской валюты. Проанализирована роль цифрового рубля в национальной экономической системе и в сфере национального денежного обращения. Выявлены преимущества и недостатки цифрового рубля, сделаны выводы об актуальности цифрового рубля в современных реалиях.

Ключевые слова: цифровой рубль, цифровая денежная валюта, наличные деньги, безналичные деньги, цифровизация, экономическая система.

THE ROLE OF THE DIGITAL RUBLE IN THE RUSSIAN ECONOMY: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Zaitsev M.S.. Bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Avdeeva V.I, Candidate of Economics, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the essence of the digital ruble as a new Russian currency. The role of the digital ruble in the national economic system and in the sphere of national monetary circulation is analyzed. The advantages and disadvantages of the digital ruble are revealed, conclusions are drawn about the relevance of the digital ruble in modern realities.

Keywords: digital ruble, digital currency, cash, non-cash money, digitalization, economic system.

Деньги всегда играли одну из самых важных ролей не только в жизни каждого отдельного человека, но и в рамках развития национальной и мировой экономических систем. И в первом, и во втором денежные средства являлись и до сих пор продолжают являться своеобразным стимулом для развития, предоставляющим всем субъектам экономики возможности для обеспечения комфортных условий для собственной жизнедеятельности и ведения процветающего бизнеса. В рамках современных реалий в российской экономике сформировался довольно конкретизированный ориентир на глобальную цифровизацию, именно поэтому все сферы, входящие в экономическую систему, также претерпевают значительные изменения. Так, говоря о сфере денежного обращения, можно отметить, что подавляющее большинство граждан все более активно используют безналичные деньги в повседневной среде: оплачивают банковскими картами товары и услуги, осуществляют различные платежи с помощью цифровых банковских сервисов, выполняют переводы денежных средств физическим и юридическим лицам и др. Помимо этого, многие субъекты как малого и среднего, так и крупного бизнеса уже осуществили переход к автоматизации многих бизнес-процессов, в том числе связанных с реализацией и контролем своих денежных потоков.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается необходимостью адаптации системы денежного обращения под современные тренды цифровизации экономики и тем самым наиболее полного удовлетворения потребностей граждан и бизнеса. Цифровой рубль, фактически, станет новым этапом в становлении развитой национальной цифровизированной экономики и несмотря на то, что точных сроков старта реализации данного проекта еще не обозначено, Банк России совместно с другими компетентными государственными органами и организациями ведет активные исследования в данной области, что говорит о реальной возможности внедрения цифрового рубля в российскую систему денежного обращения как новой формы официальной валюты.

Для более детального понимания роли цифрового рубля в российской экономике, обратимся к его ключевой сущности. Согласно консультативному докладу Центрального банка Российской Федерации от 2020г., «цифровой рубль – это дополнительная форма российской национальной валюты в цифровой форме», эмитентом которой будет выступать также Банк России [1]. Данная валюта будет котироваться как официальное денежное средство и будет иметь уникальный цифровой код (наравне с номерами на банкнотах и записей на счетах у безналичных денег), передача цифровой валюты будет осуществляться путем перемещения данного кода с электронного кошелька одного пользователя к другому.

Цифровой рубль, как и 2 другие формы денег, будет доступен к использованию абсолютно всем экономическим субъектам – физическим и юридическим лицам, участникам финансовых рынков, государству и т.д. и может использоваться ими как средство платежа (средство обращения), мера стоимости, средство сбережения, т.е. полноценно выполняя все функции российских основных денежных средств. Соответственно, стоит отметить, что количественный эквивалент цифрового рубля будет идентичен наличным и безналичным денежным средствам, т.е., если банкнота 100 рублей эквивалентна 100 безналичным рублям, то и 100 цифровых рублей будет эквивалентен 100 наличным и безналичным рублям [2].

Все три указанные формы российского рубля являются совершенно равноценными и в совокупности будут составлять единую систему российского денежного обращения – наличную, безналичную и цифровую (рис. 1), которая в полной мере сможет закрывать актуальные потребности экономического сектора и, при этом, раскрывать новые возможности для более динамичного инновационного развития и технологического совершенствования в реальном и финансовом секторах экономики.

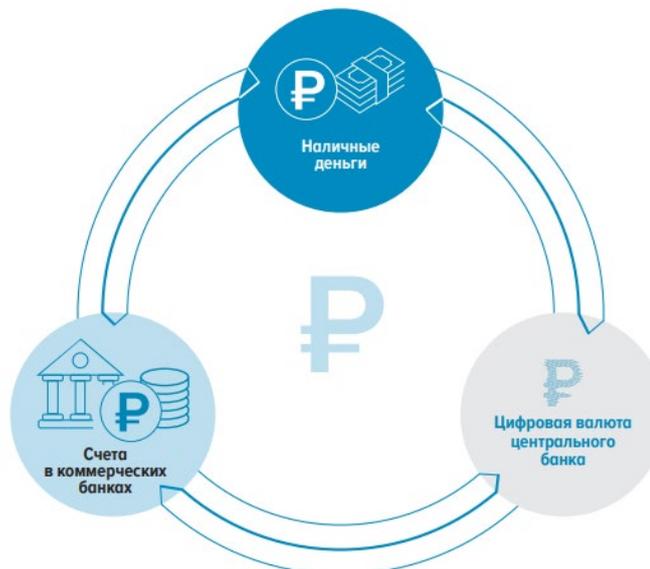


Рисунок 1. Формы денег и принцип их взаимодействия при внедрении цифрового рубля [2]

Рассматривая цифровой рубль, как реальное денежное средство, необходимо сопоставлять его возможности, на данный момент в рамках планируемых проектов, с современными реалиями. В целом, с помощью цифрового рубля можно будет проводить будничные платежные операции, совершать оплату за приобретенные товары и услуги, осуществлять взаимодействие с фондовым рынком. Однако стоит отметить, что использование цифрового рубля не подразумевает начисление процентов или кешбека, как, например, по некоторым банковским картам; в цифровой валюте нельзя будет открыть банковский вклад; получение микрозаймов, кредитов и ипотеки также будет невозможно реализовать цифровым рублем. Конечно, не стоит забывать, что на данный момент

цифровой рубль является лишь проектом и на его адаптацию в нынешнюю экономику потребуется время, поэтому вполне возможно, что в будущем данные аспекты будут проработаны.

Стоит отметить, что одним из первых государств, осуществивших внедрение цифровой валюты в официальную систему денежного обращения, является КНР, Китайская Народная Республика. Китай является одним из лидеров на мировом рынке блокчейн-технологий и одним из проектов данного рынка, реализованным на национальном уровне является цифровой юань – официальная валюта Китая, выраженная в цифровой форме. В целом, принцип использования и функции цифрового юаня схожи с рассматриваемым цифровым рублем, однако стоит отметить, что ввиду наличия определенных различий в рамках функционирования экономической системы страны в целом, цифровой юань, хоть и является предшественником цифрового рубля, но имеет некоторые специфические черты, преимущества и недостатки, отличающие его от китайского цифрового аналога.

Как и у любого нововведения, целесообразно рассмотреть преимущества и недостатки цифрового рубля. Среди первых можно выделить:

- простота в использовании (как указано в проектом описании цифрового рубля, планируется подключение системы электронных кошельков в приложения российских банков, т.е. использовать цифровую валюту для проведения различных операций можно будет через привычные приложения, что значительно упрощает возможность использования цифровой валюты);

- отсутствие комиссий за переводы и проводимые пользователями транзакции (все операции, в проведении которых используется цифровой рубль, будут связаны с унифицированной платформой Банка России и по универсальным официальным тарифам, что позволит снизить себестоимость обслуживания переводов и платежей и, соответственно, не брать комиссионные платежи с самих пользователей);

- высокая скорость проведения операций (все проводимые транзакции и платежи будут сопровождаться возможностью пользователей обратиться в круглосуточную поддержку, а также непосредственной поддержкой со стороны Банка России);

- более усиленный контроль бюджета (благодаря унифицированной платформе Банка России, с которой будут автоматически связываться все проводимые транзакции, государство сможет более эффективно отслеживать расходование цифровых денежных средств, имея в собственной системе все данные);

- высокие гарантии безопасности транзакций (несмотря на привлечение к работе с цифровым рублем банковских приложений, все денежные средства в виде конкретно данной валюты будут храниться на вышеупомянутой платформе ЦБ РФ, т.е. сбои и хакерские атаки на банковские приложения никак не повлияют на пользователей, владеющих счетам с цифровым рублем);

- возможность заключения смарт-контрактов (проведение сделок, обменов, финансовых договоренностей и т.д. можно будет реализовать без сторонних посредников, т.е. при введении необходимых данных от обеих сторон, платформа автоматически составляет смарт-контракт и в дальнейшем автоматически обеспечивает исполнение всех пунктов договора как с одной, так и с другой стороной).

Однако, несмотря на достаточно весомые преимущества и возможности, цифровой рубль имеет и определенные недостатки:

- Инфляция (ввиду того, что цифровой рубль, по большей части, идентичен в своих свойствах и способах использования наличным и безналичным денежным средствам, он также, как и они, будет подвергаться влиянию инфляционных процессов, т.е. покупательская способность денег и сбережений граждан может дестабилизироваться, исходя из экономической ситуации);

- Отсутствие исключительных функций (конечно, данный недостаток можно считать субъективным, однако, фактически, цифровой рубль позиционируется также, как и уже привычные для населения деньги, но при этом не обладает исключительными функциями, которые могли бы заметно его выделить на фоне наличных и безналичных денежных средств, что может вызвать низкий спрос на валюту среди населения);

- иные недостатки были обозначены ранее – это отсутствие программ лояльности по транзакциям с цифровым рублем, невозможность использования валюты при оформлении кредита, ипотеки и банковского вклада.

В заключение, можно сказать, что ключевая роль цифрового рубля – это дополнение национальной системы денежного обращения. В 2023 г. уже запускаются пилотные операции с использованием цифрового рубля в таких банках, как ПАО «Сбербанк», АО «Альфа-Банк», ПАО

«Банк ВТБ», АО «Газпромбанк» и др., однако, по прогнозам Центрального банка РФ в полноценный денежный оборот цифровой рубль сможет войти ориентировочно к 2030 году [2]. Таким образом, все выявленные недостатки новой цифровой валюты могут быть скорректированы, что может повысить его потенциальную востребованность среди физических и юридических лиц. Однако на данный момент, совершенно точно можно сказать, что цифровой рубль – это уникальная практика для России и ее экономического сектора, как минимум, из-за того, что на мировой экономической арене альтернативные цифровые валюты есть только у 11 стран (находятся также в режиме тестирования, а как максимум, цифровой рубль говорит о значительном прогрессе и развитии в области цифровизации экономики, что положительно сказывается на качестве жизни населения государства в целом.

Библиографический список

1. Консультативный доклад ЦБ РФ «Цифровой рубль» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://cbr.ru/StaticHtml/File/112957/Consultation_Paper_201013.pdf (Дата обращения: 15.03.2024)
2. ЦБ РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cbr.ru/fintech/dr/> (Дата обращения: 15.03.2024)
3. Батукова Е.В., Костина О.И. Цифровые валюты: анализ перспективы развития // В книге: ФИНАНСЫ, УЧЕТ, БАНКИ. Тезисы докладов и выступлений III международной научно-практической конференции молодых ученых. Донецк, 2021. С. 125-127.

УДК 336.748.12

ИНФЛЯЦИЯ: ОЖИДАНИЕ И РЕАЛЬНОСТЬ

Лизун Е. И., бакалавр 2-ого курса

Научный руководитель: Сусякова О.Н., к.э.н., доцент кафедры "Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины"

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В современном мире понимание инфляции имеет важное значение для всех участников экономической деятельности. В данной статье рассматривается сущность инфляции, ее влияние и причины. Также анализируется динамика инфляции в Российской Федерации за ряд последних лет и меры Центрального банка по ее регулированию.

Ключевые слова: инфляция, Центральный Банк, денежно-кредитная политика.

INFLATION: EXPECTATION AND REALITY

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

Supervisor: Suslyakova O.N., Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of «Economics, Finance and Humanities»

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga.

Annotation. In the modern world, understanding inflation is important for all participants in economic activity. This article examines the essence of inflation, its impact and causes. The dynamics of inflation in the Russian Federation over the past few years and the measures of the Central Bank to regulate it are also analyzed.

Keywords: inflation, Central Bank, monetary policy.

Инфляция является распространенным экономическим понятием, которое описывает увеличение уровня цен на товары и услуги в экономике. Она играет критическую роль в макроэкономике и может оказывать разнообразное влияние на отдельные секторы и на экономику в целом. Это явление оказывает значительное влияние на жизнь обычных людей, деятельность компаний и общее состояние национальной экономики, что проявляется в следующем:

1. Потребительский Потенциал. Постоянное увеличение цен сокращает покупательскую способность граждан, что может привести к уменьшению объема потребляемых товаров и услуг. Если заработная плата не увеличивается на уровне роста цен, то это может привести к уменьшению реальных доходов у населения.

2. Инвестиции и Экономический Рост. Высокая инфляция может создать нестабильные условия для инвесторов, затрудняя долгосрочное планирование и уменьшая объем инвестиций. Рост инфляции может оказать негативное влияние на экономический рост, так как приводит к неопределенности и негативно влияет на деловую активность.

3. Финансовый Рынок и Инвестиции. Центральные банки могут повысить процентные ставки для контроля инфляции, что снижает спрос на кредиты и влияет на финансовые рынки. Инфляция

может повлиять на доходность инвестиций, так как может уменьшить их реальную стоимость и принести убытки инвесторам.

Инфляция может быть вызвана различными причинами, включая:

- Повышенный спрос на товары и услуги в условиях ограниченного предложения;
- Рост затрат производства, который приводит к повышению цен на конечные продукты;
- Дефицит денежного предложения или рост денежной массы без соответствующего роста производства.

В Российской Федерации осуществляет подсчет инфляции государственная служба статистики, известная как Росстат. Важным инструментом для сравнения результатов служит специальная потребительская корзина, включающая около семисот различных товаров и услуг. Корзина включает в себя широкий спектр предметов потребления – от товаров для ежедневного использования, лекарств и автомобилей до коммунальных услуг, бытовой техники и развлечений.

Банк России активно поддерживает стабильную инфляцию на уровне, близком к целевым 4%. Эта стратегия, известная как инфляционное таргетирование, основана на определенной цели, которую банк старается достичь. Важным инструментом в этом процессе является ключевая ставка. Центральный банк устанавливает процентную ставку, по которой выдает кредиты коммерческим банкам и принимает деньги на депозиты. Изменение ключевой ставки оказывает влияние на спрос через процентные ставки в экономике и, в конечном итоге, влияет на уровень инфляции.

За анализируемый период 2020-2023 годы уровень инфляции оказывался выше планируемых величин (таблица 1). В 2022 году резкие изменения внутренней и внешней экономической конъюнктуры привели к резкому росту инфляции. Политика Банка России направлена на возвращение инфляции к установленному в 2015 году целевому уровню в 4% при любых обстоятельствах [2].

Таблица 1 – Уровень инфляции в Российской Федерации в годовом исчислении за 2020-2023 гг [4]

Год	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	ВСЕГО
2020	2,42	2,31	2,55	3,10	3,03	3,21	3,37	3,57	3,67	3,98	4,42	4,91	4,91
2021	5,19	5,67	5,78	5,52	6,01	6,51	6,47	6,69	7,41	8,14	8,40	8,39	8,39
2022	8,74	9,16	16,70	17,83	17,11	15,90	15,09	14,30	13,67	12,63	11,97	11,92	11,92
2023	11,76	10,97	3,51	2,31	2,51	3,25	4,30	5,15	6,00	6,69	7,48	7,42	7,42

Месячные темпы инфляции, представленные в таблице 2, рассчитаны с первого по последний день месяца. Это наиболее простой и распространенный способ отображения месячных темпов инфляции. Серые ячейки обозначают дефляцию.

Таблица 2 – Уровень месячной инфляции в Российской Федерации за 2020-2023 года [4]

Год	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Янв	ВСЕГО
2020	0,83	0,71	0,43	-0,07	-0,04	0,35	0,22	0,27	0,83	0,55	0,33	0,4	4,91
2021	0,82	0,96	1,11	0,6	0,17	0,31	0,69	0,74	0,58	0,66	0,78	0,67	8,39
2022	0,78	0,37	0,18	0,05	-0,52	-0,39	-0,35	0,12	1,56	7,61	1,17	0,99	11,92
2023	0,73	1,11	0,83	0,87	0,28	0,63	0,37	0,31	0,38	0,37	0,46	0,84	7,42

Для расчета годового темпа инфляции (таблица 1) необходимо просуммировать темпы инфляции за 12 месяцев, предшествующих выбранному месяцу, и темпы инфляции за выбранный

месяц. Таким образом, месячный годовой темп инфляции представляет собой скользящую сумму темпов инфляции за 12 месяцев.

Рассмотрим ситуацию с инфляцией в России на период с марта 2023 года по январь 2024 года. Инфляция на март 2023 года составила 3,51%. В апреле инфляция снизилась еще на 1,2% по сравнению с мартом и составила 2,31%. Но снижение было не долгим, так как в мае инфляция уже поднялась на 0,2% по сравнению с апрелем и составила 2,51%. В июне рост продолжился и составил 3,25%, что больше майского показателя инфляции на 0,74%.

Если на протяжении марта-июня месячные показатели были ниже ожидаемого уровня инфляции (4%), то в июле месячная картина поменялась, и инфляция стала на 0,3% больше ожидаемой, то есть составляла 4,3%. В августе инфляция продолжила расти и составила 5,15%, что больше июльской инфляции на 0,85%. В сентябре инфляция составила уже 6%, в октябре – 6,69%, в ноябре – 7,48%. Относительно показателя инфляции на июль месяц за сентябрь-ноябрь инфляция выросла еще на 2,33%. На декабрь инфляция чуть снизилась относительно показателя на ноябрь и составила 7,42%. В январе 2024 года инфляция составила 7,44%.

По итогу показатель инфляции с марта 2023 года по январь 2024 года вырос с 3,51% до 7,44%, то есть на 3,93% (рис.1).

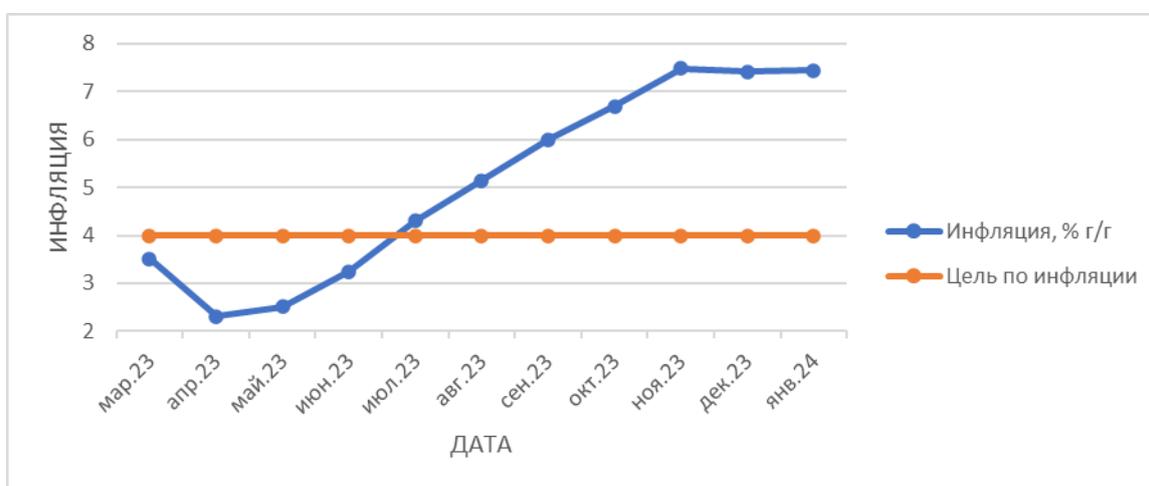


Рисунок 1. Инфляция за период с марта 2023 года по январь 2024 года [2]

Центральный Банк России предпринимает меры для ограничения инфляции, такие как контроль над процентной ставкой. ЦБ может устанавливать процентные ставки, чтобы стимулировать экономику или замедлить ее рост, что в свою очередь может повлиять на уровень инфляции. Также ЦБ может вводить ограничения на долгосрочное кредитование, чтобы сдерживать рост денежных поступлений в экономику и уменьшать давление на инфляцию. Еще одной мерой является использование монетарной политики, при которой ЦБ может устанавливать ставки рефинансирования и действовать на открытом рынке для регулирования количества денег в обращении и контроля инфляции.

Цель денежно-кредитной политики — защита и обеспечение устойчивости рубля посредством поддержания ценовой стабильности. Несмотря на внешние и внутренние вызовы, повлиявшие на инфляцию в последние два года, эксперты считают, что инфляция вернется к целевому уровню в 2024 году и в дальнейшем будет находиться вблизи 4%. Это потребует жесткой денежно-кредитной политики Банка России в долгосрочной перспективе[2].

Таким образом, инфляция является сложным и многогранным явлением, которое требует внимательного анализа и управления со стороны государственных органов. Понимание основного влияния инфляции и ее причин позволяет принимать обоснованные решения для обеспечения стабильности и устойчивого развития экономики.

Библиографический список

1. Команда Bankiros.ru Причины инфляции и научные подходы к их изучению / Команда Bankiros.ru [Электронный ресурс] // Bankiros.ru: [сайт] URL: <https://bankiros.ru/wiki/term/priciny-inflacii-i-naucnye-podhody-k-ih-izuceniu> (дата обращения: 01.03.2024).
2. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 27.02.2024)

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL:<https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 27.02.2024).

4. Таблицы уровня инфляции в России [Электронный ресурс] URL:<https://уровень-инфляции.рф/таблицы-инфляции>

УДК 336.14

ОБЛАСТНОЙ БЮДЖЕТ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Лобач Ю.В., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены основные пункты, из которых складывается областной бюджет Калужской области. Его роль и значение для социально-экономических показателей области. Представлен комплексный анализ областного бюджета Калужской области, исследуя его структуру, доходы и расходы, ключевые тенденции и возможные перспективы развития.

Ключевые слова: экономика России, бюджетная политика, аналитика, меры решения, стратегия, перспективы, совершенствование, областной бюджет Калужской области.

KALUGA REGION REGIONAL BUDGET: ANALYSIS, TRENDS AND PROSPECTS

*Lobach Y.V., bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: Kostina O. I., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper considers the main points that make up the regional budget of the Kaluga region. Its role and importance for the socio-economic indicators of the region. A comprehensive analysis of the Kaluga Region regional budget is presented, examining its structure, revenues and expenses, key trends and possible development prospects.

Keywords: Russian economy, budget policy, analytics, decision measures, strategy, prospects, improvement, Kaluga Region regional budget

Бюджет Калужской области играет ключевую роль в обеспечении экономической устойчивости и социального развития региона. Анализ финансовых показателей бюджета является неотъемлемой частью понимания текущего состояния области, выявления тенденций и планирования будущих шагов. В данной статье мы проведем анализ областного бюджета Калужской области, рассмотрим основные тенденции и перспективы его развития.

Калужская область, обладая богатым историческим наследием и промышленным потенциалом, сталкивается с рядом финансовых вызовов и возможностей. Изучение структуры расходов и доходов областного бюджета позволит выявить приоритетные направления развития, усилить финансовую дисциплину и оптимизировать расходы в соответствии с потребностями области и требованиями времени.

Первым шагом начнем с определения бюджетов субъектов РФ – это система финансовых отношений органов власти и хозяйствующих субъектов для образования государственного фонда денежных средств в определенном субъекте РФ вследствие перераспределения национального дохода для реализации региональных задач, осуществления полномочий РФ, переданных органам государственной власти субъектов РФ, реализации Указов Президента.

К бюджетам субъектов РФ относятся бюджеты национально - государственных, административно-территориальных образований – республик, входящих в РФ, краев, областей, автономных образований, а также городов федерального значения [3].

Вначале дадим определение, из каких пунктов складываются доходы и расходы областного бюджета Калужской области. Наибольший показатель доходов составляют налоговые и неналоговые доходы, которые включают в себя:

1) Налоговые доходы, в том числе: налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц, акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации, налог на профессиональный доход; налог, взимаемый в связи с применением специального налогового режима «Автоматизированная упрощенная система налогообложения», налог на имущество организаций, транспортный налог, налог на добычу полезных ископаемых,

сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов, прочие налоговые доходы;

2) Неналоговые доходы, в том числе: доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности; платежи при пользовании природными ресурсами; доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства; доходы от продажи материальных и нематериальных активов; административные платежи и сборы; штрафы, санкции, возмещение ущерба; прочие неналоговые доходы.

Кроме того, доходы состоят из безвозмездных поступлений, большую часть которых составляют безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, в том числе дотации, субсидии, субвенции и иные межбюджетные трансферты; а также безвозмездные поступления от государственных (муниципальных) организаций; безвозмездные поступления от негосударственных организаций; прочие безвозмездные поступления; доходы от возврата остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение, прошлых лет; возврат остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение, прошлых лет.

Структуру расходов бюджета составляют следующие направления: общегосударственные вопросы, национальная оборона, национальная безопасность и правоохранительная деятельность, национальная экономика, жилищно-коммунальное хозяйство, охрана окружающей среды, образование, культура и кинематография, здравоохранение, социальная политика, физическая культура и спорт, средства массовой информации, обслуживание государственного (муниципального) долга, межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы Российской Федерации.

Также расходы областного бюджета можно сгруппировать следующим образом:

- 1) Первоочередные расходы (заработная плата, социальные льготы, стипендии, пенсии и др.)
- 2) Мероприятия государственных, ведомственных целевых и других программ.
- 3) Бюджетные инвестиции.
- 4) Непрограммные расходы [2].

Таблица 1 - Основные показатели исполнения бюджета Калужской области за 2021-2023 годы, тыс. руб.

Наименование показателя	2021 год	2022 год	Отклонения 2022 года от 2021 года	Темп роста, %	2023 год	% исполнения	Отклонения 2023 года от 2022 года	Темп роста, %
ДОХОДЫ, в т.ч.:	83482995	86966710	3483715	104,2	91853164	107,8	4886454	105,6
НАЛОГОВЫЕ И НЕНАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ	60196415	63711096	3514681	105,8	73136923	108,5	9425827	114,8
Налоговые доходы	58541447	61156224	2614777	104,5	70827462	107,4	9671237	115,8
Неналоговые доходы	1654968	2554872	899904	154,4	2309461	154,3	-245410	90,4
БЕЗВОЗМЕЗДНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ	23286580	23255614	-30966	99,9	18716241	105,2	-4539373	80,5
РАСХОДЫ, из них:	81925454	91714601	9789147	111,9	91374927	99,3	-339674	99,6
Национальная экономика	18175341	23286520	5111179	128,1	20946539	98,1	-2339981	90,0
Жилищно-коммунальное хозяйство	5874092	5522053	-352039	94,0	8189084	100,0	2667031	148,3
Образование	18465125	21933910	3468785	118,8	21070622	100,8	-863288	96,1
Культура, кинематография	1602608	1835751	233143	114,5	2490340	113,0	654589	135,7
Здравоохранение	11211407	10255712	-955695	91,5	9245376	106,2	-1010336	90,1
Социальная политика	17404612	19369516	1964904	111,3	20765868	101,0	1396352	107,2
Физическая культура и спорт	1820367	1818005	-2362	99,9	1746065	99,6	-71940	96,0
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы Российской Федерации	4165509	3781166	-384343	90,8	2918817	99,7	-862349	77,2
ДЕФИЦИТ (-),	1557541	-4747891			478237			

ПРОФИЦИТ (+)								
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Как можно заметить из таблицы 1, в 2022 году в областной бюджет поступило доходов в сумме 86 966,7 млн. рублей, что на 3 483,7 млн. рублей, или на 4,2 %, больше поступлений за 2021 год. А за 2023 год в областной бюджет поступило доходов в сумме 91 853,2 млн. рублей, что на 4 886,5 млн. рублей, или на 5,6 %, больше поступлений за 2022 год. Исполнение уточненного годового плана составило 107,8 %.

В том числе налоговые и неналоговые доходы в 2022 году поступили в сумме 63 711,1 млн. рублей. Рост поступлений по сравнению с прошлым годом составил 3 514,7 млн. рублей, или 5,8 %. В 2023 налоговые и неналоговые доходы поступили в сумме 73 136,9 млн. рублей, что составляет 108,5 % к уточненному годовому плану. Рост поступлений по сравнению с прошлым годом составил 9 425,8 млн. рублей, или 14,8 %.

Таблица 2 - Поступление налоговых доходов в областной бюджет Калужской области за 2021-2023 г., тыс. руб.

Наименование показателя	2021 год	2022 год	Отклонения 2022 года от 2021 года	Темп роста, %	2023 год	% исполнения	Отклонения 2023 года от 2022 года	Темп роста, %
Налоговые доходы, из них:	58541447	61156224	2614777	104,5	70827462	107,4	9671237	115,8
Налог на прибыль организаций	21300378	18883180	-2417198	88,7	24922402	112,1	6039222	132,0
Налог на доходы физических лиц	18672827	21435376	2762549	114,8	23758095	104,8	2322720	110,8
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	12428879	14262138	1833259	114,7	15332823	107,8	1070685	107,5
Налог на профессиональный доход	97116	155935	58819	160,6	234618	110,7	78683	150,5
Налог, взимаемый в связи с применением специального налогового режима "Автоматизированная упрощенная система налогообложения"	0	319	319	x	18217	131,8	17898	5 703,6
Налог на имущество организаций	4420330	4755128	334798	107,6	4797123	99,3	41996	100,9
Транспортный налог	1271943	1366771	94827	107,5	1356194	99,2	-10577	99,2
Налог на добычу полезных ископаемых	155478	146362	-9115	94,1	218930	112,2	72568	149,6
Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов	1425	1626	201	114,1	2368	100,8	742	145,7

Из таблицы 2 видно, что из налоговых доходов в 2023 году наибольшее увеличение сложилось: по налогу на прибыль организаций на 32,0 %, за счет увеличения прибыли прибыльных организаций по отдельным налогоплательщикам; по налогу на доходы физических лиц на 10,8 %, в связи с ростом фонда начисленной заработной платы; по налогу на профессиональный доход на 50,5 %, в связи с увеличением количества налогоплательщиков, применяющих данный специальный налоговый режим и т.д.

В 2022 году же налоговых доходов наибольшее увеличение сложилось: по налогу на доходы физических лиц на 14,8 % в связи с ростом фонда оплаты труда, а также увеличением поступлений налога с доходов, полученных в виде дивидендов свыше предельной величины по отдельным налогоплательщикам; по акцизам по подакцизным товарам, производимым на территории

Российской Федерации на 14,7 %, в связи с увеличением объемов реализации пива, ростом акцизов на нефтепродукты и крепкий алкоголь, а также поступлением в 2022 году акцизов на жидкую сталь; по налогу на профессиональный доход на 60,6 %, в связи с увеличением количества налогоплательщиков, применяющих данный специальный налоговый режим и т.д.

Поступление неналоговых доходов в 2022 году по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличилось на 899,9 млн. рублей, или на 54,4 %, и составило 2 554,9 млн. рублей. А в 2023 году снизилось на 245,4 млн. рублей, или на 9,6 %, и составило 2 309,4 млн. рублей по сравнению с прошлым годом.

Расходы областного бюджета за 2022 год исполнены в сумме 91 714,6 млн. рублей, что составляет 98,3 % к уточненной бюджетной росписи расходов областного бюджета, по сравнению с прошлым годом расходы исполнены на 9 789,1 млн. рублей (11,9 %) больше. А в 2023 году расходы областного бюджета исполнены в сумме 91 374,9 млн. рублей, что составляет 98,2 % к уточненной бюджетной росписи расходов областного бюджета. Что отличается лишь на -339,7 млн. рублей. Темп роста составил 99,6 %.

На финансирование расходов социального характера в предыдущем 2022 году направлено 54 850,1 млн. рублей, или 59,8 % от общего объема расходов областного бюджета, в том числе: наибольший удельный вес занимают расходы на национальную экономику – 25,4 %, образование – 23,8 %, социальную политику – 16,1 %, здравоохранение – 16,0 %. А в 2023 году на финансирование расходов социального характера направлено 54 930,2 млн. рублей, или 60,1 % от общего объема расходов областного бюджета, в том числе: наибольший удельный вес занимают расходы на образование – 23,0 %, национальную экономику – 22,9 %, социальную политику – 17,5 %, здравоохранение – 15,1 %.

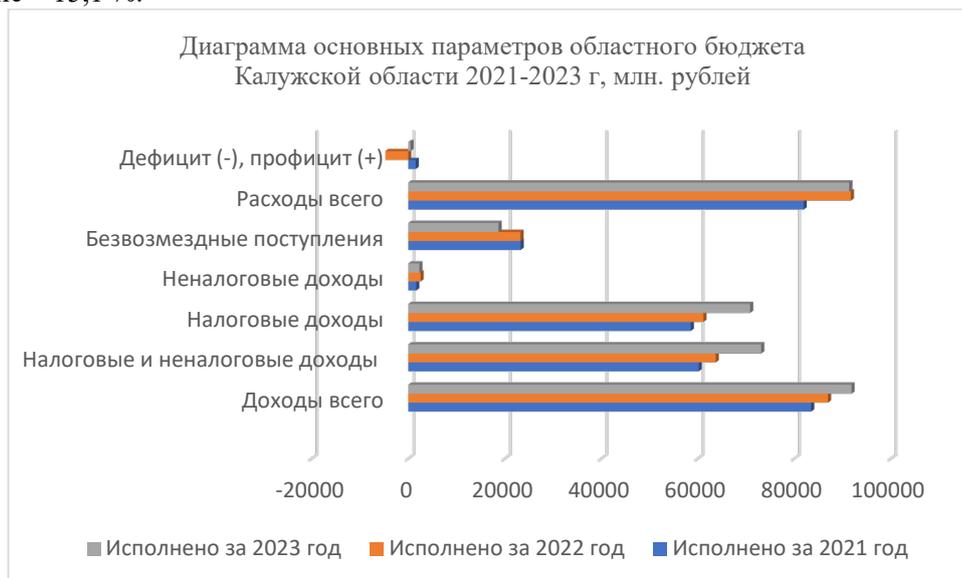


Рисунок 1. Диаграмма основных параметров областного бюджета Калужской области 2021-2023 г.

Как можно заметить из рисунка 1, общая структура изменения основных показателей областного бюджета Калужской области не сильно отклоняется во всех 3 годах. Расходы в 2022 и 2023 годах были примерно одинаковые, но больше, чем в 2021 году. Доходы в 2023 году превысили значения предыдущего и базового года. А наибольшую разницу на диаграмме отображают налоговые доходы областного бюджета региона в положительную сторону – 2023 году. В предыдущем году Калужская область испытывала дефицит на 4747,9 млн. рублей. При этом основным источником финансирования дефицита являлись остатки средств на счете областного бюджета. А в 2023 году профицит на 478,2 млн. рублей, что говорит о положительной динамике социально-экономического развития региона.

Так как в последнее время бюджет в Калужской области является профицитным у нас, как и во многих других регионах, проводятся различные мероприятия по укреплению налоговой базы, повышению сборов и обеспечению финансовой устойчивости области.

1. Развитие налогового контроля: внедрение современных методов и технологий для контроля за исполнением налогового законодательства, борьбы с налоговыми преступлениями и уклонением от уплаты налогов.

2. Повышение налоговой осведомленности: проведение образовательных программ и кампаний по информированию населения и предпринимателей о налоговых обязательствах, стимулирование честного уплаты налогов.

3. Оптимизация налоговых льгот: анализ и пересмотр системы налоговых льгот с целью устранения излишних или нецелевых налоговых преференций и повышения сборов.

4. Совершенствование налогового законодательства: проведение анализа и внесение изменений в налоговое законодательство с учетом изменяющейся экономической ситуации и международных стандартов.

5. Развитие электронного налогового администрирования: внедрение цифровых технологий для упрощения процедур уплаты налогов, автоматизации налоговой отчетности и снижения административных барьеров.

6. Сотрудничество с бизнес-сообществом: взаимодействие с предпринимательским сообществом для выявления проблем и предложений по совершенствованию налоговой системы и улучшения налогового климата [2].

Эти мероприятия и инициативы помогают укрепить налоговую систему Калужской области, обеспечить стабильные доходы в бюджет и способствовать экономическому развитию региона.

Для увеличения доходов в Калужской области можно применить различные стратегии и мероприятия, направленные на расширение налоговой базы, увеличение доходности и стимулирование экономического роста.

1. Привлечение инвестиций: поддержка инвестиционной активности в регионе, создание благоприятной инвестиционной среды, развитие инфраструктуры для привлечения инвесторов и стимулирование развития предприятий.

2. Развитие предпринимательства: поддержка малого и среднего бизнеса, создание условий для развития предпринимательской активности, содействие открытию новых предприятий и расширению деятельности существующих.

3. Разнообразие доходов: диверсификация источников доходов области, развитие не только традиционных отраслей, но и новых, перспективных секторов экономики.

4. Привлечение туристов: развитие туристического потенциала региона, продвижение туристического продукта, создание условий для привлечения большего числа туристов и увеличения доходов от туристической деятельности.

5. Оптимизация налоговой системы: реформирование налоговой системы с целью уменьшения нагрузки на бизнес и стимулирования экономической активности, что в конечном итоге может привести к увеличению налоговых поступлений.

6. Развитие цифровой экономики: поддержка цифровизации отраслей экономики, создание цифровых платформ и сервисов, стимулирование цифровых инноваций для увеличения эффективности и конкурентоспособности бизнеса.

7. Экологически чистые проекты: инвестирование в экологически чистые технологии, развитие зеленой энергетики и проектов, способствующих улучшению экологической ситуации в регионе и привлекающих соответствующий финансовый поток [1].

Применение этих путей и стратегий может способствовать увеличению доходов в Калужской области, обеспечивая устойчивое развитие региона и повышая благосостояние его жителей.

Анализ доходов и расходов областного бюджета Калужской области указывает на высокий уровень финансовой устойчивости региона, его способность обеспечивать покрытие расходов за счет имеющихся источников доходов. Баланс между доходами и расходами областного бюджета отражает эффективность финансового управления и расходования средств на приоритетные областные программы и проекты. Финансовое состояние региона положительное. Все эти показатели влияют на управление бюджетными ресурсами в интересах развития и благополучия жителей Калужской области.

Библиографический список

1. Бабич А.М. Государственные и муниципальные финансы / Под ред. Бабич А.М., Павловой Л.Н. М.: ЮНИТИ-Дана.2020.703с.
2. Жидкова Е. Ю. Бюджетная система Российской Федерации: учебное пособие / Е.Ю Жидкова, Н.В. Видеркер. Ставрополь: СКФУ, 2023. – 252 с.
3. Романовский М.В. Врублевская М.В. Бюджетная система Российской Федерации Учебник / ред. О.В. Врублевская, М. В. Романовский. 4-е изд. СПб.: Питер, 2021.
4. Электронный ресурс: [www.minfin.admoblkaluga.ru] (дата обращения: 16.03.2024).

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Массалин М.А. магистрант 1-ого курса

Аннотация: в работе рассматриваются виды бизнес-образования, приводится их краткая характеристика, проводится анализ текущих образовательных программ для предпринимателей в Калужской области

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес-образование, бизнес-тренинг, образовательная программа

THE CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF BUSINESS EDUCATION FOR ENTREPRENEURS IN THE KALUGA REGION

Massalin M.A. master's student of the 1st year

Abstract: the paper examines the types of business education, provides a brief description of them, and analyzes current educational programs for entrepreneurs in the Kaluga region

Keywords: entrepreneurship, business education, business training, educational program

В современном быстроизменяющемся мире предприниматели играют роль определителей трендов будущего во многих отраслях, в том числе и в образовании. Благодаря запросам предпринимателей обновляются действующие программы подготовки специалистов в Вузах и Ссузах, меняются форматы и методы обучения на более практикоориентированные.

Под бизнес-образованием будем понимать получение необходимых теоретических знаний и практических навыков, необходимых для работы в сфере бизнеса [1, с. 481].

Бизнес-образование в России условно можно разделить на три вида:

1. Учеба в высшем учебном учреждении, краткосрочные курсы, программы повышения квалификации, программы MBA.
2. Бизнес-тренинги и семинары для предпринимателей.
3. Обучение на образовательных платформах [2, с. 326].

До недавнего времени в России отсутствовали программы подготовки бакалавров и магистров по направлению “Предпринимательство”, сейчас такой профиль обучения существует в РАНХиГС (Предпринимательство и управление эффективностью бизнеса), РЭУ им. Плеханова (Менеджмент в инновационном и социальном предпринимательстве), Университете Синергия (Предпринимательство). Отдельные предпринимательские дисциплины входят в программы обучения студентов направлений “менеджмент”, “экономика” и “торговое дело”, но они являются факультативными предметами [3, с.104].

Однако большинство предпринимательских инициатив выходит из хобби, каждый пятый россиянин уже монетизировал свои увлечения, при этом не имея степени по предпринимательству/ Для действующих предпринимателей получение профильного бизнес-образования не является необходимым по двум причинам:

1. Вопрос качества и актуальности программ подготовки бакалавров и магистров по направлению “Предпринимательство”. Большинство предпринимателей считает, что такой способ бизнес-образования не стоит финансовых вложений и потраченного времени.
2. Большая доступность других видов бизнес-образования. Именно поэтому на первый план выходит неформальное бизнес-образование, в том числе предоставляемое государством.

Обучением предпринимателей на государственном уровне занимаются Центры поддержки предпринимательства. В Калужской области Центр поддержки предпринимательства работает на базе “Агентства развития бизнеса”, являющийся центром “Мой бизнес” региона. За 2022 в “Агентстве развития бизнеса” Калужской области было организовано более 80 обучающих мероприятий, участниками которых стали 2000 человек [4]. Организуемые мероприятия можно разделить на 2 вида: проводимые Агентством самостоятельно и с привлечением подрядчиков. Проведем анализ образовательных программ, реализуемых Агентством самостоятельно (табл. 1).

Мы видим, что самой популярной образовательной программой является тренинг “Генерация бизнес-идей”, направленный на создание у школьников и студентов своей первой бизнес-идеи. Отметим, что все представленные программы предназначены для начинающих или будущих предпринимателей, образовательные программы для действующих предпринимателей, проводимые Агентством самостоятельно, отсутствуют, при наличии “Школы предпринимателя”, предназначенной

для действующих предпринимателей. Можно отметить маленькую долю мероприятий, проводимых Агентством самостоятельно, составляющую 17,5% от общего числа мероприятий, количество участников на этих мероприятиях составляет 11,2% от числа участников всех мероприятий.

Таблица 1 – Образовательные программы ГАУ КО “Агентство развития бизнеса” за 2021-2023 гг.

	Количество мероприятий			Количество участников		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Генерация бизнес-идеи	8	5	7	134	100	130
Азбука предпринимателя	-	5	5	-	45	52
Мама-предприниматель	1	1	1	25	30	18
Самозанятость. Инструкция по применению	1	-	1	3	-	24

В рамках данного исследования был проведен опрос среди 40 действующих и 10 будущих предпринимателей, планирующих открыть свое дело в течении года. Участникам исследования задали несколько вопросов. Так у предпринимателей спросили, какие форматы обучающих мероприятий им интересны и предложили выбрать один или несколько вариантов ответа. Результаты опроса представлены на рисунке 1.

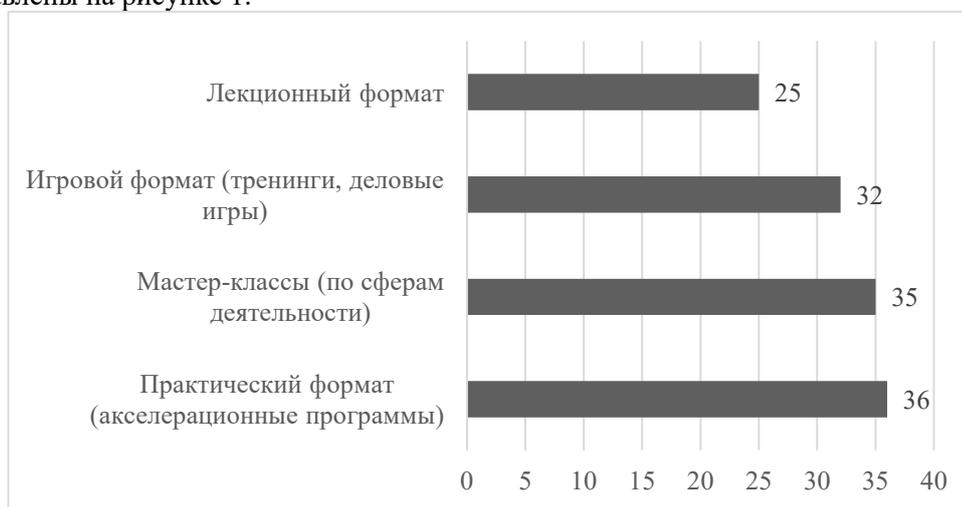


Рисунок.1. Результаты опроса предпринимателей про формат участия в обучающих мероприятиях

Таким образом виден спрос у предпринимателей на практический формат и проведение тематических мастер-классов. Можно предложить “Агентству развития бизнеса” проводить тренинги и для действующих предпринимателей, в том числе “Школу предпринимателя” Лекционный формат мероприятий интересен предпринимателям меньше.

Глобальные потрясения последних лет заставляют изменить подход к бизнес-образованию. На передний план выходят новые запросы. Бизнес-школы оперативно видоизменили продуктовую линейку под потребности новой реальности. Были запущены актуальные направления и продукты:

- связанные с санкционными изменениями;
- адаптированные к внешнеэкономической деятельности;
- рассматривающие экспортный маркетинг;
- учитывающие импортозамещение в ИТ;
- принимающие во внимание комплаенс-риски.

Пандемия COVID-19 ускорила развитие тренда на онлайн-образование во всех сферах жизни и предпринимательство не стало исключением. Формат обучения из дома в свободное от предпринимательской деятельности удобен и практичен.

Отвечая запросам предпринимателей, в начале 2022 года Корпорация МСП и Министерство экономического развития РФ создали цифровую платформу МСП.РФ. По состоянию на февраль 2024 года 26 доступными сервисами пользуется 670000 предпринимателей и это число ежемесячно растет

на 1000 человек [5]. К самым популярным сервисам платформы относятся “Правовой гид” (юридическая помощь), “Подбор и получение микрофинансирования” (упрощенный доступ к получению микрозаймов)

На платформе доступен сервис “Бизнес-образование”, который включает в себя несколько подсервисов:

- Подсервис Потенциал развития анализирует текущий уровень предпринимательских способностей тестируемого по направлениям финансов, права, маркетинга, менеджмента, персонала, проектного управления, бухгалтерии и госзакупок и на основе результатов предлагает предпринимателю образовательные программы и вебинары для улучшения наименее развитых навыков;

- Подсервис Наставничество – работа с уже действующими предпринимателями;

- Подсервис Бизнес-тренажер является онлайн-версией тренингов Азбука предпринимателя и Школа предпринимателя;

- Подсервис Сфера знаний предлагает на выбор видеолекции, углубленные курсы, спецпрограммы, тематические модули.

Пандемия ускорила цифровую трансформацию, однако по окончании пандемии спрос повысился на гибридный формат учёбы, а иногда и полностью очный. В подтверждение этого результат опроса предпринимателей, который показал, что лишь 1 предпринимателю удобнее онлайн-формат, 26 готовы посещать и онлайн, и офлайн мероприятия, а 23 человека готовы посещать только офлайн мероприятия.

Также предпринимателям был задан вопрос, какую выгоду они получают от посещения бизнес-мероприятий. Ответы предпринимателей отражены на рисунке 2.

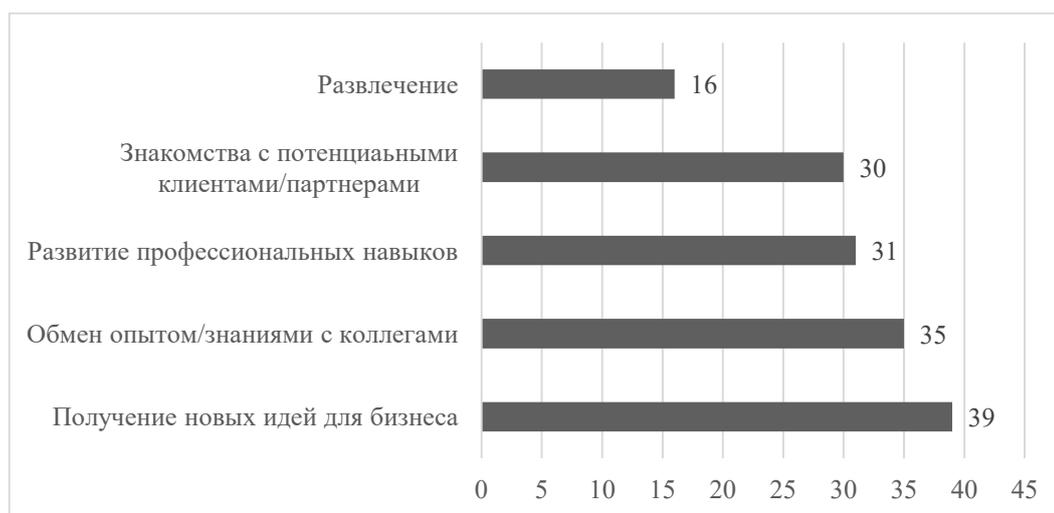


Рисунок 2. Результаты опроса предпринимателей про выгоду посещения бизнес-мероприятий

Людям важно не только получать фундаментальные знания, но и устанавливать контакт с единомышленниками, поскольку обмен реальным опытом с другими предпринимателями помогает избежать ошибок и найти новые идеи для улучшения продукта или услуги. Также среди предпринимателей можно отыскать будущих клиентов, особенно если ваши бизнесы взаимосвязаны: парикмахер и заточник инструмента, ведущий мероприятий и фотограф и т.д. Только 16 из 50 опрошенных человек отметили, что посещают бизнес-мероприятия как развлечение.

В заключении у предпринимателей поинтересовались про профессиональные навыки, которые им было бы интересно развить. 46 из 50 опрошенных проявили желание повысить навыки в сфере маркетинга и рекламы, что объясняется желанием успешного позиционирования продукта или услуги и привлечения большего количества клиентов. 21 человек заинтересован в развитии своих навыков в сфере финансового планирования и ведения бухгалтерии, юридическую грамотность и навыки управления персоналом хотят повысить 17 человек. При столь большом спросе на повышение навыков в сфере маркетинга и рекламы можно создать акселерационную программу, позволяющую предпринимателям изучить область со всех сторон и настроить рекламу своему бизнесу.

Таким образом, можно сказать о том, что в Калужской области у предпринимателей есть возможности для повышения своих предпринимательских компетенций в онлайн и офлайн форматах.

С учетом результатов опроса предпринимателей можно создавать новые образовательные программы, отвечающие актуальным запросам бизнеса.

Библиографический список

1. Ахмедзаде П., Мисинева И.А. Проблемы бизнес-образования в России и за рубежом // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2020. С. 481-483.
2. Димитренко Н.К. Бизнес-образование как часть экономического образования России / Н.К. Димитренко // Актуальные проблемы права, экономики и управления: Сборник материалов студенческой научной конференции. В 2-х частях, Москва, 25 марта 2021 года / Отв. редактор Н.М. Ладнушкина. Том Часть 2. Саратов: Издательство "Саратовский источник", 2021. С. 326-329.
3. Исаханян М.А. О тенденциях развития бизнес-образования в России / М.А. Исаханян // Наука. Управление. Образование. РФ. 2021. № 3(3). С. 104-106.
4. Более 2000 калужских предпринимателей прошли обучение в центре "Мой бизнес" [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://admoblkaluga.ru/news/item-10533/> (дата обращения 29.03.2024)
5. Два года поддержки: как поменялась платформа МСП.РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://incrussia.ru/brandview/two-years-support-msp/> (дата обращения 29.03.2024)

УДК 004:338.242

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Новикова А.С., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент, профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрена важность цифровизации для современного бизнеса в условиях роста конкуренции и кардинальных изменений на рынке. Описываются ключевые технологии и инновации в автоматизации бизнес-процессов, включая коллаборативную робототехнику, искусственный интеллект, ERP-системы, системы low-code/no-code и предиктивная аналитика. Рассмотрено внедрение инноваций в организацию деятельности предприятий, которые помогают компаниям улучшить свои процессы и оставаться конкурентоспособными.

Ключевые слова: цифровизация, BI-системы, ERP-системы, digital-маркетинг, автоматизация бизнес-процессов, коллаборативная робототехника, искусственный интеллект, инновации, конкурентоспособность, предиктивная аналитика.

USING DIGITAL TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS TO IMPROVE THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Novikova A.S., bachelor's of the 2nd year

*Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economics, Associate Professor, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper considers the importance of digitalization for modern business in the context of increasing competition and fundamental changes in the market. Key technologies and innovations in business process automation are described, including collaborative robotics, artificial intelligence, ERP systems, low-code/no-code systems and predictive analytics. The introduction of innovations in the organization of enterprises that help companies improve their processes and remain competitive is considered.

Keywords: digitalization, BI systems, ERP systems, digital marketing, automation of business processes, collaborative robotics, artificial intelligence, innovation, competitiveness, predictive analytics.

Современный бизнес сталкивается с постоянным ростом конкуренции и изменениями в рыночной среде. Для того чтобы оставаться процветающими и конкурентоспособными, предприятиям необходимо постоянно совершенствовать свои процессы и внедрять новые технологии. В современных реалиях решение о функционировании коммерческой деятельности в прежней форме, как это было принято 10 - 20 лет тому назад, является нецелесообразным. Именно новые цифровые инструменты, инновации и модернизация моделей бизнеса определяют эффективность и успешность введения производственной и сбытовой деятельности компаний.

Данная проблематика актуальна для современной рыночной экономики, поскольку на сегодняшний день любое современное предприятие уже обязано иметь модель практического применения таких технологий как CRM-системы, ERP-системы и даже Big Data, с помощью которых

идет процесс взаимодействия с клиентами, организации деятельности предприятия и анализа больших данных. Благодаря digital-маркетингу компания формирует стратегию продвижения продукции и своего бренда на рынке, а офлайн рынки в свою очередь становятся менее интересными для многих организаций, переходящих в просторы Интернета.

Для увеличения эффективности и конкурентоспособности предприятия цифровизацию бизнес-процессов считают одним из ключевых средств. Она не только улучшает внутренние процессы компании, но и создает новые возможности для развития и роста бизнеса. Автоматизация многих процессов, улучшение качества работы и повышение эффективности – вот основные преимущества цифровизации предприятий. В данной статье мы рассмотрим, какие цифровые технологии и инновации необходимо использовать предприятиям, чтобы соответствовать требованиям современного рынка и повышать свою эффективность.

Одно из основных преимуществ цифровых технологий заключается в возможности автоматизации различных бизнес-процессов. Любая компания может автоматизировать свои процессы, но в первую очередь это необходимо предприятиям, у которых есть большое количество рутинных операций, много данных, обширное производственное оборудование и сложная система взаимодействия между отделами и специалистами. Именно благодаря автоматизации можно существенно сократить рутинную работу, уменьшить вероятность ошибок и увеличить скорость выполнения задач.

Инновации в автоматизации можно назвать революционным переворотом в современном производстве. Коллаборативная робототехника, искусственный интеллект (ИИ) и ERP-системы – становятся неотъемлемой частью производственных процессов. Эти изменения повышают эффективность и точность, модернизируют традиционные методы работы. Данных инновации стремительно распространяются на многие отрасли: от производства и сельского хозяйства до услуг и ИТ [9].

1. Коллаборативная робототехника.

Коллаборативная робототехника, или коботы, – это роботы, созданные для работы вместе с людьми в промышленных условиях. В отличие от традиционных роботов, которые часто имеют большие размеры и требуют барьеры безопасности для предотвращения несчастных случаев, коботы меньше и гибче, благодаря чему они могут быть запрограммированы для безопасной работы вместе с людьми. В будущем ожидается использование еще большего количества коботов, в связи с ростом их доступности и простотой в программировании. Использование робототехники позволит производителям автоматизировать больше задач, сохраняя при этом человеческий подход.

Одной из областей, где коботы уже оказывают значительное влияние, являются сборочные линии. Коботы могут выполнять повторяющиеся задачи, такие как завинчивание болтов или прикрепление компонентов, освобождая людей для выполнения более сложных задач. Коботы также могут использоваться для выполнения задач, опасных или сложных для человека, например, работы в опасных условиях или подъема тяжелых предметов [5].

В Калужской области действует более 300 сельскохозяйственных предприятий и компаний пищевой и перерабатывающей промышленности, а также около 750 фермерских хозяйств. Практически все предприятия, реализующие инвестиционные проекты при поддержке регионального Минсельхоза, начали внедрять ИТ-технологии.

Благодаря поддержке со стороны государства, цифровые технологии становятся доступными не только для крупных компаний, но и для малых фермерских предприятий. Примером такой поддержки может служить региональная программа "Создание 100 роботизированных ферм в Калужской области". Использование роботизированного оборудования помогает повысить конкурентоспособность малых бизнесов по сравнению с крупными агропромышленными предприятиями, а также увеличить объем производства до 15% по сравнению с традиционными методами. Кроме того, роботизированное оборудование позволяет решить проблему нехватки квалифицированных сотрудников и управлять фермерским бизнесом даже издалека [6].

2. ERP-система.

Одна из ключевых инноваций в автоматизации производства – внедрение ERP-систем (Enterprise Resource Planning). Это система программного обеспечения, которая помогает управлять всеми аспектами бизнеса-процессов – от управления поставками до бухгалтерии и управления персоналом. ERP-систему часто называют «центральной нервной системой предприятия». Она обеспечивает успешную автоматизацию, интеграцию и интеллектуальную обработку данных, способствуя эффективному выполнению всех повседневных бизнес-операций [7].

Выделим 5 главных особенностей ERP-системы для современного предприятия:

2.1.ERP-системы интегрируют различные функциональные области предприятия, такие как управление складом, производство, финансы и управление персоналом. Благодаря этому, данные не изолированы, а объединены в единую цифровую систему, где информация обновляется в режиме реального времени.

2.2.Прозрачность данных. ERP-системы обеспечивают прозрачность данных, предоставляя руководителям точную и актуальную информацию о состоянии бизнеса. Это помогает принимать обоснованные решения на основе фактических данных, снижать риски и повышать общую производительность.

2.3.Улучшение координации. ERP-системы помогают лучше согласовывать работу отделов компании, что упрощает коммуникацию и сотрудничество между уровнями управления внутри предприятия.

2.4.Сокращение времени на выполнение задач. Автоматизация рутинных задач в ERP-системах значительно ускоряет выполнение операций и освобождает сотрудников от монотонной работы, позволяя им сконцентрироваться на более важных аспектах.

2.5.Адаптация к изменениям. Гибкость ERP-систем позволяет легко приспосабливаться к изменениям в бизнес-среде, что необходимо для успешного функционирования и конкурентоспособности на современном рынке.

Таким образом, внедрение ERP-систем является стратегическим шагом для предприятий, которые стремятся оптимизировать свою деятельность, улучшить управление ресурсами и повысить конкурентоспособность [3].

Рассмотрим пример внедрения ERP-системы для автоматизации бизнес-процессов ОАО «Калужский турбинный завод».

ОАО «Калужский турбинный завод» (далее ОАО «КТЗ») с численностью работников более 5,5 тыс. человек входит в состав энергомашиностроительной компании ОАО «Силовые машины», где ERP-система является корпоративным стандартом. Введение ERP-системы стало важнейшей задачей, направленной на развитие предприятия и закрепление его конкурентных преимуществ, в том числе за счет повышения прозрачности планирования и оптимизации затрат. Решение ERP-системы объединило подразделения предприятия в единое информационное пространство, предоставило возможности контроля и изменения ключевых бизнес-процессов в соответствии с лучшими практиками внедрения. Запустив ERP-систему руководство пришло к выводу, что система уже не позволяет нарушать установленные правила и регламенты, отклоняться от заданной схемы бизнес-процессов. Применение процессного подход к формированию этапов и внедрению системы способствовало повышению эффективности бизнес-процессов на предприятии, быстрому выполнению поставленных задач и ориентации сотрудников и проектной команды на достижение бизнес-результатов.

3. Разговорный и генеративный AI

Широкое применение искусственного интеллекта (AI) можно назвать главным трендом в автоматизации бизнес-процессов. ИИ перестал быть выдумкой научно-фантастической литературы и стал неотъемлемой частью повседневной жизни. Данный тренд продолжает стремительно набирать обороты. Правительство России [предложило](#) на 80% нарастить финансирование исследований в области искусственного интеллекта в 2024 году.

Первым типом искусственного интеллекта является разговорный ИИ. Его определяют как технологию, которая позволяет осуществлять общение человека с информационными системами при помощи таких инструментов, как распознавание речи, понимание и обработка языка, диалогового движка и т.д. Разговорные ИИ-системы могут быть использованы для создания чат-ботов, виртуальных ассистентов, голосовых помощников и других приложений, которые способны понимать и отвечать на запросы пользователей. Однако, несмотря на точное понимание запросов человека и гибкость диалога, ответы бота зачастую являются предзаданными. Очевидно, почти каждый из нас не раз встречал подобные системы – разговорный ИИ принимает заказы на сайтах, записывает пациентов на прием к врачу, проводят NPS-опросы и т.д.

Второй тип – это генеративный ИИ (GenAI), который предназначен для обработки обширных массивов данных и выявления закономерностей, создавая в дальнейшем новый контент — текст (например, [ChatGPT](#) или YandexGPT), музыку, видео, изображения (например, Kandinsky от «Сбера») или программный код. Таким образом, генеративный ИИ имитирует творческую активность, присущую человеку [5].

Применение генеративного искусственного интеллекта в разговорных процессах предоставляет ряд преимуществ. С одной стороны, это позволяет значительно улучшить взаимодействие,

обеспечивая более глубокое понимание запросов и генерацию релевантных ответов в контексте диалога. С другой стороны, такие технологии существенно снижают затраты на настройку ботов для различных сценариев. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-процессы приводит к автоматизации коммуникаций с помощью ботов. Это позволяет повысить качество обслуживания клиентов и сократить текучку кадров, так как рутинные операции могут быть переданы роботам. Бизнес-помощники на базе искусственного интеллекта в текстовом и голосовом форматах уже трудно отличить от обычных сотрудников, так как они успешно выполняют широкий спектр коммуникативных задач в области маркетинга, продаж, обслуживания клиентов, а также даже в рекрутинге и управлении персоналом [4].

Компания из Калужской области Sintec Lubricants (входит в Sintec Group) и группа "Соллерс" первыми среди российских предприятий применили искусственный интеллект при разработке охлаждающей жидкости для использования в процессе гарантийного и сервисного обслуживания коммерческих автомобилей, сообщили ТАСС в пресс-службе компании. Эксперимент показал, что искусственный интеллект позволяет создавать формуляции не менее точно, чем специалисты-технологи, но при этом в несколько раз сокращая время на разработку.

Для подбора оптимальной рецептуры антифриза нейронные сети ознакомили с физико-техническими характеристиками ранее разработанных охлаждающих жидкостей. ИИ задали ключевые параметры, актуальные спецификации и требования производителей к целевому продукту. Итоговые предложения нейросети верифицировали и выбрали оптимальный вариант.

Sintec Group является одним из крупных российских производителей моторных масел и смазочных материалов. Продукция калужского предприятия экспортируется в 15 стран, в том числе на Ближний Восток, в Юго-Восточную Азию и страны СНГ. В конце 2023 года состоялась первая поставка партии автохимии в Китай.

Из исследований [Forrester Consulting](#), 97% организаций планируют в том или ином виде внедрить генеративный ИИ в свои бизнес-процессы до конца 2025 года, при этом, по данным [Gartner](#), 68% руководителей считают, что преимущества генеративного ИИ качественно перевешивают возможные риски [8].

4. Системы low-code/no-code

Чтобы оставаться конкурентоспособным предприятием, помимо автоматизации производственных процессов компаниям важны гибкость и скорость реакции на рыночные изменения, а также возможность проводить продуктовые эксперименты и проверять гипотезы. Именно поэтому сегодня так актуальны универсальные и доступные решения, которые можно создать или настроить без больших трудозатрат. Все больше компаний обращается к готовым облачным системам low-code/no-code вместо разработки собственных продуктов с нуля.

No-code предполагает создание сайтов, приложений, голосовых роботов и других IT-решений с помощью графических конструкторов, не требующих глубоких знаний программирования. Так, no-code гарантируют компаниям процесс внедрения и использования цифровых продуктов как можно более простым и удобным для всех заинтересованных сторон. Платформы low-code, в свою очередь, снабжены не только готовыми компонентами, но и функционалом для работы с внешним программным кодом. Этот подход обеспечивает баланс между гибкостью разработки и скоростью внедрения [1].

Из практики использования облачных систем следует, что крупные заказчики чаще прибегают к функциональности low-code, в то время как малые и средние бизнесы предпочитают использовать no-code. В прошлом году IT-отрасль столкнулась с уходом множества зарубежных вендоров, что вынудило российские компании пересмотреть свои подходы к цифровизации и адаптироваться к отсутствию иностранного программного обеспечения. Эти изменения привели к тому, что российский бизнес стал широко использовать Low-Code-платформы: на данный момент 70% компаний внедряют платформы, позволяющие создавать информационные системы из готовых блоков, как в конструкторе, с минимальным программированием. Это впечатляющий рост по сравнению с тем, что два года назад только 25% организаций использовали «низкий код». С помощью Low-Code-подхода российский бизнес в основном автоматизирует рутинные операции (RPA) и цифровизирует поддерживающие функции, такие как управление проектами и знаниями.

По оценке Gartner, к 2024 году более 65% разрабатываемых приложений [будет](#) построено с помощью инструментов Low-Code, а мировой рынок Low-Code-разработки вырастет на 20% , т.е. до \$26,9 млрд. Сервисы no-code и low-code становятся мощным инструментом для цифровой трансформации предприятий, позволяя им быть более инновационными в стремительно меняющейся бизнес-среде [11].

5.Предиктивная аналитика и BI-системы

В условиях высокого уровня неопределенности в мире, множества неизвестных и увеличения массива собственных данных многим компаниям становится сложнее планировать на перспективу и принимать управленческие решения здесь и сейчас. Поэтому быстрыми темпами растёт спрос на гибкие инструменты сбора, комплексной обработки, систематизации данных и построения на их основе предиктивной аналитики. По прогнозам, рынок сервисов бизнес-аналитики в России вырастет как минимум на треть по итогам 2023 года.

BI (Business intelligence) – программы, которые объединяют накопленные компанией в разных системах фактические данные и превращают их в наглядные итоги для принятия решений и дальнейшего контроля достижения финансовых показателей. Для эффективного управления организацией важна предиктивная, или предсказательная, аналитика, которая позволяет строить прогноз динамики ключевых для бизнеса метрик. Например, какой сегмент потенциальных клиентов принесет больше прибыли [2].

Один из примеров применения предиктивной аналитики и BI-системы в России можно найти в сфере ритейла. Крупные розничные сети используют аналитические инструменты для анализа данных о покупках клиентов, погодных условиях, сезонных трендах и других факторах, чтобы предсказывать спрос на определенные товары в разное время года. Это позволяет им оптимизировать запасы, избегать излишков или дефицитов, а также улучшить общий уровень обслуживания клиентов.

BI-системы в свою очередь позволяют визуализировать и анализировать данные из различных источников, создавать отчеты и дашборды для принятия управленческих решений на основе фактических данных. Это помогает компаниям быстро реагировать на изменения на рынке, оптимизировать процессы и улучшать эффективность бизнеса. Таким образом, предиктивная аналитика и BI-системы становятся важными инструментами для улучшения оперативности и точности принятия решений в розничном секторе России [10].

Все вышеперечисленные новшества в сфере автоматизированных производственных систем могут значительно улучшить производительность, качество и гибкость производства, улучшить качество обслуживания и укрепить отношения с клиентами. Изучение и внедрение этих инноваций помогут предприятиям повысить свою конкурентоспособность, повысить эффективность и создать более гибкое и устойчивое производство. Компании, решившие внедрить цифровые стратегии, получают конкурентное преимущество на быстро изменяющемся рынке.

Современные IT-решения для автоматизации бизнеса фокусируются на разговорном и генеративном ИИ, предиктивной аналитике, а также на платформах no-code и low-code. Эти тренды не только определяют текущую картину рынка, но и формируют его будущее.

Важно отметить, что успешная цифровая трансформация требует не только внедрения новых технологий, но и изменения корпоративной культуры и обучения сотрудников. Руководство предприятия должно поддерживать инновации и стимулировать сотрудников к постоянному обучению и развитию.

Библиографический список

1. Автоматизированные системы производства: принципы и практика / А.А. Федотов, В.Г. Зотов, В.В. Петров, Н. Н. Сорокин и др. М.: Издательский дом "Интеллект", 2020.
2. Инновационная деятельность в автоматизации и управлении производством / С.П. Чухломин, В.И. Марочко, В. А. Зубков. - М.: Наука, 2021.
3. Инновационные технологии в автоматизированных системах производства / Е.А. Сергеев, А.В. Сорокин, Н.В. Юрченко. М.: КноРус, 2021.
4. Интеллектуальные системы в автоматизированном производстве / Е.В. Булатов, В.Д. Кленин, А.С. Стукачев. М.: Горячая линия-Телеком, 2020.
5. Автоматизация бизнеса: три значимых тренда в России в 2024 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/innovation/65a560b79a79470420181321>.
6. В Калуге начали цифровизацию агропрома | Новости ProКачество. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kachestvo.pro/news/v-kaluge-nachali-tsifrovizatsiyu-agroproma/?ysclid=ltvxcmln4343253320>.
7. Инновации в автоматизации производства: кому и в чем это выгодно? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://smart-lab-ru.turbopages.org/smart-lab.ru/s/blog/963570.php>.
8. Калужская компания первой в РФ разработала охлаждающую жидкость с помощью ИИ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass-ru.turbopages.org/tass.ru/s/ekonomika/19876221>.
9. Цифровая трансформация как ключ к конкурентоспособности компании | РБК Компании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/DSYZUAVzUQ/tsifrovaya-transformatsiya-kak-klyuch-k-konkurentosposobnosti-kompanii/>.

10. Цифровизация ритейла. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровизация_ритейла._Обзор_TAAdviser_2023ysclid=lnnrhvjkl463352131.

11. 70% российских компаний используют Low-Code-разработку. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forbes-ru.turbopages.org/forbes.ru/s/tehnologii/497719-70-rossijskih-kompanij-ispol-zuut-low-code-razrabotku>.

УДК 378.147

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*Петрова Г.В. бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Статья посвящена изучению трансформации финансового образования в эпоху цифровизации. Современный рынок труда на этапе цифровой трансформации экономических и социальных процессов ставит базовую задачу обеспечения подготовки высококвалифицированных кадров для экономики новых технологий. В статье выявлены тенденции цифровой трансформации в образовании, указаны новые тренды в связи с цифровизацией. Также рассматриваются компетенции финансистов будущего и указываются направления движения финансовых специалистов в настоящее время.

Ключевые слова. Финансы, финансовое образование, цифровая трансформация, компетенции финансистов, финансовая грамотность.

TRANSFORMATION OF FINANCIAL EDUCATION IN THE AGE OF DIGITIZATION

*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 is devoted to the study of the transformation of financial education in the era of digitalization. The modern labor market at the stage of digital transformation of economic and social processes poses the basic task of ensuring the training of highly qualified personnel for the economy of new technologies. The article identifies trends in digital transformation in education and indicates new trends in connection with digitalization. The competencies of financiers of the future are also discussed and the directions of movement of financial specialists at the present time are indicated.

Keywords. Finance, financial education, digital transformation, competencies of financiers, financial literacy.

Со временем то, как мы изучаем экономику и финансы, претерпело заметные изменения, перейдя от традиционных методов к более увлекательным и доступным подходам. Автоматизация финансовой сферы началась с простых по современным меркам программ для бухгалтерского учета. Сегодня она находится на стадии, когда финансы уже не могут существовать без ИТ. Образование становится все более доступным и увлекательным, появляются все более передовые решения для обслуживания процессов преподавания и обучения, а учебным заведениям необходимо внедрять цифровые инструменты, чтобы предоставить своим учащимся цифровые навыки, необходимые для современного рабочего места.

Цифровая трансформация – это фундаментальная перестройка организации, которая предполагает разработку новой цифровой бизнес-модели и связанных с ней стратегий, основанных на интеграции передовых технологий.

В секторе образования это означает гораздо больше, чем получение конкурентного преимущества, это дает возможность решать индивидуальные и глобальные проблемы, такие как проблема учащихся с ограниченным доступом к образованию, стремление обеспечить образование для всех и повышение качества предлагаемого образования [2].

Тенденции цифровой трансформации в образовании:

1. Искусственный интеллект – эта технология используется для создания машин, которые могут понимать язык, распознавать изображения, учиться и решать проблемы. В сфере финансового образования к ней можно отнести:

- Индивидуальные уроки. Решения на базе искусственного интеллекта позволяют учебным заведениям адаптировать программы и разрабатывать персонализированные уроки по финансам и

автоматизированные учебные планы на основе анализа успеваемости, знаний и уровня квалификации учащихся.

- Оценки с поддержкой искусственного интеллекта. Инструменты искусственного интеллекта могут оценивать работу студентов, определять их слабые места и выделять темы, требующие большего внимания, а также выявлять учащихся, которым может грозить исключение, чтобы преподаватели могли помочь им не отставать от программы.

- Консультации для студентов. Искусственный интеллект может использоваться для управления студенческими консультационными службами, которые управляют распространенными или простыми запросами, позволяя преподавателям, методистам и административному персоналу сосредоточиться на более сложных вопросах.

2. Машинное обучение. Это подмножество искусственного интеллекта, которое позволяет машинам использовать алгоритмы для обучения на основе шаблонов в данных, имитируя способ обучения людей. Простые аналитические операции, такие как составление кредитного рейтинга, одобрение заявок на предоставление кредита или их передача на рассмотрение специалистам, уже давно выполняются машинами. В этих условиях руководители, в том числе финансовые директора, вынуждены менять стратегии принятий решений, добавляя к традиционному прогнозированию и мониторингу креативность, инновации и нелинейное мышление. Для финансовых отделов это означает в том числе и выход на новый уровень взаимодействия с другими участниками процесса внутри компании и за ее пределами. МО может использоваться в образовании следующими способами:

- Помощь в обучении. Образовательные учреждения могут использовать МО для предоставления студентам и преподавателям учебных пособий, конспектов лекций, практических занятий и решений, повышающих эффективность процесса обучения.

- Прогнозирование. Учебные заведения могут прогнозировать количество зачисленных, выявлять студентов, которые с наибольшей вероятностью добьются успеха, и тех, кто больше всего подвержен риску исключения, кому потребуется дополнительная поддержка, и все это с помощью алгоритмов МО.

- Автоматизация. Многие повторяющиеся административные действия можно легко автоматизировать с помощью МО, предоставляя преподавателям и другому персоналу ценное время для решения других задач.

3. Интернет вещей (IoT) IoT – это система устройств, связанных через Интернет. Эта технология постепенно набирает популярность среди образовательных учреждений, обеспечивая улучшенную связь, создание сообщества и повышенную безопасность. Решения IoT помогают учащимся и преподавателям взаимодействовать друг с другом и получать доступ к учебным материалам, улучшая взаимодействие и производительность, а также позволяя организациям надежно контролировать окружающую среду. В образовании IoT можно использовать следующими способами.

Умные классы. Интернет вещей может превратить классные комнаты в передовые учебные пространства, где учащиеся могут взаимодействовать с преподавателем и друг с другом. Компьютер учителя, интеллектуальная доска, планшеты, ноутбуки, гарнитуры виртуальной реальности и другое цифровое оборудование обеспечивают привлекательную и гибкую среду для учащихся и преподавателей.

4. Геймификация и интерактивное обучение: геймифицированные элементы и интерактивные упражнения способствуют финансовому образованию и поощряют активное участие.

Новые тренды в связи с цифровизацией описываются по следующим направлениям: данные, ценности и бизнес-модели.

Данные. В том, как специалисты по финансам обращаются с данными, прослеживается тренд на все большую автоматизацию процессов сбора и обработки данных и все увеличивающуюся необходимость внедрять инструменты, которые позволяют анализировать и эффективно использовать эти данные. То, чем испокон веков занимались представители финансовой сферы, – оценкой операционной и производственной результативности организации – теперь занимаются алгоритмы. Для людей в мире финансов настала новая эра – эра анализа рынка, создания ценности для клиента и способов монетизации данных.

Ценности. Факторы стоимости бизнеса неизменно сдвигаются в сторону от материальных (таких как собственность, оборудование, запасы) к нематериальным ценностям (таким как бренд, доверие, патент, кадры) последние 30 лет. При этом нематериальные ценности не находят отражения в бухгалтерской отчетности, что все чаще делает документы, характеризующие финансовое состояние организации, не имеющими отношения к действительности. Финансовым специалистам предстоит

массово проделать большую работу по созданию новой системы оценки результатов, в которой предусмотрено измерение нематериальных активов, интеллектуального капитала и анализ их взаимосвязи с ценностью компании и потенциалом для ее роста [1].

Бизнес-модели. Еще один тренд в финансовой сфере, связанный с глобальной цифровизацией, – это необходимость понимания бизнес-модели компании ее финансовыми сотрудниками. Бизнес-модель – это единая система того, как организация определяет и создает свою ценность и как взаимодействует с внешним миром. Она объединяет деятельность всех департаментов. Чтобы выйти за рамки алгоритмизированной работы, которая подвергается все большей автоматизации, на новый уровень функционирования внутри компании, финансовые специалисты должны действовать не изолированно, а на основе своего понимания бизнес-модели и в тесном взаимодействии с другими отделами.

Социальные сети и другие информационные платформы оказывают огромное влияние на то, как организации строят свою работу. Теперь каждый имеет доступ к данным, и все участники экономического процесса находятся на виду друг у друга в реальном времени. Компаниям приходится отчитываться за каждый свой шаг, каждое проявление в публичном пространстве. Потребитель имеет возможность за несколько секунд сравнить цены и почитать отзывы на продукт или услугу. Этот фактор заставляет компании:

– пересматривать свои бизнес-модели;

– двигаться в сторону предложения услуг и опыта взаимодействия с брендом, а не просто продуктов;

– менять форматы доступа к продуктам и услугам.

Чтобы решать задачи, которые встают перед организациями в связи с вышеупомянутыми вызовами и трендами, не увеличивая при этом расходы, финансовым директорам приходится выходить из зоны комфорта и играть по-крупному, а именно:

– внедрять цифровые технологии во все процессы, начиная со сбора данных и заканчивая принятием решений;

– повышать квалификации команды, превращая сотрудников из простых счетоводов в настоящих партнеров по бизнесу.

Представители финансового сектора должны демонстрировать компетенции, которые раньше от них либо не требовались, либо требовались в ограниченном объеме от топ-менеджеров и узких специалистов. Список этих компетенций связан с автоматизацией рутинных вычислительных процессов, необходимостью внедрять технологическое программное обеспечение, а также предлагать инновационные решения на основе работы с ним. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции финансистов будущего

Компетенции финансистов будущего		
Общая цифровая грамотность	Специальные знания на стыке IT и финансов	Бизнес- и надпрофессиональные навыки (soft skills)
<p>Чтобы успешно функционировать в корпоративных условиях, любому современному человеку, в т.ч. и представителю финансовой сферы, нужно обладать навыками по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обработка информации • Цифровая коммуникация • Создание цифрового контента • Цифровая безопасность 	<p>От работников финансового сектора требуется экспертность в следующих областях:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Облачные вычисления • Конфиденциальность и безопасность • Анализ данных • Новые бизнес-модели 	<p>В финансовой сфере идет все большая ориентация на гибкие навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Умение решать сложные задачи • Ведение переговоров • Умение принимать решения с учетом особенностей цифровой среды • Критическое мышление • Креативность • Активное обучение в течение всей жизни

Таким образом, финансовая сфера одновременно взяла два направления: на автоматизацию и гуманизацию. Освободившись от большинства изнуряющих рутинных задач, финансовые специалисты движутся в сторону

а) управления базами данных – работа на стыке финансов и IT;

б) кросс-функциональных и междисциплинарных процессов по созданию ценности компании – работа, которая помимо умения использовать сугубо финансовые инструменты, требует высокого уровня коммуникации и нестандартного мышления [3].

Пересечение финансового образования и технологий открыло людям новые возможности для повышения уровня знаний в области финансов и принятия обоснованных экономических решений.

Поскольку технологии продолжают развиваться, учет и сочетание этих достижений с надежным экономическим образованием имеет решающее значение для успешного ориентирования в сложностях современных финансовых операциях.

Наделенные знаниями и руководствующимися технологиями, люди могут уверенно участвовать в динамичном мире торговли валютой и инвестиций, обеспечивая свое экономическое будущее в постоянно меняющемся глобальном ландшафте.

Будущее финансовой сферы – за профессионалами, которые смогут создавать новые возможности для сотрудников и клиентов своей организации при помощи специализированных знаний, технологических инструментов и надпрофессиональных навыков

Библиографический список

1. Высшее образование в условиях цифровой трансформации: организационный и финансовый аспекты // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vysshee-obrazovanie-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-organizatsionnyu-i-finansovyyu-aspekty> (дата обращения: 19.03.2024).

2. Концепция финансового образования в условиях реализации национальных целей по обеспечению возможностей для самореализации // КиберЛенинка : сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-finansovogo-obrazovaniya-v-usloviyah-realizatsii-natsionalnyh-tseley-po-obespecheniyu-vozmozhnostey-dlya> (дата обращения: 18.03.2024).

3.Необходимость финансового образования // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-finansovogo-obrazovaniya> (дата обращения: 20.03.2024).

4.Образование в условиях финансовой цифровизации // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovanie-v-usloviyah-finansovoy-tsifrovizatsii> (дата обращения: 20.03.2024).

УДК 378:004.9

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Семыкина К.А. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрены ключевые аспекты применения технологии блокчейн в образовании, ее потенциальные преимущества и проблемы, а также примеры успешной реализации проектов на основе этой инновационной технологии.

Ключевые слова: инновации, образование, цифровизация, блокчейн

ECONOMIC INFORMATION SYSTEMS IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF THE REGION

Semykina K. A. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: O. I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The key aspects of the use of blockchain technology in education, its potential advantages and problems, examples of successful implementation of projects based on this innovative technology is considered in the work.

Keywords: innovation, education, digitalization, blockchain

В современном мире технология блокчейн широко применяется в различных отраслях, но ее потенциал в образовании остается еще не вполне исследованным. Образовательные учреждения по всему миру начинают осознавать преимущества, которые может принести использование блокчейн технологии в учебном процессе. От повышения прозрачности и безопасности данных до улучшения аутентификации студентов и поддержки цифровых дипломов – блокчейн открывает новые перспективы для образования. В данной статье мы рассмотрим ключевые аспекты применения технологии блокчейн в образовании, ее потенциальные преимущества и проблемы, а также примеры успешной реализации проектов на основе этой инновационной технологии.

Блокчейн – технология, которая позволяет сохранять и передавать данные в виде последовательности связанных блоков. Каждый блок содержит информацию и ссылку на предыдущий – вместе они образуют цепочку.

Использование технологии блокчейна – это распределенная и децентрализованная технология цифрового реестра, которая записывает транзакции и данные на нескольких компьютерах или узлах.

Преимущества использования технологии блокчейн в образовании:

1. Повышенная безопасность и подлинность.

Технология блокчейн обеспечивает безопасность и подлинность образовательных учетных данных, сертификатов и записей. Использование технологии блокчейн в сфере образования позволяет создавать защищенные от несанкционированного доступа цифровые сертификаты и хранить их в неизменяемом реестре. Это устраняет риск поддельных учетных данных и повышает доверие и уверенность в сфере образования.

2. Оптимизированные процессы проверки

Благодаря блокчейну проверка образовательных документов становится более эффективной и четкой. Работодатели и образовательные учреждения теперь могут быстро проверить подлинность сертификатов, получив доступ к реестру блокчейна. Это снижает административную нагрузку и ускоряет процессы найма и приема на работу. Это одно из лучших применений блокчейна в образовании.

3. Прозрачное и надежное управление транскриптами

Блокчейн помогает прозрачно и надежно управлять академическими транскриптами. Студенты могут на протяжении всей жизни вести учет своих образовательных достижений в блокчейне, включая курсы, оценки и сертификаты. Этот децентрализованный подход обеспечивает целостность данных и позволяет беспрепятственно обмениваться транскриптами с работодателями или другими образовательными учреждениями.

4. Содействие непрерывному обучению и развитию навыков

Блокчейн поддерживает выдачу и проверку микрокредитов и цифровых значков, которые признают определенные навыки и достижения. Учащиеся могут получить эти полномочия и значки, продемонстрировав свой опыт и повысив свои возможности трудоустройства. Кроме того, технология блокчейна в сфере образования может обеспечить персонализированные пути обучения, обеспечивая обучение на протяжении всей жизни и постоянное развитие навыков.

5. Эффективное сотрудничество и коллегиальная оценка

Технология блокчейн обеспечивает децентрализованное сотрудничество и экспертную оценку. Студенты могут участвовать в одноранговых оценках и получать обратную связь через смарт-контракты и децентрализованные системы. Это способствует созданию более инклюзивной и интерактивной среды обучения, способствуя сотрудничеству студентов и обмену знаниями.

Проблемы внедрения блокчейн в образование:

1. Недостаток осведомленности и понимания

Многие педагоги и сотрудники образовательной отрасли имеют ограниченные знания об использовании технологии блокчейна и ее потенциальных применениях в образовании, что препятствует ее внедрению и использованию.

2. Интеграция с существующими системами

Интеграция технологии блокчейна с существующими образовательными системами и платформами может оказаться сложной задачей. Проблемы совместимости, миграция данных, а также необходимость обучения и поддержки создают препятствия в процессе внедрения.

3. Стоимость и инфраструктура

Внедрение технологии блокчейн в образовании требует инвестиций в инфраструктуру, включая аппаратные и программные ресурсы. Затраты на первоначальную установку и обслуживание могут создать финансовые проблемы для образовательных учреждений.

4. Конфиденциальность и защита данных

Прозрачность и неизменность блокчейна могут противоречить необходимости защиты конфиденциальных данных учащихся. Сбалансировать прозрачность с правилами конфиденциальности и обеспечить защиту данных может быть непросто. Нормативно-правовые аспекты Технология блокчейн в образовании может столкнуться с нормативными и юридическими проблемами, особенно в отношении владения данными, прав интеллектуальной собственности и соблюдения законов и правил о конфиденциальности.

Применение технологии блокчейн в образовании

Отслеживание дипломов и сертификатов

Хранение сведений в блокчейн защищает работодателей от поддельных сертификатов и дипломов. Чтобы проверить диплом, не надо поднимать все архивы, достаточно нажать кнопку в приложении. Фальсифицировать дату выдачи документа, «задвоить» копии или украсть бланки невозможно. Для выпускников тоже плюс — можно не носить бумажные копии и не волноваться, что они испортятся или потеряются.

Первые цифровые сертификаты в 2015 году получили сотрудники Массачусетского технологического института. Сегодня цифровые дипломы выдают более чем в 20 странах. В том числе и в России. В 2018 году Финансовый университет при Правительстве РФ начал использовать блокчейн для верификации дипломов. А в 2020 году Пензенский государственный университет выдал первые блокчейн-дипломы.

Выдача грантов и кредитов на образование

Процесс выдачи кредитов на образование и оплаты учебы непростой. Проверка кредитных историй и определение условий выдачи займа требуют времени. Блокчейн поможет сократить срок принятия решения о кредите до одного дня. Эта же система упростит сложный процесс выдачи грантов и сделает его объективнее.

Дистанционное голосование

Блокчейн-платформой для голосований уже воспользовались в Математическом институте имени В. А. Стеклова и в МФТИ. Раньше участники диссертационных советов обсуждали кандидатские за закрытыми дверями, чтобы исключить манипуляции и давление. А теперь одобрять кандидатов можно дистанционно, при этом сохраняя тайну голосования и объективность.

Авторские права и антиплагиат

Если над проектом работала группа студентов, то в блокчейне легко отследить вклад каждого участника. Это может помочь в спорах вокруг авторских прав и денежных вознаграждений. Кроме того, блокчейн упрощает отслеживание плагиата. Возможность получить вознаграждение стимулирует пользователей искать заимствования и добавлять их в базу.

Перспективы

Варианты использования блокчейна системой образования не ограничены одним лишь хранением документов в базе данных. Все преимущества технологии могут в корне изменить систему образования, способствуя ее развитию для всех участников образовательного процесса. По прогнозам технология сделает образование более доступным в глобальном смысле.

1. Для образования:

- Повышение прозрачности и безопасности данных: блокчейн обеспечивает надежное хранение информации, что способствует борьбе с подделками документов и мошенничеством.
- Поддержка цифровых дипломов: благодаря блокчейну студенты могут иметь доступ к своим цифровым дипломам в любое время, что упрощает процесс верификации квалификаций.

2. Для студентов:

- Удобство и простота верификации документов: студенты могут легко подтвердить свои достижения и квалификации с помощью цифровых дипломов на основе блокчейна.
- Возможность участвовать в децентрализованных образовательных платформах: блокчейн позволяет создавать новые форматы онлайн-образования с учетом интересов и потребностей студентов.

3. Для работодателей:

- Упрощенный процесс проверки квалификаций: работодатели могут быстро и надежно проверить подлинность дипломов и сертификатов, что способствует принятию более обоснованных решений при найме персонала.
- Повышение доверия к кандидатам: благодаря использованию цифровых дипломов на основе блокчейна работодатели могут быть уверены в достоверности представленной информации о квалификациях соискателей

4. Для преподавателей:

- Улучшенная система оценки студенческих достижений: блокчейн позволяет отслеживать успехи студентов и оценивать их работу, что способствует более объективной оценке знаний.
- Повышение эффективности административных процессов: благодаря автоматизации процессов на основе блокчейна преподаватели могут сосредоточиться на обучении студентов, минимизируя рутинные задачи.

Библиографический список

1. Генкин А.С. Блокчейн: Как это работает и что ждет нас завтра / А.С. Генкин, А.А. Михеев. Москва: Альпина Паблицер, 2018. 592 с.

2. Поляков Н.Е. Внедрение технологии блокчейн в образование: зарубежный опыт / Н.Е. Поляков, А.В. Солодов // Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика: сборник статей III Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. Ч. 2 С. 100–104.

3. Пряников М.М. Блокчейн как коммуникационная основа формирования цифровой экономики: преимущества и проблемы / М.М. Пряников, А.В. Чугунов // International Journal of Open Information Technologies. 2017. Т. 5 № 6. С. 49–55.

УДК 33:334.7

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ОПЫТ РАЗВИТИЯ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Шершкина А.В., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: О.И. Костина, кандидат экономических наук, доцент,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Данная статья исследует роль кластерного подхода в поощрении экономического развития на примере опыта Калужской области. Кластерный подход представляет собой стратегический инструмент, способствующий созданию конкурентных преимуществ и устойчивого роста в регионе. В статье рассматриваются основные принципы кластерного подхода, его влияние на развитие экономики, успешные кейсы развития кластеров в регионе. В статье приведен пример реализации кластерной политики в Калужской области, в которой функционируют 8 кластеров: фармацевтический, автомобильный, туристический, композитный, ядерный, образовательный, агропромышленный и ИКТ-кластер. На них последнее время оказывают негативное воздействия начавшаяся в 2020 году пандемия COVID-19, нестабильная военно-политическая обстановка в мире и введение в 2022 году санкции против России. В результате исследования приводятся перспективы развития кластеров в Калужской области и предложения по дальнейшему усилению и стимулированию экономического роста через кластерный подход. Анализируя опыт Калужской области, статья подчеркивает значимость кластеров как эффективного инструмента ускоренного развития экономики региона и поддержки устойчивого экономического роста.

Ключевые слова: кластерный подход, стимулирование экономического роста, Калужская область, устойчивое развитие, инновации, конкурентоспособность, сотрудничество, индустрия, региональное развитие, промышленность, инвестиции.

CLUSTER APPROACH AS A TOOL FOR STIMULATING ECONOMIC GROWTH: DEVELOPMENT EXPERIENCE IN THE KALUGA REGION

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. This article explores the role of the cluster approach in promoting economic development using the example of the Kaluga Region experience. The cluster approach is a strategic tool that contributes to the creation of competitive advantages and sustainable growth in the region. The article discusses the basic principles of the cluster approach, its impact on economic development, and successful cases of cluster development in the region. The article provides an example of the implementation of cluster policy in the Kaluga region, which has 8 clusters: pharmaceutical, automotive, tourism, composite, nuclear, educational, agro-industrial and ICT cluster. They have recently been negatively affected by the COVID-19 pandemic that began in 2020, the unstable military and political situation in the world and the introduction of sanctions against Russia in 2022. As a result of the study, the prospects for the development of clusters in the Kaluga region and proposals for further strengthening and stimulating economic growth through the cluster approach are presented. Analyzing the experience of the Kaluga Region, the article emphasizes the importance of clusters as an effective tool for accelerated development of the region's economy and support for sustainable economic growth.

Keywords: cluster approach, stimulating economic growth, Kaluga region, sustainable development, innovation, competitiveness, cooperation, industry, regional development, industry, investment.

В контексте современного этапа экономического развития, проходящего в рамках постиндустриальной концепции, регионы претерпевают значительные изменения в своих функциях и роли. Вместо простой физической площадки для размещения производственных ресурсов и факторов, регионы становятся все более зависимыми от информационных и научных ресурсов. Это включает в себя не только информацию как таковую, но и инновации, а также инфраструктуру,

необходимую для развития человеческого капитала и внедрения нововведений. Эти элементы становятся ключевыми факторами, определяющими конкурентоспособность территорий в постиндустриальную эпоху, и способствуют саморазвитию регионов и общества в целом.

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом к изучению эффективности кластерного подхода в региональном развитии. Калужская область является одним из российских лидеров в области применения кластерной стратегии, и анализ ее опыта может быть полезен для других регионов и стран, стремящихся к устойчивому экономическому росту и инновационному развитию. Целью данной статьи является изучение и анализ опыта применения кластерного подхода в управлении экономикой Калужской области. В статье рассматриваются конкретные примеры реализации кластерной политики в регионе, а также ее результаты и эффекты на различные сферы жизни.

Кластерный подход в экономике – это стратегия развития, основанная на объединении различных предприятий, исследовательских центров и других организаций в общую структуру для достижения конкурентных преимуществ и стимулирования инновационного развития. Кластерный подход предполагает объединение различных предприятий, исследовательских центров и других организаций в рамках одной территории для достижения конкурентных преимуществ, стимулирования инновационного развития и повышения эффективности использования ресурсов. Такой подход позволяет улучшить взаимодействие между участниками кластера, создать условия для развития малого и среднего бизнеса, а также повысить уровень занятости и качество жизни населения. Кроме того, кластеры способствуют привлечению инвестиций и развитию инфраструктуры, что в свою очередь способствует экономическому росту региона в целом.

Правительство Российской Федерации активно поддерживает развитие кластеров в экономике страны. В 2008 году была принята концепция долгосрочного социально-экономического развития, которая определила основные направления кластерной политики. Основная цель кластеризации – выявление и развитие сильных сторон регионов, повышение их конкурентоспособности на мировом рынке. Кластеры создаются и развиваются на той территории, где существуют объективные условия для объединения и взаимодействий предприятий определенного типа. Данные предприятия создают совместный продукт, на территории действует распределение труда и ресурсов [6].

Помощь в финансировании кластеров в Российской Федерации поступает от Инвестиционного фонда Российской Федерации, государственной корпорации «Банка развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)», ОАО «Российской венчурной компании», Фонда содействия развития малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Калужская область входит в топ лучших регионов страны, в которых успешно функционирует кластерная модель экономики. Важным моментом для развития региона стало принятие Правительством Калужской области в 2009 году стратегии социально-экономического развития региона до 2030 года, которая включала три важных параметра – инновации, инвестиции, индустрия туризма [2].

На сегодняшний день в Калужской области существует 8 кластеров: фармацевтический, автомобильный, туристический, композитный, ядерный, образовательный, агропромышленный и ИКТ-кластер.

Фармацевтический кластер в Калужской области работает над созданием и внедрением новаторских научных концепций и технологий. В состав данного кластера входят не только предприятия по производству, но и объекты по переработке отходов фармацевтической промышленности. Данный кластер был основан в марте 2012 года, объединив 12 предприятий с общим объемом выручки в 5,2 миллиарда рублей. Через 8 лет количество компаний в кластере выросло до 65, а выручка увеличилась до 55,2 миллиарда рублей. В кластер входят как российские, так и международные компании, а также три научных центра, 40 малых инновационных и проектных фирмы, и 12 GMP-стандартам соответствующих заводов, выпускающих 162 готовых лекарственных препарата. Динамика основных показателей деятельности Ассоциации Калужского фармацевтического кластера представлены на рисунке 1.

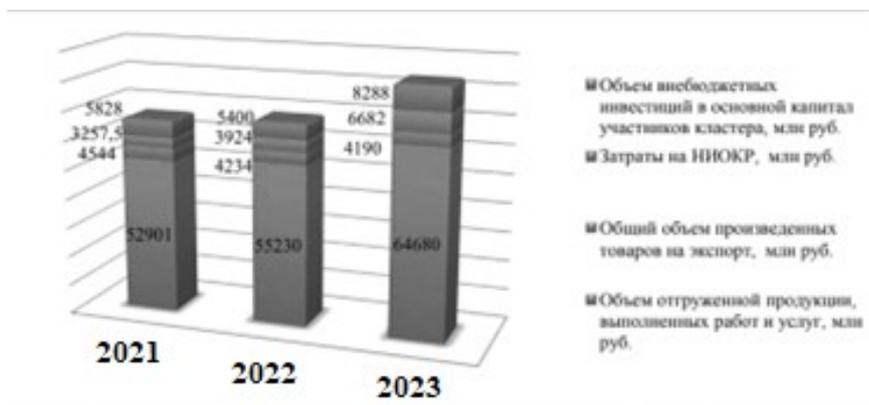


Рисунок 1. Динамика основных показателей деятельности Ассоциации КФК (источник: составлено на основании данных сайта).

Из представленных данных на рисунке 1 можно увидеть, что объемы отгруженной продукции, выполненных работ и услуг, а также объем внебюджетных инвестиций в основной капитал участников фармацевтического кластера ежегодно увеличивались, что свидетельствует о положительной динамике развития кластера. Это позволяет Ассоциации КФК привлекать больше средств для развития своего производства и инноваций. Об этом также свидетельствует увеличение затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Однако, за период с 2021 по 2023 год, объем экспортируемой продукции кластера снизился.

Данный кластер в 2013 году выиграл конкурс Правительства Российской Федерации и вошёл в число первых 14 пилотных инновационных кластеров страны. В 2016 году прошёл отбор и стал участником приоритетного проекта Минэкономразвития РФ «Формирование кластеров-лидеров мирового уровня инвестиционной привлекательности». Данные статусы позволяют калужскому кластеру получать дополнительную поддержку со стороны государства. Фармацевтический кластер имеет возможность получать льготный доступ к программам финансирования Фонда развития промышленности (ФРП) [5].

Структура и ключевые участники Калужского фармацевтического кластера представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Структура и ключевые участники Калужского фармацевтического кластера

В связи с начавшейся спецоперацией на Украине были введены ряд санкций на Российскую Федерацию, которые оказали негативное воздействие на работу и развития кластеров в стране. В Калужской области пришлось приостановить работу 18 предприятиям и 7037 людей остались без работы. Больше всего от санкций пострадал автокластер. В Калуге пришлось временно закрыться автомобильным заводам Volkswagen, Volvo, Peugeot, Opel и автоконцерну Stellantis из-за проблем с логистикой, так невозможно в нынешних условиях поставлять запчасти из-за рубежа для сборки автомобилей.

Сегодня руководство страны и регионов активно работает над устранением негативных последствий, вызванных введением санкций. Были разработаны новые пути доставки

комплектующих деталей и исследованы возможности их приобретения за границей. Министерство экономического развития и промышленности утвердило план противодействия санкциям, включающий в себя 52 мероприятия на общую сумму свыше 1 миллиарда рублей. Кроме того, Фонд развития промышленности предоставил российским предприятиям, специализирующимся на производстве автокомплектующих, возможность получить новый кредит "Автокомпоненты" под 1% годовых. В апреле 2022 года вышли распоряжения Правительства России, в соответствии с которыми региональный Фонд развития промышленности будет докапитализирован дважды: для реализации инвестиционных проектов на 81,3 млн руб. и для погашения процентов по кредитам на оборотные средства на 99,5 млн руб.¹

Транспортно-логистическая система в Калужской области имеет высокий уровень развития, что является ее главным преимуществом. Значительную роль в этом играет инновационная экспортно-логистическая инфраструктура «Фрейт Вилладж Ворсино», которая обеспечивает эффективность, скорость и надежность логистических операций благодаря применению smart-технологий и цифровых решений. Расположенная на площади 570 гектаров вдоль федеральной трассы М3 «Москва-Киев», «Фрейт Вилладж Ворсино» интегрирует три вида транспорта: автомобильный, авиационный (аэродром Ермолино) и железнодорожный. Железнодорожный терминал позволяет осуществлять перевалку грузов равную 500 000 ДФЭ в год, за счет 6 путей по 1 км, каждый из которых вмещает контейнерный поезд. Ежедневно на нем работают 2 тепловоза и 2 крана, осуществляющих подачу и уборку вагонов. Тепловозы принадлежат индустриальному парку «Ворсино», что является большим преимуществом.

С 2013 года начал функционировать Калужский ИКТ-кластер. «Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области» (далее – «АИР ЦКР КО») является его учредителем. Стратегическая цель Калужского ИКТ-кластера заключается в создании хорошо функционирующей системы, направленной на расширение и модернизацию отрасли информационных и коммуникационных технологий, за счет объединения экспертного, производственного, научно-образовательного, инновационного, организационного, административного потенциала предприятий, входящих в данный кластер, а также направленной на рост конкурентоспособности, создаваемой ИКТ-продукции и региональной экономики [1].

Количество людей, занимающихся научно-исследовательской деятельностью, составляет 11 тыс. человек. На базе научных организаций в регионе (около 30 научных организаций) и 27 вузов, находящихся в основном в Калуге и Обнинске, реализуется научно-исследовательская деятельность. Важными из них являются: МГТУ им. Баумана, ИАТЭ НИЯУ МИФИ, КГУ им. К.Э. Циолковского, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации располагающиеся на территории Калужской области.

Сегодня ИКТ-кластер оснащен хорошими инфраструктурными объектами, важными из которых являются ИТ-центр Калуги и Технопарк г. Обнинска. ИТ-центр находится в Бизнес-центре класса «А», занимающий площадь в 6 тыс. м². Центр оснащен мощным интернетом и компьютерными машинами. В нем располагаются 25 ИТ-предприятий. А также на базе данного центра существует ИТ-школа, где молодое поколение обучают программированию и компьютерной графике [4].

Подготовка кадров в области информационных технологий (ИТ) является ключевым приоритетом для Калужского ИКТ-кластера. В течение многих лет кластер активно сотрудничает с вузами, проводит информационные кампании и приглашает студентов на стажировку. ИТ-сектор испытывает дефицит высококвалифицированных специалистов, поэтому с 2018 года началось осуществление проекта "Дома айтишника", предусматривающего предоставление жилья ценным работникам в сфере информационных технологий. На территории центра "Калуга Астрал" уже несколько лет действует ИТ-школа, где обучаются около 200 детей. В ближайшем будущем планируется открыть несколько подобных школ в Калуге и Обнинске. ИКТ-кластер намерен сотрудничать с Агентством стратегических инициатив в рамках Национальной технологической инициативы, а также привлечь новых инвесторов в образовательную сферу для развития инженерного образования по схеме "Образовательное учреждение – высшее учебное заведение – предприятие".

ИКТ-кластер ежегодно проводит соревнования «Хакатон» для школьников и студентов в сфере цифровых технологий. С 2016 года в Калужской области стал проходить чемпионат «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) по направлению Web-дизайн. Победителей данных конкурсов награждают грамотами и денежными призами, тем самым стимулируя молодое поколение продолжать развиваться в ИТ-сфере [4].

В Калужской области активно развивается агропромышленный комплекс, чему во многом способствовало принятие в конце января 2019 года постановления правительства Калужской области об утверждении государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции. Сегодня АПК включает в себя более 250 организаций, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность. Благодаря умеренно континентальному климату в Калужской области можно заниматься как животноводством (разводить молочный и мясной скот, птицу), так и разведением сельскохозяйственных культур (картофель, зерно, овощи и др.).

В 2023 году по сравнению с 2022 годом посевная площадь увеличилась на 2 % и составила 361,4 тыс. га, производство зерна повысилось на 15 % и составило 297,5 тыс. тонн. Также активно на Калужской земле развивается и с каждым годом увеличивается объем овощеводства как открытого, так и закрытого грунта. По сравнению с 2021 г. рост составил 34 %, или 78 тыс. тонн. Основным предприятием этой подотрасли является ООО «АгроИнвест», располагающегося в Людиновском районе.

Сельское хозяйство Калужской области активно набирает обороты. В планах создать необходимые условия для комфортной жизни в сельской местности, максимально использовать все земли сельхозназначения, а также применять в производстве самые современные технологии. И главной целью является сделать продукцию агропромышленного комплекса в Калужской области конкурентоспособной.

Туристический кластер Калужской области начал активно развиваться после основания в 2016 году Ассоциации «Туристско-рекреационный кластер Калужской области» (Ассоциация «ТРЕК»). Ключевым фактором, стимулирующим его рост, стало утверждение в 2019 году правительством Калужской области программы «Развитие туризма в Калужской области».

Сорок две Калужские организации объединились с целью продвижения собственных интересов, обмена опытом развития, поддержки со стороны органов государственной власти и развития туристической привлекательности региона. К ним относятся ООО «Велна», ООО «Парк птиц», ООО «Калуга-Лэнд», ООО «КБ Никола-Ленивец» и др.

В связи с пандемией COVID-19 в 2020 году данное направление развивается слабо, но в 2023 году усиливаются темпы развития и продвижения туристического продукта Калужской области. Результатом этой работы становится информационная, логистическая и финансовая доступность, а также разнообразный объем предложений, который делает отдых туристов и жителей Калужской области привлекательным.

Кластерная политика играет значительную роль в стимулировании отраслевого и регионального развития, и Калужская область была одними из первых регионов, которые начали активно внедрять данную стратегию. В настоящее время видны результаты проводимой кластерной политики в регионе, причем Фармацевтический и Автомобильный кластеры являются наиболее развитыми. Остальные кластеры также стремятся догнать лидеров, и, хотя многие из них были созданы относительно недавно, проведенный анализ свидетельствует о постепенном укреплении и расширении производственных мощностей кластеров ежегодно. Начавшаяся пандемия COVID-19 оказала отрицательное воздействие на развитие кластеров, и пока еще рано судить о значимых результатах в данной ситуации. В 2022 году началась спецоперация на Украине, что привело к введению санкций против Российской Федерации, оказавших негативное воздействие на деятельность и развитие кластеров в стране. В результате пришлось приостановить работу 18 предприятиям в Калужской области, что привело к потере рабочих мест для 7037 человек. Автокластер понес наибольшие потери из-за санкций. В настоящее время руководство страны и регионов предпринимает усилия по нивелированию негативных последствий от введенных санкций. В частности, рассматриваются новые маршруты доставки запчастей и возможности их закупки в других странах для минимизации воздействия санкций.

Калужская область входит в лидеры инвестиционной привлекательности в России. Грамотно сформированная стратегия инвестиционного развития позволяет привлекать в регион новых инвесторов, большая часть из которых осуществляют инновационную деятельность. Показателем, характеризующим эффективность региональных инвестиционно-инновационных проектов, является доля продукции высокотехнологичных и наукоёмких отраслей в валовом региональном продукте (Таблица 1).

Таблица 1 - Динамика удельного веса ВРП Калужской области, полученного на предприятиях высокотехнологичных и наукоёмких отраслей, в общем объёме ВРП за 2018-2023 гг.

Год	ВРП Калужской области, млн. руб	ВРП ₁ , полученный на предприятиях высокотехнологичных и наукоёмких отраслей, млн. руб	Доля ВРП ₁ в общем объёме ВРП, %
2018	409 462,30	140 855,03	34,4
2019	457 052,50	159 054,27	34,8
2020	507 632,2	181 224,7	35,7
2021	549 755,8	197 912,09	36
2022	559 166,5	191 234,94	34,2
2023	593 771	198 913,29	33,5

**Источник: таблица составлена автором по данным сайта <http://kalugastat.gks.ru>*

В 2023 году ВРП, полученный на предприятиях высокотехнологичных и наукоёмких отраслей, достиг 198 913,16 млн. рублей, что на 4,01% выше значения 2022 года. Данные таблицы позволяют утверждать о том, что на протяжении всего анализируемого периода доля ВРП, полученного на высокотехнологичных и наукоёмких отраслях, занимает более трети всего ВРП, что выше средних значений по Российской Федерации на 10%. Подобных результатов удалось добиться за счёт реализации кластерного подхода, который обеспечивает рост экономики региона. Необходимо отметить, что после 2021 года доля высокотехнологической продукции сократилось на 1,2%, но абсолютные значения растут от года к году, это вызвано тем, что темп роста ВРП выше, чем темп роста высокотехнологических и наукоёмких отраслей региона.

Развитие инновационных обеспечивает не только рост валового регионального продукта, но и увеличение доходной части бюджета Калужской области. Для анализа влияния организаций инновационной деятельности необходимо рассмотреть динамику и структуру налоговых поступлений консолидированного бюджета Калужской области.

Таблица 2 – Динамика доходов консолидированного бюджета Калужской области за 2021-2023гг., млн. руб

Доходы	2021 г., млн. руб.	2022 г., млн. руб.	2023 г., млн. руб.	2023 г к, %	
				2021 г.	2022 г.
Налоговые доходы	66 479,23	65 069,7	74 462,36	112,01	114,43
Неналоговые доходы	2 950,4	2 661,42	3 549,637	120,31	133,37
Безвозмездные поступления	15 001,06	25 991,31	23 152,81	154,34	89,08
ВСЕГО	84 430,68	93 722,43	101 164,8	119,82	107,94

**Источник: таблица составлена автором по данным сайта <https://admoblkaluga.ru/main/>*

Данные таблицы 2 позволяют утверждать, что сумма доходов бюджета Калужской области в 2023 году составила 101 164,81 млн. рублей, что на 19,82% выше значения 2021 года и на 7,94% выше суммы 2022 года. На протяжении всего анализируемого периода основную долю в доходах бюджета составляют налоговые доходы. В 2023 году налоговые доходы составили 74 462,36 млн. рублей, что на 14,43% выше значения 2022 года. Сумма неналоговых доходов в 2023 году составила 3 549,64 млн. рублей, это говорит о том, что экономика страны становится более диверсифицированной и менее зависимой от налоговых поступлений. Это является результатом развития различных отраслей промышленности и сферы услуг, повышения эффективности использования ресурсов и активов, а также улучшения инвестиционного климата. Государство активно развивает кластерную политику, направленную на поддержку и развитие определенных отраслей экономики. Это включает в себя предоставление налоговых льгот, субсидий, кредитов и других мер поддержки для предприятий, работающих в приоритетных отраслях. Также увеличение неналоговых доходов может указывать на то, что кластерный подход к развитию экономики является эффективным инструментом для привлечения инвестиций и стимулирования экономического роста.

Калужской области необходимо продолжать укреплять свое положение на региональном и мировом уровнях, развивая экономику по кластерной модели через четкую инвестиционную политику. Привлечение крупных инвесторов и мировых производителей через реализацию инвестиционных проектов способствует созданию благоприятных условий для экономического роста

региона. Взаимодействие крупных производителей со средними и малыми компаниями для создания общего продукта становится все более распространенным и важным, поэтому поддержка малого и среднего бизнеса со стороны государственных органов играет ключевую роль.

Библиографический список

1. Аксенов А.Д. Роль информационных технологий в инновационном развитии региона (на материалах Калужской области) // Инновационная экономика и современный менеджмент 2020. № 2(28). С. 41–44.
2. Гранков П.Ю. Классификация региональных кластеров и критерии их эффективности / П.Ю. Гранков, Т.А. Бурцева. // Региональная экономика и управление. 2020. № 3(63). https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43995838_10101296.pdf (дата обращения: 14.03.2024).
3. Иода Ю. В. Кластерный подход как инструмент стимулирования экономического роста региона // Социально-экономические явления и процессы. 2009. №. 2. С. 43-46.
4. Комаров Н.М. Современная высокотехнологичная компания в IT отрасли: краткий обзор // Вестник Евразийской науки. 2019 № 4. URL: <https://esj.today/PDF/58SAVN419.pdf> (дата обращения: 14.03.2024).
5. Макарова Н.В. Перспективы внедрения цифровизации в фармацевтическую промышленность (на примере Калужской области) // Отходы и ресурсы. 2019. № 4. URL: <https://resources.today/PDF/08ECOR419.pdf> (дата обращения: 14.03.2024)
6. Уварова А.Я. Развитие конкурентных преимуществ России на основе подготовки креативных инновационно-ориентированных менеджеров XXI века // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. № 15(72) С. 9–13.
7. Шаталов М. А., Ахмедов А. Э., Мычка С. Ю. Кластерный подход развития регионов // Территория науки. 2015. №. 2. С. 142-145.

УДК 658.3.07

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА: ЧТО ЭТО ТАКОЕ И КАК ЕЕ КОНТРОЛИРОВАТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*Якушина А.В., магистрант 2-го курса,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе анализируются основные понятия налоговой нагрузки, рассматриваются основные контролируемые функции налоговой нагрузки для того, чтобы избежать экономической нестабильности предприятия. Вычисление основных показателей налоговой нагрузки показывает, как контролировать ее рост или снижение по определенным нормам.

Ключевые слова: основные понятия налоговой нагрузки, абсолютная и относительная налоговая нагрузка, налогообложение, упрощенная система налогообложения, налоговая выгода.

TAX BURDEN: WHAT IS IT AND HOW TO CONTROL IT IN THE MODERN WORLD

*Yakushina A.V., 2nd year undergraduate student,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper analyzes the basic concepts of the tax burden, considers the main controlled functions of the tax burden in order to avoid economic instability to the enterprise. Calculating the main indicators of the tax burden shows how to control its growth or decrease according to certain norms.

Keywords: basic concepts of the tax burden, absolute and relative tax burden, taxation, simplified taxation system, tax benefit.

Понятие «налоговая нагрузка» является одним из составляющих налоговых показателей в выручке предприятия, которые необходимы для оценки финансового состояния каждого вида деятельности. В современном мире точных определений налоговой нагрузки найти достаточно трудно. Достаточно часто как синоним рассматривают такие понятия, как «налоговая нагрузка» и «налоговое бремя». Однако присутствует и иная точка зрения, что налоговая нагрузка и налоговое бремя – это не тождественные понятия

Понятие "налоговая нагрузка" довольно активно используется в деловом обороте, как на макро, так и на микроуровне, поскольку это один из рассчитываемых экономических показателей, характеризующий тяжесть налогового бремени налогоплательщика.

Составные элементы формирования сущности налоговой нагрузки организации современного этапа:

- трактовка понятия в словарях;

- трактовка понятия в научных трудах в историческом контексте;
- трактовка понятия в законодательстве Российской Федерации.

Ученые из Казахстана Г.Н. Джаксыбекова, Л.Е. Муханбеткалиева пришли к выводу, что налоговая нагрузка – это доля совокупного объема уплачиваемых субъектом хозяйствования налогов в объеме генерируемой за определенный период времени выручки [1].

А.В. Щепотьев считает, что налоговая нагрузка – это сумма налогов, подлежащих уплате [4]. Многие теоретики и практики также говорят о важности расчета налоговой нагрузки для хозяйствующего субъекта, поскольку она служит ориентиром для налоговых органов, когда они принимают решение о назначении выездных проверок.

Современные подходы, используемые учёными сегодня, можно разделить на пять основных подходов, в соответствии с рисунком 1. Это разделение условно, поскольку авторы часто используют несколько подходов для объяснения налоговой нагрузки.

При этом первые два подхода следует отнести к качественной интерпретации понятия «налоговая нагрузка организации», последние два - к количественной интерпретации понятия, а подход третий является промежуточным между качественной и количественной интерпретациями понятия «налоговая нагрузка».

Изучение характера налоговой нагрузки организации приводит к мысли о том, что проблемы налоговой нагрузки организации всегда рассматриваются с точки зрения необходимости оценки этого показателя и установления его предельных значений для обеспечения деловой активности. Установление предельных значений налоговой нагрузки в динамично меняющейся внешней среде, как на организационном уровне, так и на уровне всей экономики, обязательно подразумевает их регулирование.

Законодательно понятие «налоговая нагрузка организации» или «налоговое бремя организации» не определено в Налоговом кодексе Российской Федерации – основном документе, регламентирующем вопросы взаимоотношений государства и налогоплательщиков, но оно содержится в иных нормативных документах Правительства и Министерства Финансов Российской Федерации, Правительства Москвы, а также ФНС Российской Федерации [1].



Рисунок 1. Систематизация подходов современной интерпретации термина «налоговая нагрузка организации»

В современной литературе отражают два основных вида налоговой нагрузки:

- абсолютная налоговая нагрузка – это точные данные, которые отражают все налоговые обязательства, но не учитывает тяжесть налогового бремени. Она рассчитывается на основе суммы уплаченных налоговых платежей, платежей во внебюджетные фонды, а также долгов;

- относительная налоговая нагрузка - выступает в качестве величины, указывающей на то, что доход конкретного налогоплательщика приходится на уплату налогов. Применительно к компании представляет уровень налоговой нагрузки и определяет ставку уплаты налога по отношению к доходу организации. Соответственно, величина относительной налоговой нагрузки рассчитывается как отношение между общей суммой налога, который хозяйствующий субъект должен уплатить за календарный год, и суммой дохода, полученного согласно общему бухгалтерскому балансу за календарный год, рассчитанной в процентах.

В современной экономике нет четкого мнения об алгоритме расчета налоговой нагрузки. Исследователи предлагают множество методов и показателей, которые лежат в основе их расчетов. В таблице 1 приведены несколько подходов к расчету налоговой нагрузки различных авторов.

Определенный эффект от масштаба налоговой нагрузки также оказывает на объем инвестиций компаний в основной капитал. Здесь налоговая ставка учитывается в общем объеме прибыли, поскольку ее рост напрямую отражается на объеме инвестиций, который компании могут направить на модернизацию и восстановление технологий своего производства[3].

Практика показывает, что налоги также могут оказывать положительное влияние деятельность предприятий. Прежде всего, наличие необходимости платить налоги мотивирует компании оптимизировать хозяйственную деятельность с целью снижения себестоимости выпускаемой продукции и выполняемых работ. Во-вторых, наличие налоговой нагрузки дает компаниям основания для разработки системы налогового планирования, которая будет связана с общим финансовым планом организации. Такой системный подход позволит оптимизировать налоговые платежи, особенно по налогам, включенным в себестоимость, вследствие чего, повлияет на размер прибыли в конечном итоге.

Таблица 1 - Авторские подходы к расчету налоговой нагрузки организации

Автор	Методика расчета	Экономическое содержание
Поддерегин А. М.	Отношение суммы налогов к выручке от реализации товаров, работ, услуг и выручке от прочей реализации	Характеризует сумму уплаченных налогов в бюджет на 1 рубль доходов от основной и прочих видов деятельности
Литвин М. И.	Отношение суммы уплаченных налогов (включая подоходный налог с физических лиц) к добавленной стоимости организации	Характеризует сумму уплаченных налогов на 1 рубль созданной добавленной стоимости. В организациях сферы обращения добавленная стоимость определяется как разность между валовой прибылью и материальными затратами, а в производственных организациях – как разность между выручкой от реализации продукции, работ, услуг и материальным затратами
Медведев А. Н.	Отношение суммы уплаченных налогов к прибыли организации от реализации товаров, продукции, работ и услуг	Характеризует сумму уплаченных налогов на 1 рубль полученной прибыли
Павина В. П.	Отношение суммы уплаченных налогов к прибыли до налогообложения (чистой прибыли, условной прибыли)	Характеризует сумму уплаченных налогов на 1 рубль прибыли до налогообложения (чистой прибыли, условной прибыли)

Оптимизация налоговой нагрузки, как инструмент финансового управления компанией, влияет на финансовые результаты компании, что подразумевает:

- применение налоговых льгот в рамках действующего законодательства;
- выявление ошибок в расчете налоговой базы и суммы налога, подлежащего уплате;
- определить хорошие варианты ведения финансово-хозяйственной деятельности, которые снижают налоговую нагрузку.

Налоговую нагрузку считают по формулам и методикам ФНС и Центробанка. Безопасное значение налоговой нагрузки — это среднее значение по отрасли, к которой относится бизнес. Если у компании или ИП такой показатель выше, шансов на проверки налоговой меньше.

Налогоплательщики могут сравнить свою нагрузку со среднеотраслевой на сайте ФНС в разделе данных о налоговой нагрузке по отраслям и регионам РФ. В 2023 году налоговая использует показатели 2022 года. Новые появятся в мае 2024 года.

Вот еще несколько примеров отраслей и безопасных коэффициентов:

- производство пищевых продуктов, напитков, табачных изделий – 20,9 %;
- производство текстильных изделий, одежды – 8 %;
- торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами – 3,7 %;
- деятельность гостиниц и предприятий общественного питания – 10,5 %.

Полностью таблицу можно посмотреть на сайте ФНС.

Для расчета налоговой нагрузки сумму налогов за определенный период делят на доходы за этот же период и умножают на 100%. Данные о доходах компаний и ИП для расчетов налоговая берет из отчета о финансовых результатах и деклараций. Какие налоги и доходы учитывают, зависит от формы организации бизнеса и системы налогообложения [5].

Что учитывают при расчете общей налоговой нагрузки на разных системах налогообложения, вы можете посмотреть в таблице 2.

Нагрузка по налогу на прибыль для организаций на ОСНО. Для компаний на ОСНО кроме общей налоговой нагрузки отдельно считают нагрузку по налогу на прибыль. Формула расчета такая же: уплаченный налог на прибыль делят на выручку по данным бухгалтерской отчетности и умножают на 100%. В расчете нагрузки по налогу на прибыль учитывают внереализационные доходы (например, проценты по вкладам), но не учитывают доходы от участия в других компаниях (например, полученные дивиденды). Нагрузку по налогу на прибыль также сравнивают со среднеотраслевой.

Таблица 2 – Налоговая нагрузка на разных системах налогообложения

Система налогообложения	Какие налоги учитывают для расчета налоговой нагрузки	Какие доходы учитывают
1. Для ИП на общей системе налогообложения	Доход из декларации 3-НДФЛ	НДФЛ с деятельности ИП, налоги на имущество, транспортный, водный, земельный
2. Для ИП и ООО на упрощенной системе	Доходы из декларации по УСН	Налог с доходов или прибыли, налог на имущество по кадастровой стоимости, транспортный, земельный, водный налоги
3. Для ИП и ООО на едином сельхозналоге	Доходы из декларации по ЕСХН	Налог с прибыли, налог на имущество, не задействованное непосредственно в сельхозпроизводстве, НДС, транспортный, земельный, водный налоги
4. Для компаний на общей системе налогообложения	НДС, налог на прибыль, налог на имущество, транспортный, земельный, водный налоги, НДС, акцизы	Выручка и прочие доходы из бухгалтерской отчетности

Нагрузку по НДС тоже считают отдельно. Уплаченный НДС делят на сумму доходов и умножают на 100%. Кроме того, еще считают долю вычетов в общей сумме начисленного НДС. Для этого нужно общую сумму вычетов разделить на общую сумму начисленного НДС, а затем умножить на 100%. Безопасная доля вычетов по НДС – не более 89%. У бизнеса, доля вычетов которого выше 89%, налоговая инспекция может запросить пояснения. Налогоплательщика могут включить в план проверок, если будут и другие признаки недобросовестности. Нагрузку по налогу на доходы физических лиц считают отдельно. Для этого НДФЛ, уплаченный за работников, делят на общую сумму доходов компании или ИП и умножают на 100%. Доходы компании берут из годовой бухгалтерской отчетности, а доходы ИП – из декларации по 3-НДФЛ, УСН или ЕСХН.

Кроме налоговой нагрузки по НДФЛ при решении о проверках налоговая инспекция обращает внимание на следующее:

- значительное снижение уплаты НДФЛ по сравнению с прошлым годом;
- средний уровень зарплаты. Он не должен быть ниже среднеотраслевых значений и МРОТ, с 2024 года это 19 242 рублей в месяц.

Для контроля налоговой нагрузки необходимо рассчитать ее элементы по формуле Налоговой службы и сравнить их со средними показателями по отрасли. Лучше делать ежеквартальный предварительный расчет, который поможет вам понять налоговую нагрузку, которая будет по итогам года. Если индекс налоговой нагрузки низкий – вам угрожают налоговые проверки. К вопросам лучше подготовиться заранее: расчет, подготовка пояснений и подтверждающих документов. Это могут быть договоры, счета-фактуры, акты оказания услуг и выполнения работ. Если нагрузка выше среднеотраслевой, проблем с налоговой не будет, но, возможно, стоит пересмотреть финансовую

политику бизнеса и сократить расходы на выплаты в бюджет. Возможно, еще подумать о переходе на специальные налоговые режимы – упрощенку, ЕСХН или патент. Для этого надо проверить, имеет ли бизнес право на специальные режимы, и рассчитать, сколько налогов он заплатит при каждой системе. Проверьте, все ли расходы, на которые можно уменьшить налогооблагаемую базу, правильно оформлены документами и приняты в расчет. Важно не дробить бизнес ради налоговой экономии. Налоговая инспекция легко находит такие схемы и доначисляет налоги на общей системе налогообложения.

Библиографический список

1. Джаксыбекова Г.Н. Налоговая нагрузка субъекта хозяйствования // Управленческий учет. 2022. № 5-2. С. 526-531.
2. Кисель И.А. Методика оценки влияния налоговой нагрузки на финансовые результаты деятельности предприятия в системе налогового менеджмента // Экономика и банки: научно - практический журнал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rep.polessu.by/bitstream/112/3153/1/6.pdf>.
3. Лыкова Л.Н. Налоги и налогообложение : учебник / Л. Н. Лыкова. Москва : Юрайт, 2020. 353 с.
4. Пелькова С. В. Анализ методик расчета налоговой нагрузки организации // Современная налоговая система: состояние, проблемы и перспективы развития : межвузовский сборник научных трудов с международным участием / под ред. М. К. Аристарховой. Вып. 3. Уфа : УГАТУ, 2021. 354 с. С. 334-346.
5. Стеба Н. Д. Проблемы налогового стимулирования малого и среднего бизнеса в России / Н.Д. Стеба, И.Ф. Кильметьев. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 23 (157). С. 71-74.
6. Мандражи З.Р. Налоговый анализ как инструмент оптимизации налоговой политики хозяйствующего субъекта // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2023. № 3 (77). С. 60-65.
7. Тищенко Е.С., Клейменова Ю.А. Влияние налогообложения на результаты деятельности хозяйствующего субъекта и его оптимизация // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 11. № 8. С. 1979-1988.

УДК 338.23:331.5

САМОЗАНЯТЫЕ, ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Яртышова Я.С., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент, профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Данная статья опирается на результаты социологических исследований, посвященных особенностям деятельности самостоятельных граждан в современных условиях труда. С развитием науки и техники произошли трансформации в трудовой сфере, в том числе уменьшение традиционного подхода к предпринимательству. В настоящее время отмечается рост распространения нестандартной формы занятости, в том числе самозанятости, что позволяет увеличить мобильность работников и снизить зависимость работников от работодателей.

Ключевые слова: Самозанятый, фрилансер, предприниматель, экономическая сфера, современная экономика.

USING DIGITAL TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS TO IMPROVE THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Yartyshova Y.S., bachelor's of the 2nd year

*Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economics, Associate Professor, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper considers the importance of digitalization for modern business in the context of increasing competition and fundamental changes in the market. Key technologies and innovations in business process automation are described, including collaborative robotics, artificial intelligence, ERP systems, low-code/no-code systems and predictive analytics. The introduction of innovations in the organization of enterprises that help companies improve their processes and remain competitive is considered.

Keywords: digitalization, BI systems, ERP systems, digital marketing, automation of business processes, collaborative robotics, artificial intelligence, innovation, competitiveness, predictive analytics.

С физическими лицами все очень просто, они платят 13% от всех доходов, которые получили за год и должны это ежегодно декларировать это всё, что от них требуется. При этом физическое лицо может быть ещё где-то трудоустроено, там отдельная сфера по налогам, работодатель за него всё платит [2]. Если физическое лицо занимается параллельно ещё своей официальной работе, где он

трудоустроен в трудовом договоре, предпринимательской какой-то деятельностью, он должен платить с этих доходов 13% [2].

Индивидуальные предприниматели, здесь ставки налогов чуть выше, если вы на упрощенной системе налогообложения 6%, по другим системам 8%, а иногда доходит и до 30%, есть лимит в этом году около 200 миллионов, гораздо больше, чем у самозанятых [3]. Индивидуальный предприниматель может нанимать сотрудников. При этом, естественно, у него возникают очень большие расходы по оплате до 30% от фонда заработной платы, придётся платить за своих сотрудников. Придётся очень серьезно заниматься бухгалтерской отчетностью достаточно много, пока нужно ее сдавать, либо брать компанию бухгалтерскую, либо бухгалтера в штат. Опять же самим с этим не разобраться [1]. Не забываем, что теперь существует единый налоговый счёт. Особенно это больно ударило конкретно по индивидуальным предпринимателям, когда все долги, в том числе и как физического лица, например, долги по транспортному налогу за автомашину будут списываться с этого единого налога. Налоговая сама решает, какие налоги из этой суммы она будет с этого счёта списывать. Поэтому индивидуальным предпринимателям надо быть очень осторожными, с начала нужно погасить все долги как физического лица, а потом уже разбираться с долгами как индивидуального предпринимателя. Вот такие нововведения последнее время. Кроме того, индивидуальный предприниматель должен обязательно иметь онлайн кассу. Если он что-то продает физическим лицам, это влечет за собой дополнительную отчетность [2].

Есть так называемые обязательные взносы и неважно, получал предприниматель в этом году прибыль или нет, минимум 40.000 рублей он за сам факт, что индивидуальный предприниматель в год оплачивает. Если говорить простыми словами, самозанятость это легальный фриланс, что позволяет людям, работающим на себя, оставаться чистыми перед государством. Самозанятость предполагает ежемесячную плату налогов за денежные поступления от физических и юридических лиц. Если фрилансер в статусе самозанятого ничего не зарабатывает, то конечно, он ничего не должен. Обязанность уплачивать налог наступает только в случае получения дохода.

Налоги необходимы стране, чтобы обеспечить медицину, благоустройство, транспорт и многое другое. Если не платить их исправно, то, соответственно, эти жизненно важные сферы будут себя плохо чувствовать. Ничего не будет чиниться, развиваться, понизится качество оказываемых услуг.

Веские причины не нарушать закон по неоплате налогов. Здесь есть 3 опасных фактора. Первое если станет известно о неуплате налогов, то нелегалу дополнительно начисляться платежи за 3 года предшествующие годы проверки плюс будут пенни одна трёхсотая ставки центрального банка за каждый просроченный день. Второе штраф за неуплату налогов равен 20% или 40% от неуплаченной суммы и до 30% от налога за каждый год за несданные декларации. Третье за более крупные долги перед налоговой грозит уголовная ответственность. Если накопить 2,7 миллионов рублей задолженности за 3 года, то могут присудить 300.000 рублей штрафа или лишение свободы до одного года. К тому же без реального подтверждения деятельности трудно взять кредит или ипотеку, опасно рекламировать свои услуги в открытых источниках.

Не забивать голову уплатой налогов могут лишь граждане, работающие по ТК или договоры ГПХ. За низ все необходимые отчисления, делает работодатель. Вот поэтому для так называемой свободной деятельности запустили эксперимент с самозанятостью, который продлится до конца 2029 года и будет продлён при положительных результатах [5].

Самозанятость стала распространенной, являясь иногда тенью, отсутствующей в официальном документе. Эта форма занятости интересует и работодателей, и работников, которые нуждаются в процессе изменения структуры экономики. Развитие самозанятого рынка предполагает существенные возможности повышения занятости, развития микробизнеса. Сейчас государство предприняло ряд мер, направленных на регулирование рынка занятости самозанятыми, подчеркивая важность понимания основных социальных, демографических и экономических особенностей самозанятых. Таким образом, их профессиональная деятельность будет легче и более адресно регулироваться.

Для формирования законопроекта, который будет положительно отражаться на экономическом поведении самозанятых, необходимо определить законодательство, которое будет положительно отражаться на их бизнес- активности и увеличить официальный рынок труда самих себя [7].

Самозанятый – это режим налогообложения. Он называется налог на профессиональную деятельность и регламентируется статьёй 18 налогового кодекса. Все граждане России без исключения, а также граждане Армении, Беларуси, Киргизии и Казахстана могут быть самозанятыми. Самозанятые могут заниматься, чем угодно только бы это было сделано своими руками. Например,

репетиторство, дизайнеры, мастера по ремонту, электрике, сантехники, маляры, репетиторы, фотографы, домашние, кулинары и так далее [4].

Важно соблюдать два условия. Первое, не зарабатывать больше 2 миллионов 400 тысяч рублей в год. Второе, делать это самостоятельно, не допускается никаких наемных рабочих.

Плюсы быть самозанятым.

Первый, это простая регистрация. Не надо собирать бумаги, куда-то ходить, всё делается через приложение “МОЙ-НАЛОГ”. Второе, это официальный статус т.е. регистрация в качестве самозанятого делает заработки легальными. Самозанятый чист перед государством, без рисков получить штраф за неуплату налогов. Официальный статус также позволяет защищать свои права в суде, если их нарушили, недобросовестные заказчики или подрядчики. Третий плюс – это официальное подтверждение доходов, для того, чтобы потом можно было рассчитывать на пенсию. Есть один нюанс, если вы не платите, как самозанятый в страховые взносы, то пенсия к сожалению, будет минимальная, а это на сегодняшний день всего лишь 7153,33 рублей и это с повышением на 1 апреля 2023г.

Безусловно самый важный, четвёртый плюс самозанятых это пониженные налоговые ставки четыре и шесть процентов соответственно при работе с физическими лицами и при работе с юридическими лицами. Причём эта ставка зафиксирована в законе до 2029 года и обещают ее не менять. Самозанятые могут получить налоговый вычет 10 тысяч рублей раз в год. При этом нельзя получить их реальными деньгами, но можно ожидать понижение налоговой ставки на 1-2% на следующий период [6]. Пятый плюс заключается в том, что можно работать и самозанятым и по трудовому договору. С зарплаты будут удерживать НДФЛ 13%, а с дополнительного дохода надо будет самостоятельно платить НПД. При этом работодатель продолжит уплачивать страховые взносы с вашей зарплаты, чтобы вам шла в пенсию. При этом деятельность самозанятого может совпадать с его основной трудовой деятельностью. Например, вы печёте весь день торты, а вечером дома выпекаете эклеры ручной работы и никакого нарушения здесь нет. Шестой плюс самозанятых, можно совмещать различные виды деятельности. Например, самозанятый может одновременно писать текст для сайта, делать для него фотографии, подрабатывать репетитором и вести свой онлайн курс, а также производить продвижения в соцсетях. Всё это не запрещает закон, главное не вылезать из лимитов 2 миллиона 400 тысяч рублей в год. Самозанятому можно нанимать исполнителей или подрядчиков по договору гражданского правового характера, а вот сотрудников в штат самозанятый не может нанимать. Иначе тогда это уже другой вид деятельности, придется перерегистрироваться как индивидуальный предприниматель или открывать юридическое лицо. Например, самозанятый дизайнер сайтов может обратиться и заключить договор к копирайтеру, с помощью договора об оказании услуг [3]. Седьмым плюсом является отсутствие отчётности. Самозанятому не надо заполнять декларации, выбирать наиболее выгодный налоговый режим, все что от него требуется, сообщить о профессиональном доходе, сформировать чек в приложении, передать его клиенту и раз в месяц заплатить налог по той ставке, который соответствует 4% или 6%. Восьмой плюс, самозанятому не нужен кассовый аппарат. Ему не нужно даже онлайн-кассу покупать, чеки формируются в приложении, передать их можно в электронном виде или распечатать на простом принтере, непосредственно клиенту при оплате им в вашей услуги. Девятый плюс и юридическим лицам, и индивидуальным предпринимателям проще и выгоднее работать с самозанятыми, потому что не нужно заключать трудовые договоры. И конечно за еще одним большим плюсом на мой взгляд является то, что самозанятыми теперь можно быть в любом регионе российской федерации.

В 2023 году самозанятые россияне предоставили товаров и услуг на сумму 7 млрд рублей госкомпаниям, превысив показатель 2022 года более чем в два раза. Эту информацию сообщил генеральный директор федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства (корпорация МСП), Александр Исаевич. В Калужской области в 2023 году самозанятые предоставили товаров и услуг на сумму более 46,9 млн рублей, что выше, чем в 2022 году (34,1 млн рублей). Количество самозанятых в Калужской области на конец 2023 года составляло 62 702 человека. Всего за период с 2019 по 2023 годы более 12,3 тысяч самозанятых в России заключили 23 тысячи договоров по 223-ФЗ, регулирующему закупки госкомпаний, на общую сумму 12,53 млрд рублей. В прошлом году наиболее востребованными услугами у самозанятых в системе закупок крупнейших заказчиков стали услуги финансового посредничества и страхования, рекламные услуги и услуги по исследованию конъюнктуры рынка, услуги в области творчества, искусства и развлечений, профессиональные, научные и технические услуги, а также телекоммуникационные услуги.

Новый рекорд по объему закупок у самозанятых в 2023 году установился в Москве, где он превысил 1,82 млрд рублей. Корпорация МСП совместно с крупнейшими заказчиками и при содействии регионов проводит обучение для самозанятых, желающих стать поставщиками крупнейших заказчиков. С 2019 года в этих мероприятиях уже приняли участие более 6 тысяч человек. Самозанятые могут участвовать в закупках по 223-ФЗ на условиях для малого и среднего бизнеса с 1 апреля 2020 года. Меры господдержки для них предусмотрены нацпроектом "Малое и среднее предпринимательство", который был инициирован президентом Владимиром Путиным и курируется первым вице-премьером Андреем Белоусовым. В экспериментальном проекте Калужской области, по которому самозанятые зарегистрировались, Лев Макаров находит заказчиков через интернет-объявления. Он может предоставлять свои услуги как юридическим лицам, так и физическим лицам, а также принимать безналичную оплату. Регистрация как самозанятого позволяет ему избежать сложных отчетов и деклараций и платить минимальный налог с прибыли (четыре процента за работу у клиента дома и шесть процентов за работу в офисе). Все операции Лев осуществляет через мобильное приложение, выписывая чеки в электронном виде. Он считает, что самозанятость не является главным путем к успеху, необходимо также уметь выполнять работу, удовлетворяющую клиентов. Сейчас в современном обществе происходит изменение структуры занятости людей. Одним из главных новых феноменов становится самозанятость, которая все чаще встречается в условиях рыночной экономики и рынка. Этот тип занятости является самостоятельной деятельностью, когда индивид самостоятельно ищет платную работу, чтобы удовлетворить свои личные и семейные потребности. Он получает награду за результат работы или за предоставленные услуги. Возможно, что самозанятость включает в себя различные виды занятий, например, обучения, ухода за больными, пожилыми людьми, ухода за помещениями, пассажирских перевозок и других видов потребительских продуктов, услуг, работ [5].

В заключение можно отметить, что в современной экономической ситуации самозанятый играет огромную и развивающуюся роль. Их роль в экономических процессах несомненно важна, и не стоит недооценивать их роли. При понимании динамики самозанятости органы власти, заинтересованные лица могут создать более гибкую и эффективное экономическое решение, которое будет выгодно для каждого работника, вне зависимости от его статуса. Учет интересов самых занятых при разработке рынка труда и социальной защиты и создание специальной программы и механизма поддержки поможет повысить условия труда самых занятых и повысить их роль в экономике. Комплексное решение проблем и потребностей самих себя помогает создать более справедливую, инклюзивную экономическую среду, благоприятную для всех работников, вне зависимости от их вида труда.

Библиографический список

1. Вишневская Н. Самозанятость в переходных экономиках. Мировая экономика и международные отношения. 2013. № 10. С. 58-67.
2. Курс экономической теории: учебник. / М.Н. Чепурин [и др.]; Под ред. Чепурина М.Н. Киров: АСА, 2012. 875 с.
3. Липсиц И.В. Экономика: учебник для вузов / И.В. Липсиц. Москва: КНОРУС, 2013. 309 с.
4. Экономическая теория: учебник для вузов / И.П. Николаева [и др.]. Москва: ЮНИТИ, 2015. 495 с.
5. Третьякова Е.А. Микроэкономика: учебное пособие для вузов / Е.А. Третьякова. Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2015. 509 с.
6. Камаев В.Д. Экономическая теория. Краткий курс: учебник для вузов / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. Москва: КНОРУС, 2014. - 383 с.
7. Ивасенко А.Г. Макроэкономика: учебное пособие для вузов / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. Москва: КНОРУС. 2013. 314 с.
8. Ивасенко А.Г. Микроэкономика: учебное пособие для вузов / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. Москва: КНОРУС. 2013. 278 с.
9. Экономическая теория: учебное пособие для вузов / В. М. Соколинский [и др.]. Москва: КНОРУС, 2013. 460 с.
10. Микроэкономика: учебник для вузов / И.Г. Лукманова [и др.]. Москва: Изд-во АСВ, 2013. 291 с.

СЕКЦИЯ 5. НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДО 2030 ГОДА

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАНЫ И БЛАГОСОСТОЯНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

Денисова Е.Д., бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Авдеева В.И. к.э.н профессор
Калужский филиал Финуниверситета Калуга

Аннотация. В данной статье рассматриваются взаимосвязи между уровнем финансовой грамотности, экономическим развитием страны и благосостоянием населения. В работе анализируются ключевые положения финансовой грамотности, ее влияние на финансовую культуру общества и способность граждан принимать обоснованные финансовые решения. Исследование также рассматривает важность финансовой грамотности для стимулирования экономического роста, инвестиционной активности, развития финансового сектора и улучшения благосостояния населения.

Ключевые слова. Финансовая грамотность, благосостояние населения, финансовые отношения, финансовые решения, экономическое развитие, экономическая стабильность.

THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE ECONOMIC GROWTH OF THE COUNTRY AND THE WELL-BEING OF THE POPULATION

Denisova E.D., bachelor degree of the 3rd year
Supervisor: Avdeeva V.I. Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article examines the relationship between the level of financial literacy, the economic development of the country and the well-being of the population. The paper analyzes the key provisions of financial literacy, its impact on the financial culture of society and the ability of citizens to make informed financial decisions. The study also examines the importance of financial literacy for stimulating economic growth, investment activity, financial sector development and improving the well-being of the population.

Keywords. Financial literacy, welfare of the population, financial relations, financial decisions, economic development, economic stability.

Финансовая грамотность в современном обществе играет очень важную роль, так как каждый день люди принимают решения, так или иначе связанные с финансами, например, вступают в финансовые отношения с работодателем, коллегами, партнерами по бизнесу, государством и даже с семьей. Финансово грамотный человек способен принимать рациональные решения в данной области, которые влияют как на его жизнь, так и на развитие и благосостояние общества. Данная тема является очень важной для развития населения и страны в целом.

Финансовая грамотность отражает совокупность знаний, умений и принципов обращения с деньгами и финансами, которые способствуют повышению благосостояния и улучшению жизненного уровня человека. На более продвинутом уровне финансовая грамотность также охватывает взаимодействие с банками и финансовыми учреждениями, умение использовать эффективные финансовые инструменты, а также аналитическую оценку экономической ситуации как в своем регионе, так и в стране в целом. Основные аспекты финансовой грамотности включают в себя темы сбережений, недвижимости, составления бюджета, налогов и пенсий, страхования, оплаты образования и коммунальных счетов, приобретения автомобиля и других значительных покупок.

Экономическое развитие страны и благосостояние общества являются важнейшими показателями успешности государственной политики и эффективности управления. Обе эти сферы взаимосвязаны и влияют друг на друга: экономическое развитие способствует увеличению благосостояния общества, а увеличение благосостояния общества способствует дальнейшему экономическому развитию.

Экономическое развитие страны обычно измеряется по таким показателям, как темпы экономического роста, уровень инфляции, уровень безработицы, размер ВВП и другие экономические показатели. Чем выше уровень экономического развития страны, тем больше возможностей для развития бизнеса, содействия инновациям, сокращения бедности и увеличения благосостояния населения.

Благосостояние общества, в свою очередь, оценивается по таким параметрам, как уровень доходов и занятости, доступность качественных услуг здравоохранения и образования, уровень социальной защищенности и безопасности, уровень коррупции, средняя продолжительность жизни и другие показатели. Чем выше уровень благосостояния общества, тем выше уровень удовлетворенности жизнью, социальная стабильность и качество жизни граждан.

Для достижения стабильного экономического развития и повышения благосостояния общества необходимо проводить эффективную экономическую и социальную политику, совершенствовать навыки финансовой грамотности населения, стимулировать инвестиции, развивать технологии, поддерживать предпринимательство, улучшать условия труда и жизни граждан, бороться с бедностью и неравенством. Только таким образом можно обеспечить устойчивое и продолжительное экономическое развитие страны и повысить уровень благосостояния общества.

Далее рассмотрим одну из крупнейших баз данных Numbeo, которая собирает статистическую информацию с различных стран мира и анализирует её по разнообразным показателям. Веб-сайт составил рейтинг уровня в странах мира 2024 года. В основу определения индекса качества жизни легли следующие показатели: индекс безопасности, здравоохранение, потребительские цены, покупательная способность, дорожное движение, загрязнение, отношение цены недвижимости к доходу. Когда говорят о странах с самым высоким уровнем жизни, нельзя не упомянуть Россию. В рейтинге Numbeo наша страна занимает 67 место, находясь между Кенией (66) и Пакистаном (68), общий балл - 105. У граждан России низкий индекс покупательной способности, они сталкиваются с высоким уровнем экологического загрязнения и проводят много времени в пробках. На рисунке 1 схематично представлен рейтинг по индексу качества жизни в 2024 году.

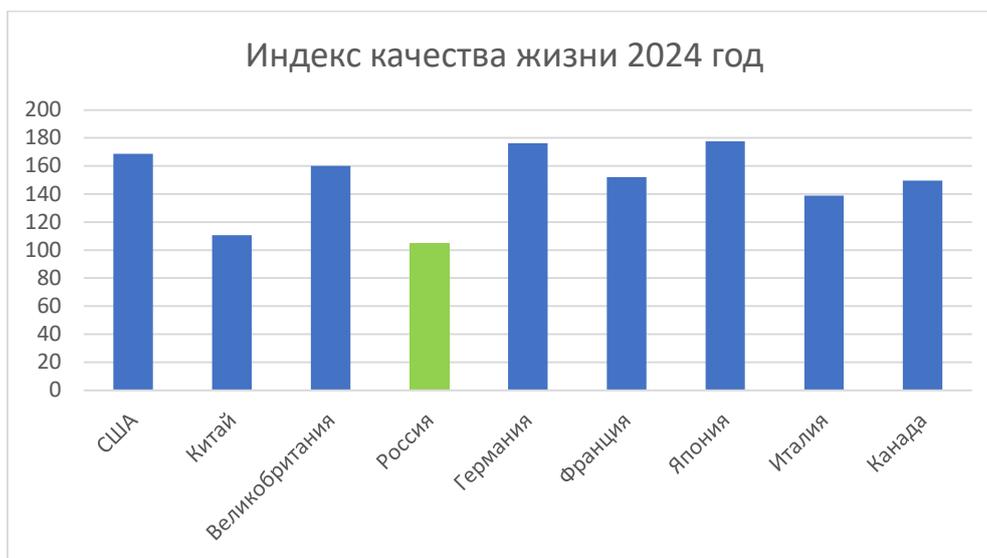


Рисунок 1. Индекс качества жизни в России 2024 год в баллах

Как уже отмечалось ранее Развитие финансовой грамотности – важное и часто недооцененное направление государственной политики. Понимание основных финансовых процессов среди населения считается одним из ключевых факторов для обеспечения социальной стабильности и экономического роста как на уровне отдельного региона, так и на уровне всей страны. К сожалению, некоторая часть населения России не является финансово грамотными в силу различных причин, например, некоторые граждане выросли совершенно в другую эпоху и у них просто не сформирована привычка планирования поступлений и расходов денежных средств на долгосрочную перспективу. В СССР отсутствовал фондовый рынок, поэтому жители могли хранить деньги только в одном банке, и единственным законным источником дохода была зарплата. Эти факты свидетельствуют о том, что многие россияне предпочитают держать деньги дома и иногда не понимают важности накоплений на случай неожиданных обстоятельств. Недостаточное понимание финансовых механизмов также приводит к тому, что некоторые люди не используют возможности финансовых услуг, таких как система страхования вкладов и пенсионная система. Однако интернет и безналичные платежи предоставляют широкие возможности для управления финансами, но для некоторых проще использовать наличные и терминалы оплаты в магазинах игнорируются. Ограниченное понимание финансовых вопросов негативно сказывается на финансовом благополучии домохозяйств и как

следствие развития страны в целом, ухудшает ресурсную базу финансовых организаций, замедляет развитие финансовых рынков, затрудняет инвестиционные процессы и отрицательно влияет на социально-экономическое положение страны. Именно по этим причинам в современной России большое внимание уделяется финансовому просвещению населения. Минфин России совместно со Всемирным банком с 2011 года реализует проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», а в 2023 году утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации «Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года». Разработка и утверждение настоящей Стратегии является актуальной и необходимой мерой для устойчивого улучшения уровня жизни граждан. Для этого необходимо развивать финансовую грамотность и формировать финансовую культуру, обеспечивать благополучие населения, осознанное использование финансовых товаров и услуг, разумное принятие финансовых решений, инвестирование и управление рисками.

Индекс финансовой грамотности россиян в 2023 году составил 12,79 балла при возможном максимальном значении в 21 балл. В динамике наблюдается небольшой рост показателя, несмотря на меняющиеся социально-экономические условия.



Рисунок 2. Индекс финансовой грамотности 2018-2023 годы в России в баллах

По данным рисунка видно, что индекс финансовой грамотности имеет тенденцию к росту. Именно поэтому государство продолжает принимать меры для улучшения финансового образования. Для достижения своих целей используются следующие инструменты: образовательные программы, мероприятия и инициативы. Некоторые из способов, которыми ведется работа по повышению финансовой грамотности в стране, включают в себя:

Финансовое образование в школах и университетах: в рамках образовательных программ вводятся уроки финансовой грамотности, которые помогают учащимся освоить базовые финансовые навыки.

Финансовые курсы и тренинги: проводятся финансовые курсы и тренинги для широкой аудитории, включая взрослых. На этих мероприятиях обсуждаются темы управления личными финансами, инвестирования, бюджетирования и т.д.

Информационные кампании: проводятся информационные кампании на тему финансовой грамотности для привлечения внимания к этой проблеме и повышения осведомленности населения.

Онлайн-ресурсы: создаются онлайн-платформы и ресурсы, где люди могут получить информацию и обучиться основам финансовой грамотности.

Партнерство с финансовыми учреждениями: сотрудничество с банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями помогает распространить знания о финансах и предоставить доступ к услугам.

Эти и другие мероприятия способствуют повышению уровня финансовой грамотности в России и помогают людям лучше управлять своими финансами.

Таким образом, хороший уровень финансовой грамотности необходим каждому человеку не только для достижения личных финансовых целей и обеспечения жизненного цикла. Безусловно,

независимо от поставленной цели, обладание финансовыми знаниями приведет к улучшению качества жизни, укреплению уверенности в будущем, обеспечит стабильность и благополучие экономики и общества в целом. Важно продолжать совместные усилия по повышению финансовой грамотности населения, способствовать формированию позитивного отношения к финансовым институтам и процедурам, существующим в этой сфере.

Библиографический список

1. Костина О.И., Агаркова О.Г. Современное состояние и проблемы финансовой грамотности населения в Российской Федерации. Издательство "Знание-М"2021. С. 38-41
2. Официальный портал Банка России [Электронный ресурс]-URL: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_4/ (Дата обращения: 27.03.2024)
3. Официальный портал министерства финансов [Электронный ресурс]-URL: https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=304737rasporyazhenie_pravitelstva_rossiiskoi_federatsii_ot_24.10.2023_2958r_ob_utverzhdenii_strategii_povysheniya_finansovoi_gramotnosti_i_formirovaniya_finansovoi_kultury_do_2030_goda (Дата обращения:27.03.2024)
4. Петухов Р. Н. Влияние финансовой грамотности на уровень материального благосостояния населения // Молодой ученый. 2019. № 5 (139). С. 217-220.
5. Финансовая грамотность Россиян. Динамика ключевых показателей, тренды финансового поведения, цифровые компетенции. URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/finansovaya-gramotnost-rossiyan-2023/> дата обращения: 27.03.2024).

УДК 374.33

НОВЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ ДО 2030 ГОДА

*Губанова Е.Д. бакалавр 1-го курса
Научный руководитель: Моисеева И. Г., к.п.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматриваются этапы развития методов государственного проектного управления, а именно национальных проектов. В работе затронуты вопросы становления национальных проектов и их активного развития с 2018 по 2024 гг. Особенное внимание уделено рассмотрению новых национальных проектов, реализующихся в России до 2030 года. Им дана краткая социальная и финансово-экономическая характеристика.

Ключевые слова: проектное управление, национальные проекты, методы управления, социальные условия, качество жизни.

NEW NATIONAL PROJECTS UNTIL 2030

*Gubanova E.D. Bachelor of the 1st year
Scientific supervisor: Moiseeva I.G., PhD,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article examines the stages of development of methods of state project management, namely national projects. The paper addresses the issues of the formation of national projects and their active development from 2018 to 2024. Special attention is paid to the consideration of new national projects being implemented in Russia until 2030. They are given a brief social and financial and economic description.

Keywords: project management, national projects, management methods, social conditions, quality of life.

В нашей стране активно идет реализация национальных проектов, практически каждый год появляются новые проекты. Национальный проект – это национальный проект-программа, направленная на долгосрочное развитие страны, охватывающая различные сферы общества от образования и здравоохранения до цифровизации и экологической безопасности [3]. Для обеспечения успешного достижения разнообразных целей развития страны национальные проекты могут быть адаптированы под определённые потребности и приоритеты, например, улучшение качества жизни граждан, стимулирование экономического роста, развитие научно-технического потенциала страны.

В «майском указе» 2018 года Президентом России до 2024 года было принято 12 национальных проектов, по направлениям [1]:

- демография;
- здравоохранение;
- образование;
- жильё и городская среда;
- экология;

- безопасные и качественные автомобильные дороги;
- производительность труда и поддержка занятости;
- наука;
- цифровая экономика;
- культура;
- малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы;
- международная кооперация и экспорт.

Опишем здесь достаточно кратко три наиболее востребованных национальных проекта – это «Здравоохранение», «Образование» и «Демография» [2]. Так, в России стартовал национальный проект «Здравоохранение», цель которого является снижение уровня смертности населения в трудоспособном возрасте, смертности от заболеваний сердечно-сосудистой системы, смертности от различных форм новообразований, включая злокачественные опухоли, а также целью является снижение уровня младенческой смертности родившихся детей. За 6 лет Минздрав рассчитывает более чем на четверть снизить смертность трудоспособного населения и на 19,6 % – младенческую смертность. Потери от болезней кровообращения должны уменьшиться на 23,4 %, от онкологических заболеваний – на 7,8. На финансирование национального проекта «Здравоохранение» направлено более 1.3 трн. рублей.

Цель национального проекта «Образование» заключается в формировании устойчиво развитой и морально ответственной личности на основе ценностей различных культур и истории нашей страны. Также повышение международной конкурентоспособности российской системы образования. Одной из основных задач является внедрение новых методов обучения и воспитания на уровнях основного и среднего общего образования, что способствует приобретению учащимися основных знаний и навыков, повышению их мотивации к учебе и участию в учебном процессе, а также обновлению учебных программ и улучшению методов преподавания предметов. Также важным направлением является создание эффективной системы выявления, поддержки и развития талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости и равных возможностей для всех обучающихся. Это также включает обеспечение детей в возрасте до трех лет условиями для раннего развития и предоставление родителям поддержки и консультаций в вопросах дошкольного образования дома.

Одной из главных задач национального проекта «Демография» является повышение ожидаемой продолжительности здоровой жизни населения до 67 лет, снижение смертности людей старше трудоспособного возраста, а также увеличение общего количества новорожденных. Другими ключевыми целями являются увеличение доли граждан, ведущих здоровый образ жизни, и достижение уровня в 55 процентов по количеству людей, которые систематически занимаются физической культурой и спортом. Практическая реализация проектов началась с 2019 года. Всего на исполнение нацпроектов планируется потратить 25,7 трлн руб. Из них 13,2 трлн руб. будут выделены из федерального бюджета, 4,9 трлн руб. – из бюджетов субъектов Федерации, 7,5 трлн – из внебюджетных источников и еще 0,1 трлн – из государственных внебюджетных фондов. Наибольшие вложения потребует комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры (6,3 трлн руб. без учета энергетической части проекта).

29 февраля 2024 года Владимир Владимирович Путин, выступая с посланием Федеральному собранию, сообщил о запуске новых национальных проектов – «Продолжительная и активная жизнь», «Молодежь России», «Экономика данных», «Семья» и «Кадры» – все это новые национальные проекты в России. Первый национальный проект «Семья» уделяет огромное внимание вопросу поддержки многодетных семей, направленный на повышение рождаемости в стране, создании благоприятных условий для семей с детьми, обеспечении доступности жилья, а также идет продление программы материнского капитала и семейной ипотеки до 2030 года. Субъектам РФ, согласно решению Президента, до конца 2030 года направят не менее 75 миллиардов рублей, где уровень рождаемости ниже среднероссийского.

Еще один новый нацпроект – «Продолжительная и активная жизнь», направлен на обеспечение всех пожилых граждан гарантированным уходом на старости, медицинскими услугами, где продолжительность жизни пока ниже, чем в среднем по России. Ожидаемая продолжительность жизни должна составить 78 лет к 2030 году, в дальнейшем – выйти на показатель в 80 лет. Глава государства обратил внимание на то, чтобы росла продолжительность именно здоровой и активной жизни, позволяя посвящать время семье, близким детям и внукам. Федеральные проекты по борьбе с сердечно-сосудистыми, онкологическими заболеваниями, а также диабетом. Национальный проект – «Кадры» ориентирован на сегодняшних подростков, чтобы они стали профессионалами своего дела, готовыми трудиться в экономике 21-го века, также тесное взаимодействие системы образования, в которую входят школы, колледжи и вузы. Будущие специалисты должны знакомиться с производствами, для этого руководители предприятий, научных и медицинских центров должны открыть свои двери для посещения. Одним из самых масштабных будет проект – «Экономика данных». Государству предстоит обеспечить всю территорию страны качественным интернетом, создать цифровые базы развития всех экономических отраслей, обеспечить повсеместное внедрение и других цифровых технологий в производственные процессы, сферы услуг. Цель – преобразовать всю экономику, органы управления, социальную сферу на качественно новые принципы работы, внедрить управление на основе информации, достичь нового уровня в логистике, телемедицине, онлайн-образовании, предоставлении государственных услуг.

Таким образом, новые национальные проекты до 2030 года направлены на различные сферы жизни общества и представляют собой комплексные меры, ориентированные на повышение уровня жизни граждан России, решение актуальных проблем общества и создание благоприятных условий для развития страны в целом.

Библиографический список:

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 18.04.2024).

2. Матчинов В.А., Моисеева И.Г., Савкина А.А. Индексная оценка объективных показателей качества жизни населения в контексте реализации национальных проектов в Калужской области // Креативная экономика. 2024. Том 18. № 5. doi: 10.18334/ce.18.5.120974.

3. Силова Е.С. Актуальные проблемы реализации национальных проектов в России // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 11 (469). Экономические науки. Вып. 78. С. 137-144.

УДК 374.33

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Глякова А.А. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Авдеева В.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены понятия и особенности финансовой грамотности и финансовой культуры и проанализирована их взаимосвязь. Приведены данные об оценке финансовой грамотности российских граждан. Рассмотрена роль и общее значение финансовой грамотности и финансовой культуры в современной экономике.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовая культура, индекс финансовой грамотности, инвестиции, сбережения, благосостояние

THE ROLE AND IMPORTANCE OF FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL CULTURE IN THE MODERN ECONOMY

Glyakova A.A., bachelor of the 3rd course

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

Annotation. The paper considers the concepts and features of financial literacy and financial culture and analyses their interrelationship. The paper presents data on the assessment of financial literacy of Russian citizens. The role and general importance of financial literacy and financial culture in modern eco-economics are considered.

Key words: financial literacy, financial culture, financial literacy index, investments, savings, welfare.

В настоящее время финансовая грамотность и финансовая культура становятся всё более важной и неотъемлемой частью для каждого человека и общества в целом. Сложность и динамичность современной экономики требует от людей не только способности зарабатывать денежные средства, но и умения рационально распоряжаться ими, понимать основные финансовые понятия и принимать правильные решения относительно своих материальных благ.

Недостаток финансовых знаний и навыков управления личными финансами ограничивает способность людей принимать правильные решения относительно своего благосостояния. Влияние отсутствия финансовой грамотности рассматривается на двух уровнях: макро- и микро-. На микроуровне экономические последствия низкой финансовой грамотности проявляются в виде высокой долговой нагрузки и неэффективности управления личными сбережениями. На макроэкономическом уровне низкая финансовая грамотность населения вызывает нестабильность финансовой сферы страны, ограничивает ее развитие и подрывает доверие к финансовым институтам.

Что такое финансовая грамотность и финансовая культура?

Финансовая грамотность – это набор знаний, навыков и способностей, позволяющих человеку понимать и эффективно управлять своими финансами. Она включает в себя:

- Умение понимать финансовые понятия и принципы, такие как инфляция, процентные ставки, диверсификация, риски и т.д. Знание финансовых терминов и инструментов помогает людям принимать информированные решения.

- Способность составить бюджет и распределить доходы на основе финансовых целей и приоритетов. Финансово грамотные люди понимают значение планирования и могут эффективно управлять своими финансовыми ресурсами.

- Умение управлять долгами и использовать кредитные возможности разумно. Финансовая грамотность помогает людям принимать информированные решения о заемных средствах, понимать процентные ставки и условия, и грамотно планировать погашение долгов.

- Понимание основных принципов инвестиций и различных видов инвестиционных инструментов. Финансово грамотные люди способны принимать осознанные решения о своих инвестициях с учетом риска и ожидаемой доходности.

- Способность создавать резервы и финансовые подушки для неожиданных расходов и чрезвычайных ситуаций. Финансово грамотные люди стремятся к финансовой стабильности и устойчивости, имея достаточные ресурсы для покрытия необходимых расходов и снижения финансового стресса.

- Способность анализировать информацию, делать обоснованные выводы и принимать решения на основе логического и критического мышления. Финансово грамотные люди умеют оценивать риски, сравнивать альтернативные варианты и делать осознанные выборы [2].

Финансовая грамотность является важным компонентом личного финансового успеха и благополучия. Она помогает людям преуспеть в управлении своими финансами, достичь финансовых целей и создать прочную базу для личного и семейного благосостояния. Однако финансовая грамотность в одиночку недостаточна. Кроме знаний и умений, важным фактором является финансовая культура. Финансовая культура - это набор ценностей, убеждений и поведенческих паттернов, связанных с деньгами и финансовыми вопросами. Она включает в себя знание и понимание финансовых процессов и инструментов, а также умение применять эту информацию в повседневной жизни, чтобы принимать обоснованные финансовые решения. Финансовая культура также относится к пониманию финансовой системы в целом, культурных, социальных и экономических аспектов финансов, а также менталитета и отношения к деньгам [1].

Обобщая, можно отметить основные особенности финансовой культуры:

- **Финансовая ответственность:** Значительная часть финансовой культуры связана с ответственным обращением с деньгами и ресурсами. Это включает умение практиковать рассудительное потребление, планировать бюджет и контролировать расходы, а также практиковать сбережения и создание финансовых резервов.

- **Этичное поведение:** Финансовая культура предполагает соблюдение норм этического поведения в финансовых вопросах. Это включает соблюдение законов и норм, отказ от мошенничества или дезинформации в финансовых делах, честность в отношениях с клиентами или партнерами.

- **Понимание рисков и вознаграждений:** Финансовая культура помогает людям осознавать и анализировать риски и вознаграждения, связанные с финансовыми решениями. Это включает понимание инвестиционных рисков, страхование и защиту от финансовых потерь, а также разумное принятие уровня риска в финансовых операциях.

- **Потребительская эмансипация:** Финансовая культура способствует развитию самосознания и самостоятельных решений в финансовых вопросах. Это включает способность осознанно выбирать финансовые продукты, понимать и сравнивать условия и возможности, связанные с потребительскими финансовыми услугами.

- **Финансово-экономическое образование:** Одной из важных особенностей финансовой культуры является доступность и качество финансового образования. Это включает предоставление знаний и практических навыков в области финансов, инвестиций, налогообложения и других аспектов финансового мира.

Таким образом, финансовая грамотность – это сами знания в финансовой сфере, а финансовая культура – это применение этих знаний в конкретных жизненных ситуациях. Важно отметить, что финансовая культура и финансовая грамотность – это два тесно связанных понятия, которые играют важную роль в управлении финансами и финансовом благополучии. Взаимосвязь между финансовой культурой и финансовой грамотностью заключается в том, финансовая грамотность способствует повышению финансовой культуры, поскольку люди, обладающие высокой финансовой

грамотностью, лучше осознают свои финансовые возможности и риски, делают осмысленные решения, позволяющие им лучше управлять своими деньгами. Финансовая культура, в свою очередь, способствует повышению финансовой грамотности путем создания подходящей среды и условий, в которых людям доступны знания и ресурсы для освоения финансовых навыков. Развитие финансовой культуры в обществе может включать проведение образовательных программ, предоставление доступной финансовой информации, создание институтов и услуг, которые способствуют финансовому развитию.

Уровень финансовой культуры общества влияет на уровень финансовой грамотности его членов, а уровень финансовой грамотности в свою очередь может быть фактором, влияющим на уровень финансовой культуры. Поэтому развитие обоих аспектов, финансовой культуры и финансовой грамотности, является важным для улучшения финансового благополучия как индивидов, так и общества в целом. Говоря о знаниях в финансовой сфере граждан России, стоит отметить, что имеется тенденция к уменьшению количества людей с низким уровнем финансовой грамотности. Правительство России утвердило Стратегию повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. Основной целью Стратегии является создание набора ценностей и убеждений, способствующих более осознанному и разумному принятию финансовых решений человеком, а также обучение ему навыкам противодействия финансовым мошенничествам. Ежегодно проводятся исследования по оценке ключевых показателей финансовой грамотности граждан. Так, Аналитический центр НАФИ провел очередное ежегодное измерение уровня финансовой грамотности населения и опубликовал результаты в социологическом отчете «Финансовая грамотность россиян – 2023». По данным исследования в 2022 году индекс финансовой грамотности россиян достиг 12,79 балла из возможных 21 (Рисунок 1). Несмотря на изменяющиеся социально-экономические условия, наблюдается умеренный рост этого показателя на 8% по сравнению с 2017 годом. Люди в возрасте 45 лет и старше, обладающие высшим образованием, проживающие в городах и имеющие работу, демонстрируют самый высокий уровень финансовой грамотности, средний балл которых составляет 13,20, 13,48, 12,98 и 13,05 соответственно. В то же время представители молодежи в возрасте от 18 до 34 лет, без высшего образования, живущие в сельской местности и безработные, показывают более низкие значения индекса финансовой грамотности, средний балл которых составляет 12,13, 12,54, 12,24 и 12,45 соответственно [3].

Также, в исследовании «Финансовая грамотность россиян – 2023» отмечается, что за последние четыре года в России наблюдается улучшение финансовой грамотности среди населения. Больше людей стали принимать обдуманные решения по управлению своими финансами, вводить семейный бюджет, внимательно контролировать свои финансы и откладывать деньги на конкретные цели. Кроме того, более 40% российских заемщиков осуществляют разумный выбор кредитных продуктов, сравнивая предложения различных организаций и получая информацию из независимых источников. Однако отмечается, что уровень финансовой грамотности среди россиян остается недостаточным в понимании базовых финансовых терминов, как показывает индекс «Финансовые знания», который ниже уровня 2020 года. Индекс «Финансовые установки» демонстрирует небольшой положительный тренд. Убеждения о финансах, формируемые с детства, являются сложным компонентом финансовой грамотности и требуют особого внимания, особенно при работе с молодежью. Наблюдается, что одним из потенциальных рисков является завышенная самооценка финансовых навыков у россиян, что может привести к недостаточной осторожности и пренебрежению правилами финансовой безопасности. Важно информировать население о таких разрывах и развивать инструменты для самооценки уровня финансовой грамотности.



Рисунок 1. Динамика Индекса финансовой грамотности в РФ 2017-2022 гг.

Так какова же роль и значение финансовой грамотности и финансовой культуры в современной экономике? И финансовая грамотность, и финансовая культура играют решающую роль в формировании финансового благополучия людей и общей экономической стабильности. Финансовая грамотность предоставляет людям необходимые инструменты и знания для принятия обоснованных финансовых решений, тем самым улучшая их финансовые результаты и снижая финансовый стресс. Сильная финансовая культура способствует позитивному отношению к финансовой ответственности, поощряет разумное финансовое поведение и способствует созданию благоприятной среды для людей для достижения финансовой безопасности.

Финансовая грамотность и культура означает:

1) Залог личного и семейного благополучия десятков миллионов семей, а значит, стабильности в обществе. Правильное понимание и умение управлять своими финансами позволяет людям обеспечить не только свои базовые потребности, но и создать финансовый запас для будущего. Это в свою очередь способствует стабильности в семейных отношениях, уменьшению доли семейных конфликтов из-за финансовых проблем и обеспечению общей жизненной удовлетворенности.

2) Возможность полноценного развития и совершенствования для каждого, максимально полной реализации заложенного в людях потенциала, вклад в ускорение экономического роста в стране. Финансовая грамотность позволяет людям осознанно строить свою карьеру и бизнес, увеличивать свой доход и перспективы роста. Чем больше людей в стране обладает финансовыми навыками, тем более развитой и крепкой становится экономика. Люди, умеющие эффективно распоряжаться своими финансами, способствуют улучшению страны в целом.

3) Высокий уровень сбережений и их трансформация в инвестиции, в развитие российской экономики и устойчивость бюджетов всех уровней. Финансово грамотные граждане активно накапливают сбережения, которые могут использовать для инвестирования в различные проекты и предприятия. Это способствует развитию экономики, созданию новых рабочих мест и укреплению финансовой устойчивости страны.

4) Готовность людей к сложным жизненным ситуациям и старости, а значит, возможность концентрировать социальную поддержку государства на самых уязвимых. Знание основ финансовой грамотности помогает людям избегать долгов и финансовых проблем в кризисные периоды. Это также помогает обеспечить финансовую стабильность на пенсии и планирование будущих расходов. Финансово грамотные люди требуют меньше государственной помощи и могут быть более независимыми.

5) Улучшение жилищных условий, создание благоприятных условий для рождения и воспитания детей, вклад в преодоление демографического кризиса. Знание о правильном финансовом планировании позволяет людям обеспечить себе достойное жилье, а также создать запасы для будущих расходов на детей. Финансово грамотные родители могут обеспечивать своих детей качественным образованием и заботой, что способствует улучшению демографической ситуации в стране.

6) Более ответственное отношение к общественным финансам. Финансово грамотные люди лучше понимают необходимость налогов, умеют правильно распоряжаться государственными

средствами и могут активно участвовать в процессе бюджетирования и благотворительности. Они являются более ответственными налогоплательщиками и гражданами с активной жизненной позицией, способными эффективно использовать ресурсы, выделяемые государством.

7) Существенный вклад в устойчивое развитие – как на российском, так и общемировом уровне. Финансово грамотные граждане способны принимать информированные решения в области финансовых инвестиций, энергии и потребления. Они могут вносить свой вклад в устойчивое развитие страны и мира в целом, учитывая финансовую и экологическую ответственность. Таким образом, финансовая грамотность является важным элементом устойчивого развития общества и способствует достижению глобальных целей по устойчивому развитию.

В целом, финансовая грамотность и финансовая культура являются неотъемлемой частью современной экономики. Они способствуют личному финансовому благополучию, развитию предпринимательства, эффективности инвестиций, устойчивому потреблению и добросовестному финансовому поведению, а также обеспечивают финансовую стабильность и экономическое развитие общества. Поэтому развитие финансовой грамотности и финансовой культуры является важной задачей для образовательных учреждений, правительства и организаций, работающих в финансовой сфере.

Библиографический список

1. Кунижева Д.А. Финансовая культура: многогранность понятия, подходы к исследованию и место в научном дискурсе // Теория и практика общественного развития. 2023. №7 (183). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-kultura-mnogogrannost-ponyatiya-podhody-k-issledovaniyu-i-mesto-v-nauchnom-diskurse> (дата обращения: 23.03.2024).
2. Храмова Т. А. От финансовой грамотности к финансовой культуре / Т.А. Храмова, Д.В. Таврель. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2023. № 3 (450). С. 194-196.
3. Финансовая грамотность россиян – 2023 / [Электронный ресурс] // НАФИ-аналитический центр в Москве: [сайт]. URL: <http://nafi.ru:8080/upload/iblock/b34/b3472e3a7037f1dc5cbacc9d7b2a25c6.pdf> (дата обращения: 23.03.2024).

УДК 374.33

ВЛИЯНИЕ КРЕДИТНО-ЗАЕМНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Несонова Н.И., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Моисеева И.Г., к. психол.н.

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. Уровень качества жизни активно меняется под воздействием множества факторов и зависит от финансового благополучия. В статье рассмотрена проблема влияния кредитно-заемных отношений на качество жизни населения. Автор анализирует статистические данные по уровню качества жизни и степени закредитованности населения Калужской области за последние 5 лет.

Ключевые слова: качество жизни, кредит, кредитно-заемные отношения, должник, население, Калужская область.

THE IMPACT OF CREDIT AND LOAN RELATIONS ON THE QUALITY OF HUMAN LIFE

Nesonova N.I., Bachelor of the 1st year

Scientific supervisor: Moiseeva I.G., PhD in Psychology,

Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. The level of quality of life is actively changing under the influence of many factors and depends on financial well-being. The article considers the problem of the influence of credit and loan relations on the quality of life of the population. The author analyzes statistical data on the level of quality of life and the degree of creditworthiness of the population of the Kaluga region over the past 5 years.

Keywords: quality of life, credit, credit and loan relations, debtor, population, Kaluga region.

Последние годы активного технологического развития привели к появлению на рынке множества новых товаров. В связи с их качествами, характеристиками, брендом, затраченными материалами выставляется цена, которая не всегда привлекательна для покупателя. Но многие люди в условиях современного общества, под действием моды или общей необходимостью покупают дорогостоящие товары в кредит.

Качество жизни – это показатель благополучия и счастья человека. Данное понятие обширное и характеризует не только материальные вещи, но и духовную составляющую бытия каждого. Казалось

бы, качество жизни и кредиты – совершенно два разных понятия, но на самом деле, они тесно связаны между собой.

На рисунке 1 показаны статистические данные качества жизни населения по Калужскому региону за последние 5 лет:

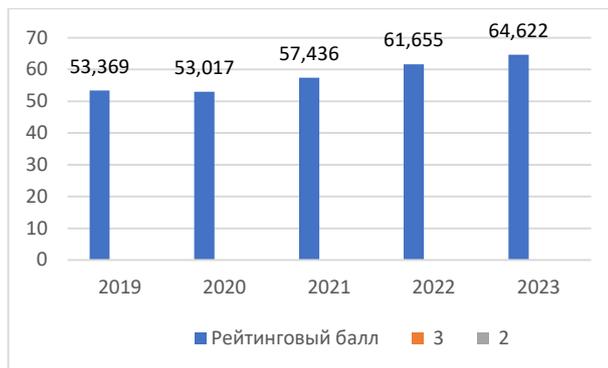


Рисунок 1. Статистические данные качества жизни населения по Калужскому региону за последние 5 лет

На рисунке 1 показаны статистические данные по Калужскому региону за последние 5 лет. Динамика уровня жизни увеличивается, говоря о том, что ситуация не такая уж и плохая на первый взгляд. Государство стремится улучшить положение населения [1], но, к сожалению, это происходит не в полной мере из-за ряда факторов, одним из которых выступает кредитование.

Кредит – это финансовые отношения двух сторон, где одна предлагает деньги, а вторая обещает их вернуть в указанные сроки. С точки зрения банка, кредитование – это получение денег заемщиком на индивидуальных условиях, которые всегда прописываются в договоре: даты и размер ежемесячных платежей. Это сложная система отношений, которая имеет как положительные черты, так и отрицательные, которые в свою очередь и будут влиять на качество жизни человека.

Достоинствами кредитов являются: финансовая поддержка (дополнительные деньги), строительство кредитной истории (при многократном обращении к займам, кредитная история – это база данных, которая складывается из кредитного опыта заемщика). Она содержит сведения об уже погашенных кредитах, а также об имеющихся обязательствах, о роли по договору и репутации, возможность покупки товара без ожидания накопления средств.

Недостатки кредитов: дополнительные расходы (по проценту), риск задолженности (переоценка своих возможностей может привести к негативным последствиям, например проблем с оплатой долга), ограничение финансовой свободы (кредитные обязательства могут ограничить вашу финансовую свободу в будущем, поскольку часть дохода будет уходить на выплату кредита.), взыскание неустоек за неоплату вовремя, продажа долга коллекторскому агентству [2].

Также, закредитованность оказывает негативное психологическое влияние на человека. Из-за нее возникает: чувство долга, постоянный стресс за выплаты и контроль средств, осознание длительности процесса (выплаты в течение нескольких лет). Несмотря на это, общество стремится повысить свой уровень жизни за счет кредитов. Их количество с каждым годом растет.

На рисунке 2 представлены показатели динамики роста кредитно-заемных отношений:

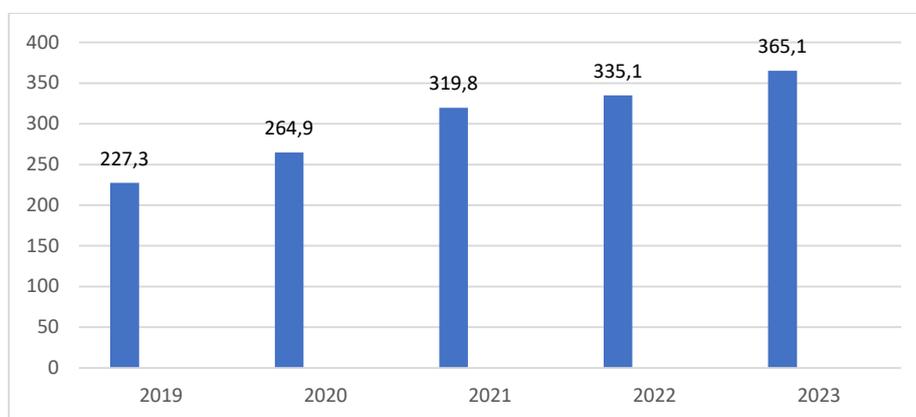


Рисунок 2. Показатели динамики роста кредитно-заемных отношений по Калужскому региону за последние 5 лет

Исходя из вышеприведенных данных, можно сделать вывод, что кредитование оказывает скорее негативное влияние на уровень качества жизни. Люди в силу низкой финансовой грамотности не понимают, в какие ситуации могут попасть, часто переоценивают свои возможности вследствие чего, кредит приносит им не пользу, а только вред.

Библиографический список

1. Матчинов В.А., Моисеева И.Г., Савкина А.А. Индексная оценка объективных показателей качества жизни населения в контексте реализации национальных проектов в Калужской области // Креативная экономика. 2024. Том 18. № 5. doi: 10.18334/ce.18.5.120974.

2. Моисеева И.Г. Способы преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях // Калужский экономический вестник. 2021. № 4. С. 69-72.

УДК 336.114

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОХРАНЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Слепычина И.С., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Моисеева И.Г., к. психол.н.

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы соблюдения законодательства в сфере охраны персональных данных при проведении научных исследований. Основное внимание уделяется принципам защиты персональных данных в соответствии с законодательством, а также акцентируется особое внимание как правильно проводить опросы с использованием персональных данных.

Ключевые слова: законодательство, персональные данные, научные исследования, конфиденциальность, защита данных, риски, безопасность.

FEATURES OF EDUCATION FINANCING IN THE RUSSIAN FEDERATION

Slepychina I.S., Bachelor of the 1st year

Scientific supervisor: Moiseeva I.G., PhD in Psychology,

Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. The article discusses the theoretical foundations of compliance with legislation in the field of personal data protection during scientific research. The main attention is paid to the principles of personal data protection in accordance with the law, and the article focuses on how to conduct surveys using personal data correctly.

Keywords: legislation, personal data, scientific research, confidentiality, data protection, risks, security, data processing.

Право на защиту персональных данных является одним из основных прав человека, и нарушение этого права может иметь серьезные моральные и юридические последствия. Исследователи должны быть очень внимательны к тому, как они собирают и обрабатывают данные своих участников и партнеров, чтобы избежать нарушения законодательства и возможных правовых проблем. В данной статье мы рассмотрим основные принципы и стандарты соблюдения законодательства в этой области, а также основные риски нарушения законодательства о персональных данных при проведении научных исследований.

Повышение финансовой грамотности населения является жизненно важным компонентом роста экономики и благосостояния общества. Для проведения научных исследований в этой области необходимо собирать и анализировать различные данные, в том числе персональные. Как пример: в психологических опросах могут потребоваться данные об эмоциях, переживаниях и индивидуальных характеристиках, таких как предпочтения, страхи и ценности. Социологические опросы могут включать данные об образовании, профессии, доходах и социальных сетях. Профориентационные опросы включают в себя информацию о навыках, интересах и планах на карьеру. Эти данные являются личными и необходимо, чтобы они были защищены в соответствии с Законом о персональных данных.

С 2022 года в России начали происходить крупные утечки персональных данных россиян. Особенно пострадали такие известные компании как: «Яндекс.Еда», Delivery Club, Skyeng, «Гемотест», TuTu.ru. За 2023 год Роскомнадзор зафиксировал 168 утечек персональных данных, когда в 2022 году их число составляло 140. При этом в открытый доступ попало только 300 млн записей, в 2022 году в сеть попало вдвое больше – около 600 млн записей. Появляется впечатление, что информация утекает каждую неделю, что ранее было невозможно себе представить. Данные о количестве строк данных в утечках Российской Федерации представлены на рисунке 1 [2].

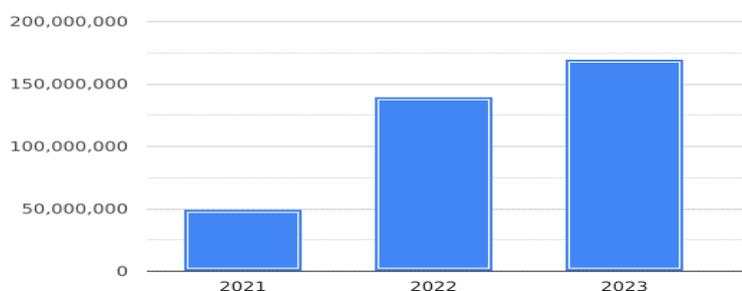


Рисунок 1. Количество строк данных в утечках Российской Федерации.

В Минцифры России заявили, что в 70% к утечкам причастны сотрудники организаций, у которых есть доступ к базам данным, персональной информации. Производился опрос, в котором выяснялось как клиенты компаний относятся к своей защите персональных данных, и он показал, что 62% опрошенных не уверены в безопасности своих персональных данных.

Владимир Бенгин, директор департамента обеспечения кибербезопасности Минцифры считает, что начиная с 24 февраля 2022 года, количество утечек в России резко возросло в результате внешних атак. Особенно в отраслях, где они ранее не наблюдались. Это означает, что организации просто не были готовы к этому [2].

Современное общество охвачено стремительным ростом технологий и возросшим интересом к научным исследованиям. Очень важно, чтобы каждый участник научного исследования был уверен, что его личные данные будут обработаны надлежащим образом и что они не будут переданы третьим лицам без его согласия. Вместе с этим соблюдение законодательства в области защиты персональных данных, особенно при проведении научных исследований, становится все более важным и значимым в нашем мире.

Одним из основных законодательных актов, регулирующих обработку персональных данных в России, является Федеральный закон "О персональных данных" от 27 июля 2006 года. Данный закон определяет, как собирать, хранить, использовать и распространять личные данные граждан. Он также помогает понять масштаб ответственности организаций и лиц, осуществляющих обработку этих данных. А именно то, что сбор и обработка персональных данных требует согласия субъекта данных. Субъект данных должен быть проинформирован о причинах сбора данных, их обработке и о владельце использовании. Обеспечение конфиденциальности личных данных при проведении научных исследований особенно важно. Исследователи должны принимать меры, чтобы предотвратить несанкционированный доступ, потерю или уничтожение данных. Также необходимо, обеспечение анонимности субъектов данных. Данные должны храниться только в защищенном виде, и время хранения и использование должны быть ограничены. Для обеспечения надежной защиты персональных данных необходимо использовать специализированное программное обеспечение для их сбора и хранения [1]. Основные принципы защиты персональных данных в соответствии с законодательством представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Основные принципы защиты персональных данных в соответствии с законодательством.

Проведение опросов с использованием персональных данных также требует соблюдения особых правил. Необходимо учитывать следующие моменты:

1. Конфиденциальность. Участникам опроса необходимо гарантировать, что их ответы останутся анонимными и конфиденциальными.
2. Защита личных данных. Персональные данные участников опроса должны храниться на защищенных серверах, и только чтобы авторизованные лица смогли получить доступ к ним.
3. Соблюдение сроков хранения. Персональные данные участников опроса необходимо хранить только в течение периода времени, необходимого для проведения исследования.
4. Собирайте только необходимой информации. Собирайте только необходимую информацию для опроса. Не собирайте ненужную информацию. Это позволит к уменьшению риска утечки конфиденциальных данных
5. Получение согласие. Убедитесь, что участники опроса дали согласие на использование их данных перед сбором персональных данных.

Соблюдение этих правил, позволит проводить опросы в соответствии с законом о персональных данных [4].

Не соблюдение законодательства о персональных данных при проведении научных исследований влечет за собой юридические и этические последствия. Основные риски нарушений представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные риски нарушения законодательства о персональных данных при проведении научных исследований.

Риск	Потенциальные последствия
Несанкционированный доступ к данным	Утечка конфиденциальной информации
Несоответствие согласия субъектов данных	Нарушение законодательства о защите персональных данных
Использование данных в других целях	Неправомерная обработка персональных данных
Утеря или порча данных	Утрата ценной информации
Несоблюдение мер безопасности	Уязвимость для кибератак и взломов

В данной статье рассматриваются теоретические основы научных исследований, направленных на соблюдение законодательства об охране персональных данных. Было обнаружено, что в данной области существует несколько способов соблюдения законодательства.

В целом, соблюдение законодательства в сфере охраны персональных данных при проведении научных исследований является основополагающим принципом и обязанностью каждого исследователя. Нарушение законов в этой области может иметь юридические и моральные последствия. Таким образом, при работе с персональными данными в научных исследованиях необходимо всегда помнить об ответственности и добросовестности.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023) . (КонсультантПлюс, 2024) [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/96fbc469f91f57235cc842a85e0516a99f23dc85/ (дата обращения: 17.03.2024).

2. В России за год утекло более 660 млн записей с персональными данными: [Электронный ресурс] сайт. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/04/2023/643936229a7947134f0ce21c (дата обращения: 17.03.2024).

3. Исследования по утечкам персональных данных // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansirovanie-sfery-obrazovaniya-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 04.11.2023).

4. О некоторых рисках нарушения прав человека в условиях цифровизации // КиберЛенинка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-riskah-narusheniya-prav-cheloveka-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 18.03.2024).

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
МОДЕРНИЗАЦИИ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Сборник статей по материалам
II Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию Финансового
университета при Правительстве Российской Федерации
(22 марта 2024 г.)

Матчинов В.А., Моисеева И.Г.

Подписано в печать 07.11.2024. Тираж 500 экз. Заказ. № 2764.

Отпечатано в типографии: ИП Карпов А.Н.
127137, г. Москва, ул. Правды д. 24, стр. 3
Тел. (499) 638-27-50. Сайт: www.tirazhy.ru